N°1 | Octobre 2026

L'essentiel d'OpenStudio

Mag'OS

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

Grâce aux LLM, l'OCR explose ses performances

COMMUNICATION

Comment créer l'identité visuelle d'une marque ou d'une entreprise ?

E-COMMERCE & OPEN SOURCE

Lancement réussi de Thelia 3





DÉVELOPPEMENT WEB

La méthode du tri de cartes

Édito

Le numérique bouge vite. Très vite. Et dans cet écosystème en perpétuelle évolution, il nous semble essentiel de prendre le temps de regarder ce qui se passe autour de nous, de comprendre les tendances qui se dessinent, mais aussi de partager ce que nous observons et expérimentons au quotidien.

C'est dans cet esprit qu'est né le Mag'OS, qui paraîtra deux fois par an. Un espace pour parler de nos sujets de prédilection, bien sûr, mais surtout pour croiser les regards, prendre un peu de hauteur et donner à voir les multiples facettes du numérique. Développement web, open source, e-commerce, communication/marketing, intelligence artificielle, numérique responsable… autant de sujets sur lesquels nous avons envie de partager notre expertise.

Au fil des pages, vous retrouverez notre regard sur l'actualité à travers nos revues de presse, mais aussi des articles de décryptage, des retours d'expérience et des rencontres.

Ce magazine est donc un carnet de veille qui, nous l'espérons, vous ouvrira une nouvelle fenêtre sur les tendances du numérique. On vous souhaite une excellente lecture du premier numéro du Mag'OS !



Céline Patissier
Responsable éditoriale - Rédactrice

Le MAG'OS est publié par l'entreprise OpenStudio. Depuis plus de 20 ans, OpenStudio accompagne la transformation numérique des entreprises et des organisations, en développant des solutions sur mesure, évolutives, ouvertes et utiles. ESN et agence web à l'expertise pointue - du développement sur mesure au e-commerce, en passant par la communication globale, sans oublier l'intelligence artificielle - nous relevons chaque défi technique ou créatif avec une approche innovante, pragmatique et des conseils concrets. Dans une réelle démarche de partenariat avec nos clients, nos équipes s'engagent dans la réussite de leurs projets avec des méthodes spécifiques pour chaque mission. Conscients de l'impact de nos choix technologiques, nous réalisons des solutions souveraines, adaptées et responsables, en préconisant des technologies open source. Pour nous, le numérique doit rester au service de l'humain, en donnant la possibilité à toutes et tous de s'informer, de communiquer, de travailler, de se divertir ou de s'engager, en confiance et durablement, au cœur d'un écosystème digital plus éthique.

Open. Studio

SOMMAIRE

Développement Web

6
Revue de Presse

8
La méthode du tri de cartes

12
Interview : Thibaut Fink du DAHLIR

Open Source

14
Revue de Presse

16
Thelia, 20 ans d'une aventure open source jusqu'à Thelia 3

18
Retour sur l'Open Source Experience 2025



Intelligence Artificielle

28
Revue de Presse

30
Grâce aux LLM, l'OCR explose ses performances

32
Bamboche : L'application qui vous suggère de faire la fête

E-commerce

22
Revue de Presse

24
Innover dans l'e-commerce

26
Le Jardin de Mado : La fine fleur du e-commerce

Directeur de publication : Emmanuel Nurit • Rédaction : Céline Patissier • Maquette : Anaïs Ducher



Communication / Marketing

34
Revue de Presse

36
Comment créer l'identité visuelle d'une marque ou d'une entreprise ?

38
Le TOSIT

RSE / Numérique Responsable

40
Revue de Presse

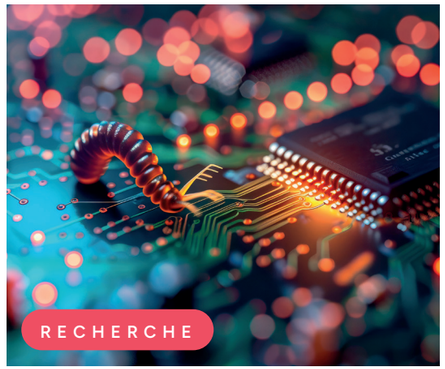
42
Learning expedition et intervention à E5t

44
TeleCoop – Entretien avec une entreprise engagée

ACTUALITÉS

On fait le tour de l'actu du... Développement web

On vous propose une sélection des informations et dernières tendances qui pourraient bien intéresser les professionnels du secteur du développement web.



Plus qu'un virus, un ver informatique

Des chercheurs de Toronto, de Cambridge, du Vector Institute et de ServiceNow ont mis au point un « ver » informatique capable de raisonner et de s'adapter de manière autonome en explorant un réseau, plutôt que de suivre un scénario prédéfini. Le prototype a compromis près de 75 % des machines de test et s'est propagé sur environ deux tiers d'entre elles, allant jusqu'à exploiter des failles publiées après sa phase d'apprentissage. Fonctionnant directement en local sur les machines infectées, il n'a pas besoin de serveur central, ce qui limite sa détection par les dispositifs de sécurité. ◆

Un ver informatique qui raisonne tout seul - korben.info 10 juin 2026

~75 %

C'est la part des machines de test compromises par un ver autonome capable de raisonner.

ÉCONOMIE

Cloudflare rachète Astro

Cloudflare a annoncé l'acquisition du framework open source Astro, dédié aux sites orientés contenu. Les membres de l'équipe d'Astro rejoignent ainsi Cloudflare, tout en conservant l'indépendance du projet : celui-ci reste open source sous licence MIT, avec une gouvernance ouverte et une feuille de route publique. L'opération s'inscrit dans une logique de performance : Cloudflare met en avant l'impact du JavaScript côté client sur les temps de chargement, le référencement et les taux de conversion. ◆

Cloudflare acquiert Astro, le framework web permettant de créer des sites web rapides et axés sur le contenu, afin d'accélérer l'avenir du développement web haute performance - web.developpez.com/- 19 janvier 2026



La cybersécurité dépassée ?

Les approches classiques de sécurité, fondées sur la détection et la correction ou sur la défense a posteriori, peinent désormais à suivre le rythme du développement logiciel moderne. ZDNet.fr a publié un article qui décrypte le changement de rythme qu'impose l'usage croissant de l'IA dans le codage, celui-ci s'inscrit dans une logique de déploiement continu, loin des cycles de mises à jour espacés d'autrefois. Dans ce contexte, chaque évolution peut introduire de nouvelles vulnérabilités. Résultat :
les équipes de sécurité traditionnelles se retrouvent dépassées par la vitesse à laquelle ces risques apparaissent, rendant leurs méthodes historiques de moins en moins adaptées. ◆

Le cercle vicieux des correctifs : pourquoi la sécurité traditionnelle des applications ne suffit plus - zdnet.fr - 19/05/2026

SYSTÈMES D'INFORMATION

Externaliser ne veut pas dire perdre le contrôle de son SI

Externaliser son système informatique auprès d'un MSP (Managed Service Provider) permet aux PME d'accéder à des compétences et une supervision difficiles à internaliser. Mais cette délégation ne doit pas se traduire par une perte de contrôle du système d'information. L'article du site itespresso.fr recommande notamment de conserver la maîtrise des comptes, des données et des configurations, tout en encadrant précisément les niveaux de service. La réversibilité et la documentation doivent également être anticipées afin d'éviter une dépendance excessive à un prestataire. ◆

Comment choisir un MSP sans perdre le contrôle de son IT ? - itespresso.fr - 2 septembre 2026

INNOVATIONS

Innovations Symfony

Les 26 et 27 mars derniers, la communauté francophone des développeurs Symfony s'est réunie à Paris pour l'édition 2026 de SymfonyLive. Un événement important pour la communauté du framework qui a été l'occasion de présenter les dernières innovations et notamment l'intégration de l'intelligence artificielle. Fabien Potencier, créateur de Symfony, a mis en avant deux innovations importantes : l'ingénierie des « *Coding Agents* », et le composant « *Symfony Terminal* ». ◆

Développement web - Le framework Symfony accélère son virage vers l'intelligence artificielle - presseagence.fr - 16 Avril 2026



L'ANSSI active REACTIV

Face à la multiplication des fuites de données touchant les services de l'État, notamment pendant l'été 2026, l'ANSSI renforce son dispositif d'intervention avec REACTIV pour «REponse & ACTion Interministérielle face aux Violations de données». L'objectif est de réagir plus rapidement aux compromissions de comptes et aux exfiltrations de données. L'agence aura le pouvoir d'imposer aux ministères des mesures urgentes pour protéger les données des citoyens. Elle assurera également la coordination de la communication technique lors des crises cyber. ◆

REACTIV : l'ANSSI obtient le pouvoir d'imposer des mesures d'urgence aux ministères après les fuites de données - it-connect.fr - 9 septembre 2026

LES COULISSES DU DÉV WEB

Méthode UX : Connaissez-vous le tri de cartes ?

Non, on ne va pas vous parler de poker mais bien d'une méthode utilisée en UX : le tri de cartes.

Cette méthode participative invite les utilisateurs à organiser eux-mêmes les contenus de leur site, révélant ainsi leurs logiques de classement et leurs modèles mentaux. Elle constitue un outil précieux pour concevoir ou optimiser une architecture de l'information réellement adaptée à leurs attentes. Notre as de l'UX chez OpenStudio, Anaïs Ducher, a la main pour vous expliquer en quoi consiste exactement le tri de cartes sur un projet web.

Organiser l'information de manière claire et intuitive est un enjeu central en UX. Pourtant, la manière dont les utilisateurs perçoivent et regroupent les contenus ne correspond pas toujours à la logique des équipes de conception. Le tri de cartes est justement la solution pour combler cet écart.

Qu'est-ce qu'un tri de cartes ?

Le tri de cartes est une des méthodes privilégiées en architecture de l'information. Il s'agit d'une démarche participative où chaque participant est invité à organiser des contenus. Cette méthode a pour objectif de comprendre la manière dont les utilisateurs opèrent des regroupements catégoriels, afin de concevoir (ou de revoir) une architecture de l'information qui corresponde au modèle mental des utilisateurs.

À quel moment du projet faire un tri de cartes ?

Deux possibilités :

- Cas #1 : En phase de conception
  L'objectif sera de déterminer la meilleure architecture d'information.
- Cas #2 : Lors d'un audit
  Le but sera de tester l'efficacité de l'architecture de l'information.

Comment s'organise un tri de cartes ?

Tout d'abord il faut présenter l'ensemble des contenus (du produit, du site, du service) répartis sur les différentes cartes aux participants (utilisateurs finaux). Ensuite, il y a plusieurs manières de procéder :

Tri de cartes ouvert

Les participants sont invités à regrouper les cartes selon les catégories qui leur semblent les plus logiques, puis nommer ces catégories. C'est la meilleure méthode lorsqu'on part de zéro, sur la conception d'une nouvelle architecture de l'information. Aucune contrainte de classement n'est imposée aux utilisateurs.

Tri de cartes fermé

Les utilisateurs doivent répartir les cartes dans des catégories pré-existantes. Ce type de tri est adapté pour la refonte de systèmes existants où l'architecture de l'information ne peut pas être totalement modifiée (contraintes techniques, structure imposée par un tiers).

Individuellement ou en groupe

Le plus souvent le tri de cartes est réalisé individuellement pour récupérer des données plus fines. Ceci-dit, faire cet atelier en groupe présente l'avantage de faire débattre
les participants (chacun exposant les raisons motivées de ses choix).

Quels sont les avantages à réaliser un tri de cartes lors de la conception de son projet ?

Le projet est plus qualitatif parce que le tri de cartes :

- **Améliore l'architecture de l'information**
  Le tri de cartes aide à comprendre comment les utilisateurs perçoivent et organisent les contenus ou fonctionnalités d'un système. C'est une méthode clé pour concevoir une architecture de l'information alignée sur leurs modèles mentaux, à partir de données concrètes.
- **Implique les utilisateurs**
  Trier les cartes est une activité ludique pour les participants, qui se sentiront impliqués dans la démarche de conception (particulièrement précieux en cas de



conception d'un outil interne).

- **Fournit un vocabulaire adapté**
  Le tri de cartes donne des informations fondamentales pour définir des rubriques et un vocabulaire d'interface qui parlent à l'utilisateur final.
- **Réduit la charge cognitive et améliore la "trouvabilité"**
  Si l'information est bien organisée selon la logique de l'utilisateur, alors celui-ci dépense moins d'effort pour trouver ce qu'il cherche.

Le tri de cartes a deux principaux avantages pour le porteur du projet :

- **Sa simplicité de mise en œuvre**
  Comparé à d'autres méthodes UX, le tri de cartes est assez facile à mettre en place.
- **Sa capacité d'adaptation**
  Tri de cartes ouvert ou fermé, participation individuelle ou en groupe, cette méthode s'adapte au projet.

Du côté du prestataire de service numérique (chez OpenStudio par exemple) :

- **Une meilleure communication**
  Les résultats sont faciles à communiquer auprès des clients et constituent des arguments qualitatifs précieux en cas de non-alignement des visions.
- **Un temps de restitution modéré**
  La réalisation des ateliers de tri de cartes en ligne permet de réduire le temps (et donc les coûts) de restitution.

Quelles sont les limites de cet outil ?

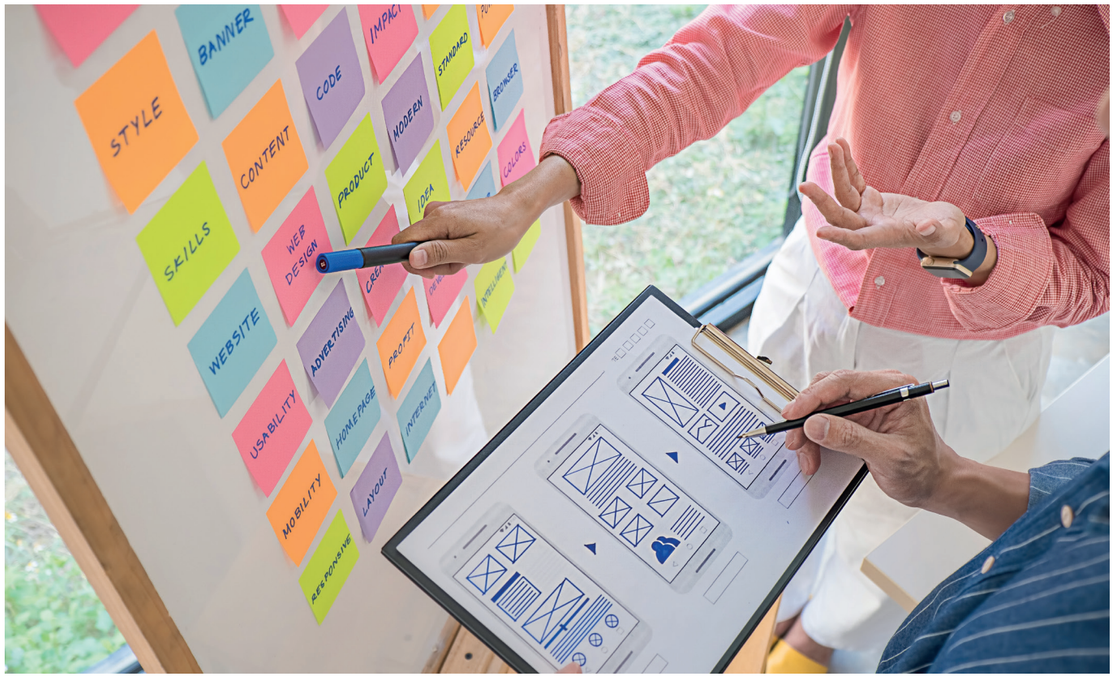
Le tri de cartes a ses limites, il ne sert pas à dégager comme par magie l'arborescence d'un site mais plutôt à obtenir des indices pour la construire de la meilleure façon qui soit. La conception d'une architecture de l'information relève souvent de plusieurs méthodes simultanées.

Le tri des cartes supprime tout le contexte d'un site web.

Le tri de cartes ne teste pas directement si un utilisateur peut réaliser une tâche complète, ou s'il la trouve dans le contexte réel de l'interface. Il teste principalement la structure de l'information, pas la navigation en contexte.
Il ne permet pas non plus de comprendre la recherche d'un contenu
Cette méthode ne prend pas en compte comment les utilisateurs vont rechercher une information.

Le tri de cartes nécessite du temps

Le traitement et l'analyse des résultats des tris de cartes sont chronophages. Il n'est pas toujours possible de dégager immédiatement une structure de l'information qui fasse consensus pour les utilisateurs.





Les risques de biais

Le premier biais peut être lié à l'animateur du tri de cartes : si les cartes ou les étiquettes sont mal formulées/confuses, les résultats seront faussés.

Le deuxième risque de biais porte sur le nombre de participants et leur représentativité. Si on fait peu de sessions ou avec des participants non représentatifs, les "modèles" dégagés peuvent être faux ou peu généralisables. Les résultats sont susceptibles de varier selon les profils d'utilisateurs ou selon la complexité du domaine.

Le troisième biais concerne directement les participants. Les utilisateurs cherchent parfois à reproduire l'organisation hiérarchique de systèmes qu'ils connaissent, sans exprimer leur propre logique de classement.

Le tri de Delphi, la version express du tri de cartes

Pour gagner du temps, il est possible d'utiliser la méthode du tri de Delphi et dans ce cadre les participants reçoivent des cartes déjà triées. Lors de l'atelier, ils commentent et ajustent la structure existante qui s'enrichit progressivement grâce aux retours des participants précédents. Le but est de faire évoluer un modèle unique jusqu'à ce qu'il soit globalement accepté.

Le tri de cartes Delphi se déroule en quatre étapes :

1- Un participant source (utilisateur cible, seul ou en petit groupe) réalise un tri de cartes ouvert classique et propose ainsi une première structure d'information.

2- Le participant suivant examine ce modèle, le commente et le modifie selon sa propre logique il peut l'ajuster ou même le réorganiser complètement.

3- Les participants suivants répètent le processus, chacun travaillant à partir du modèle issu du participant précédent. Le modèle évolue itérativement en intégrant les apports de tous.

4- Le processus s'arrête lorsque la structure se stabilise, c'est-à-dire qu'aucune modification majeure n'est apportée et qu'un consensus est atteint.

Le tri de Delphi économise des ressources à plusieurs niveaux :

- Les participants reçoivent une structure déjà triée, ce qui réduit le temps de passation et l'effort cognitif demandé.
- Les résultats sont immédiats, car la structure finale se construit par consensus progressif, sans nécessiter d'analyse statistique complexe.
- Un échantillon plus restreint suffit : généralement, 8 à 10 utilisateurs cibles permettent d'obtenir un modèle fiable, soit deux fois moins que pour un tri classique.

En positionnant les utilisateurs au cœur de la structuration de l'information, le tri de cartes est un atout de choix pour construire des architectures plus lisibles et plus intuitives. Qu'il soit utilisé en conception ou en audit, il apporte des repères concrets pour organiser les contenus de manière cohérente et alignée avec les usages réels. Associé à d'autres méthodes, il devient un levier solide pour concevoir des expériences plus claires et plus efficaces. ◆



Anaïs Ducher

UI/UX Designer
OpenStudio

ENTRETIEN AVEC

Thibaut Fink



Directeur adjoint de l'association DAHLIR, Thibaut Fink a répondu à nos questions sur les enjeux du numérique au sein de son organisation. Il revient sur le choix d'un outil numérique sur mesure développé par OpenStudio. Un investissement important mais mesuré et indispensable pour une association qui s'est fortement développée depuis 2018.





Pouvez-vous nous présenter le DAHLIR et nous expliquer vos enjeux de digitalisation ?

Le DAHLIR accompagne les personnes les plus fragiles pour qu'elles aient un accès durable à des loisirs adaptés : sportifs, culturels ou associatifs. Depuis sa création en 2012 en Haute-Loire, l'association s'est fortement développée : elle compte aujourd'hui 80 salariés répartis sur 11 territoires, tout en conservant une mission et des valeurs inchangées. Cette croissance a fait émerger un enjeu majeur : structurer l'organisation et les outils pour accompagner le changement d'échelle. Au départ, l'activité reposait sur des outils simples, comme des tableaux Excel. Mais ces solutions ont rapidement montré leurs limites, notamment pour centraliser l'information, assurer sa traçabilité et produire le reporting nécessaire pour piloter l'activité et valoriser son impact. La digitalisation est donc devenue un levier essentiel. L'objectif n'est pas de remplacer l'humain, qui reste au cœur de notre action, mais de doter chaque mission d'outils numériques capables de faciliter le suivi, le partage d'information, le pilotage et l'évaluation de l'activité.

Votre informatisation a vraiment démarré autour de 2014, avec un premier logiciel métier. Comment cet outil a-t-il évolué ensuite, notamment à travers la refonte opérée avec OpenStudio ?

En effet, en 2012, on n'avait rien. En 2014, on a mis en place ce premier logiciel métier et c'était déjà une avancée importante. D'ailleurs il était globalement satisfaisant, mais on sentait bien que ce n'était pas encore totalement abouti, ni sur le plan du développement, ni sur celui de la performance sur le terrain, qui était pourtant essentielle pour nous. Notre extension géographique a été le premier déclic qui nous a poussés à prendre le sujet en main en 2018. L'évolution de nos ressources humaines a aussi été un argument supplémentaire à cette refonte ; on ne pouvait plus continuer sans un outil numérique plus performant. On souhaitait travailler avec de vrais spécialistes, capables de comprendre notre métier et de le traduire dans un outil numérique. Notre volonté était d'être accompagnés vers de l'open source, pour avoir un impact plus large, être dans une logique plus cohérente avec nos valeurs, et surtout construire quelque chose de vraiment qualitatif. Quand on a démarré les discussions avec l'équipe d'OpenStudio, on ne voulait pas reproduire les erreurs du passé, c'est-à-dire refaire un outil qui deviendrait obsolète quelques années plus tard. Il nous fallait donc un outil vivant, capable de se transformer en permanence, au fil des avancées technologiques et des propositions d'OpenStudio pour nous challenger.

> ***Il nous fallait un outil numérique vivant***



Pour terminer, quand vous regardez les années à venir, est-ce que vous voyez déjà se dessiner de futurs projets numériques ? Est-ce que des sujets comme l'IA et l'automatisation, par exemple, sont déjà dans vos réflexions à moyen terme ?

Oui, forcément, l'arrivée de l'intelligence artificielle nous questionne, et on voit bien que ça peut devenir un vrai appui dans les pratiques comme dans les outils. On travaille d'ailleurs en ce moment avec OpenStudio sur un nouveau projet qui serait un outil web pour aider les utilisateurs (proches aidants, animateurs ACM, professionnels du médico-social) à générer, en 5 étapes, des recommandations d'adaptation concrètes pour l'accueil d'un enfant en situation de handicap sur un temps de loisirs. Ceci-dit, l'IA soulève immédiatement des questions très fortes sur le plan éthique. Quelles informations peut-on lui transmettre ? Comment l'utiliser de manière utile sans mettre en risque des données, des personnes, ou des situations d'accompagnement ? Pour nous, ce sont des questions incontournables. Donc oui, c'est intéressant, mais à condition de définir un cadre très clair : comment on l'utilise, dans quels cas, avec quelles limites, avec quelles garanties et quel coût. ◆

OPEN SOURCE

ACTUALITÉS

On fait le tour de l'actu de... l'Open Source

L'open source poursuit son développement et connaît de nouveaux succès. Voici quelques actualités pour suivre les évolutions de cet écosystème foisonnant.

TRIBUNE

Tribune sur l'open source de Pascal Baratoux, CISO chez Jamespot

Pascal Baratoux remet en question l'opposition systématique entre logiciels open source et propriétaires dans les directions informatiques. Pour lui, *« à l'heure où les organisations doivent composer avec des enjeux croissants de cybersécurité, de conformité réglementaire, de maîtrise des données et d'intelligence artificielle, elle apparaît de plus en plus réductrice. »* Il défend l'idée que les aspects opérationnels doivent primer sur une quelconque idéologie ou conviction : *« La question n'est plus de savoir s'il faut choisir un camp. La véritable question est de déterminer quel niveau de garantie est nécessaire en fonction de la criticité des usages et des données concernés. »* ◆



Open source ou logiciel propriétaire : un débat qui détourne les entreprises des vrais enjeux - Le Journal du Net - 18 juin 2026

12,9 milliards

C'est le montant du rachat de Hugging Face par Nvidia

SOUVERAINETÉ

Consommer et développer ses propres alternatives open source

Plusieurs grands groupes, parmi lesquels Carrefour, EDF, Orange ou encore la SNCF, soutiennent le développement de l'open source comme une piste crédible pour renforcer la souveraineté numérique européenne, au sein du TOSIT, une association dédiée aux infrastructures Data et IA. *« 70 à 80 % des logiciels du marché proviennent de code open source »*, rappelle Florian Caringi, vice-président du TOSIT et directeur adjoint Data & Open Source du groupe BPCE. Il invite également les entreprises à s'interroger sur les modèles propriétaires, dont les coûts augmentent régulièrement sans réelle évolution fonctionnelle. ◆

La souveraineté passe aussi par l'open source – lemagit.fr - 17 juin 2026

LINUX

Exit Windows et bonjour Linux !

Face à la politique imprévisible de Trump aux États-Unis, la question de la souveraineté numérique devient une priorité en Europe. Pour éviter cette dépendance aux géants américains de la tech, le Premier ministre en France a donné pour mission à la DINUM (direction interministérielle du numérique) de « réduire les dépendances numériques extra-européennes de l'État ». La DINUM compte bien commencer le chantier par sa sortie de Windows. Les postes de travail des administrations de l'État passeraient donc sous le système d'exploitation open source Linux. ◆

La France annonce une étape cruciale vers sa sortie de Windows - frandroid.com - 4 mai 2026



SÉCURITÉ

Linux noyé sous des flots de signalements de bugs générés par l'IA

À l'occasion de l'annonce de Linux 7.1-rc4, Linus Torvalds a alerté sur la dérive de la mailing list de sécurité, devenue difficilement gérable sous l'effet d'un afflux massif de signalements générés par des outils automatisés et des modèles d'IA. En l'espace de deux ans, ces technologies ont passé au crible le noyau Linux, produisant une avalanche de rapports souvent redondants, adressés à un nombre limité de mainteneurs, majoritairement bénévoles. Cette surcharge a conduit à un durcissement des procédures de sécurité. ◆

"C'est ingérable" : l'IA déstabilise Linux, le cœur de l'open source mondial face à une crise historique - lacremedugaming.fr - 18 Mai 2026

INDUSTRIE

Hugging Face racheté par Nvidia

Nvidia, entreprise célèbre pour la fabrication des puces indispensables à l'IA, annonce le rachat de Hugging Face pour 12,9 milliards de dollars, sa deuxième plus importante acquisition à ce jour. Clément Delangue, directeur général d'Hugging Face, estime que l'IA open source était arrivée à un stade où elle *« avait besoin de plus de ressources, de plus de moyens, de plus de visibilité »*. Nvidia assure que Hugging Face restera ouverte et compatible avec différentes infrastructures. ◆



Nvidia va racheter la plateforme open source d'IA Hugging Face pour 12,9 milliards de dollars - euronews.com - 3 septembre 2026

7 milliards

C'est le nombre de téléchargements de VLC depuis 2001

VLC

VLC accélère et passe la barre des 7 milliards de téléchargements

VLC franchit un nouveau cap avec plus de 7 milliards de téléchargements depuis sa création en 2001. Développé par l'association française VideoLAN, le lecteur multimédia s'appuie toujours sur un modèle gratuit, open source et sans publicité. Son succès repose notamment sur sa compatibilité avec une multitude de formats audio et vidéo et sur sa disponibilité sur de nombreuses plateformes. Un bel exemple de la longévité et de la popularité d'un projet open source français. ◆

Gratuit et open source, sans publicité, le fleuron français VLC franchit le cap des 7 milliards de téléchargements - frandroid.com - 3 septembre 2026

ON A PRIS LA PAROLE

Retour sur l'Open Source Experience et le Meet Up API Platform

À travers deux évènements très différents, l'un étant un salon de référence sur l'open source, et l'autre un Meet up en comité restreint, OpenStudio a pris la parole sur l'open source. Toujours à travers des réalisations concrètes, notamment sur notre travail d'éditeur d'un logiciel Open Source : Thelia.



API PLATFORM

Un Meet Up sur API Platform

Le jeudi 4 juin 2026, l'agence OpenStudio de Lyon a accueilli un évènement open source co-organisé avec Les-Tilleuls.coop. Nous avons eu le plaisir d'assister à deux conférences de haut vol animées par Alexandre Nozière (OpenStudio) et Alexandre Daubois (Les-Tilleuls.coop) autour d'API Platform Inc. Alexandre Nozière a notamment fait le lien avec son travail sur notre CMS e-commerce Thelia. Il a fait un focus passionnant sur comment nous avons réussi à faire tourner API Platform sur Propel. De son côté, Alexandre Daubois a présenté les nombreuses fonctionnalités de FrankenPHP. Une belle soirée conviviale et riche en échanges. ◆





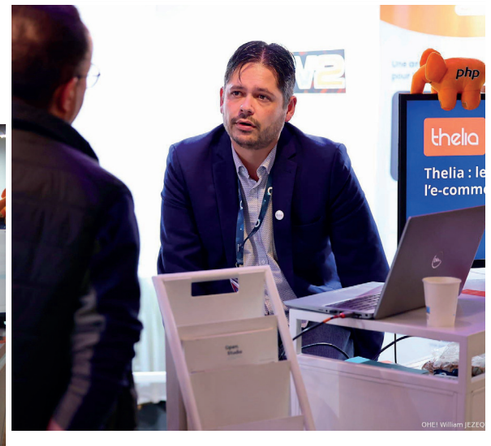


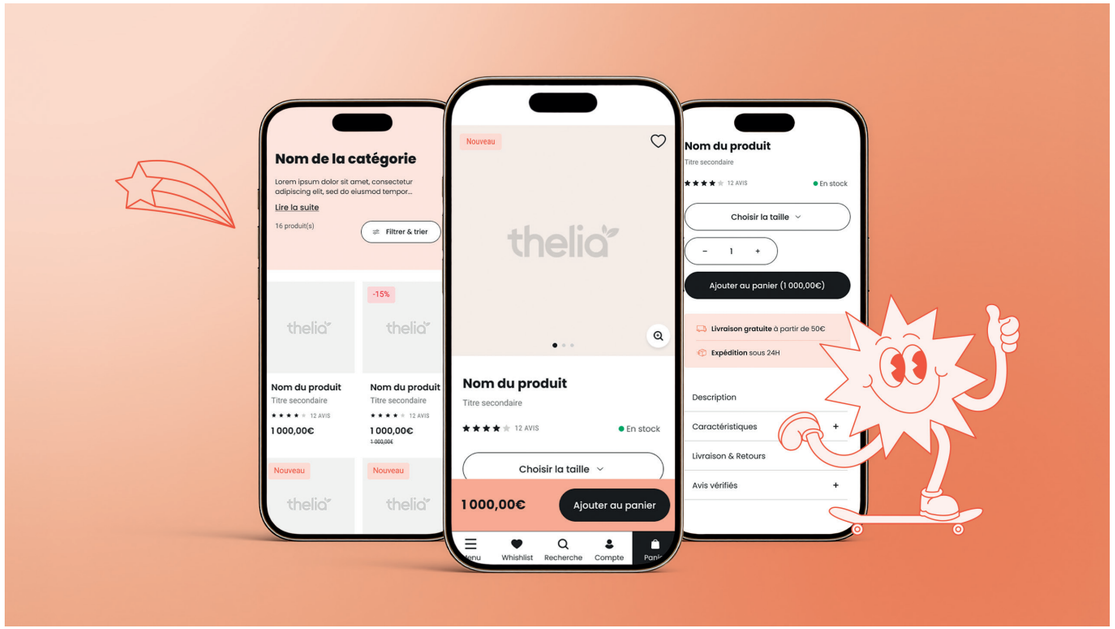
OPEN SOURCE EXPERIENCE

Thelia à l'Open Source Experience 2025

Nous étions présents avec un stand Thelia au salon Open Source Experience, à la Cité des sciences de Paris, les 10 et 11 décembre 2025. Cédric Sibaud, vice-président d'OpenStudio, et David Gonzalez, fondateur de Just For Pets et consultant digital, ont partagé leur retour d'expérience sur notre solution e-commerce open source Thelia, et surtout leur vision d'un e-commerce plus autonome, bâti sur des briques technologiques maîtrisées. L'équipe d'OpenStudio vous donne rendez-vous à l'Open Source Experience 2026, les 9 et 10 décembre prochains. ◆







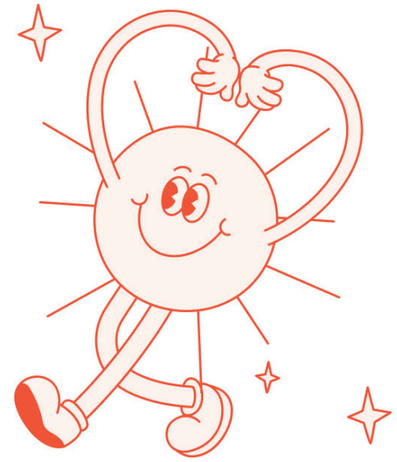
LES COULISSES DE L'OPEN SOURCE

Thelia, 20 ans d'une aventure open source jusqu'à Thelia 3

En 2025, le CMS e-commerce Thelia a fêté ses 20 ans ! Créé en 2005 par Cédric Sibaud et Yoan de Macedo, Thelia est « open sourcé » dès 2006, sous licence GPL. Deux décennies plus tard, Thelia poursuit son histoire, continue d'évoluer grâce à une communauté fidèle et un ancrage fort sur un positionnement open source et souverain de la part des équipes OpenStudio.

Retour vers le futur

Alors que le e-commerce balbutie à la fin des années 90, toutes les agences web de l'époque sont sur les starting blocks pour créer des CMS e-commerce sans aucune mutualisation de leurs développements. Thelia est né de cette idée : offrir une solution 100 % open source et française pour créer des sites de vente en ligne. Depuis son origine, l'essence de Thelia est de donner une large autonomie aux e-commerçants, avec toutes les fonctionnalités incontournables du commerce en ligne, pour les aider à lancer leur business le plus efficacement possible.



1 500+
sites e-commerce sous Thelia

300+
modules open source

308
forks

Depuis sa création, Thelia est en open source, sous licence GPL, et nous n'avons jamais dérogé à cet engagement. On constate que de nombreuses solutions e-commerce, à l'origine en open source, ne sont aujourd'hui plus vraiment portées par leurs fondateurs. Au fil des levées de fonds, elles n'ouvrent quasi plus leur code et perdent cette philosophie du libre. Les e-commerçants se retrouvent alors, avec certes des solutions qui fonctionnent bien et rapidement, mais à long terme, ils perdent la maîtrise de leur propre business. Avec Thelia, nous continuons de porter ce message d'indépendance lié intrinsèquement à la philosophie de l'open source.

Témoignage de Cédric Sibaud, Vice-président associé d'OpenStudio et co-fondateur de Thelia, lors de l'Open Source Experience 2025



OPEN SOURCE

L'évolution de Thelia en 3 dates clés

2005

Lancement de la première version, simple, en PHP, orientée vers les TPE/PME, avec une logique de boucles simplifiée en métalangage HTML.

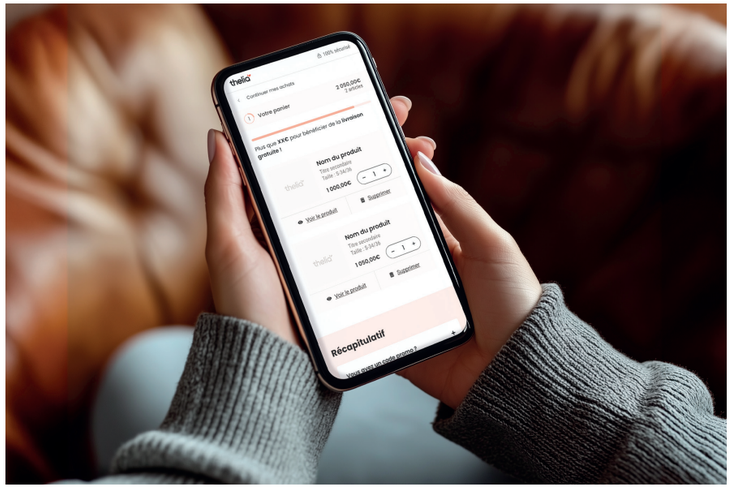
2012

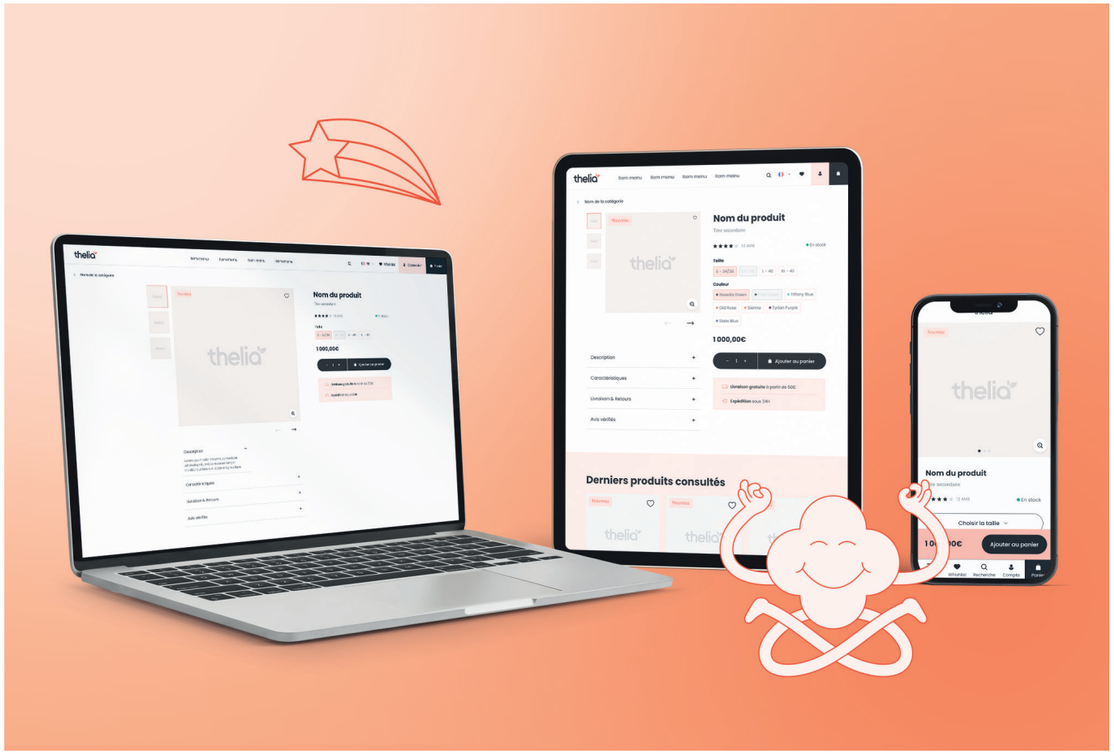
Refonte majeure avec Thelia 2, basé sur Symfony 2, un framework français. Thelia devient alors une véritable solution e-commerce robuste.

2015

Thelia poursuit son évolution avec des contributions communautaires et industrielles, en adoptant les bonnes pratiques instaurées par le framework Symfony et en enrichissant son écosystème (thèmes, modules, connecteurs PIM/ ERP, API REST, etc.).

Aujourd'hui, Thelia fournit une boîte à outils complète pour construire un site e-commerce sur mesure. Sa flexibilité, devenue un atout majeur au fil des années, en fait un CMS idéal pour des projets évolutifs. Thelia est souvent utilisé dans des projets complexes, souvent liés à des problématiques B2B, omnicanal, ou d'interopérabilité avec des systèmes d'information métier.





> *Avec Thelia, nous avons divisé par 3 le time to market pour tester des fonctionnalités. Nos coûts technologiques ont été divisés par 4 par rapport à une solution SaaS premium. On a aussi pu intégrer facilement nos briques IA maison et garder une autonomie complète sur nos données et nos flux. Ce qui est fondamental pour nous, c'est de pouvoir imaginer tout ce que l'on veut sans demander la permission à un éditeur. C'est ça, la souveraineté digitale : ne plus dépendre du bon vouloir d'un éditeur pour exister.*

Témoignage de David Gonzalez, E-commerçant (Just for Pets) et consultant digital, lors de l'Open Source Experience 2025



Une solution souveraine, une philosophie entrepreneuriale

Au-delà des arguments techniques, la force de Thelia est d'offrir une maîtrise totale à ses e-commerçants utilisateurs. Dans le contexte géopolitique actuel, pour le moins agité et inconstant, toute entreprise a intérêt à garder la main sur ses données et son avenir. Avec Thelia, les e-commerçants et développeurs ne sont pas « lockés » par une solution SaaS avec un abonnement susceptible d'augmenter à tout moment et qui suit sa propre feuille de route.

Thelia 3, les grandes évolutions initiées en 2025

En 2025, la solution a connu une nouvelle avancée majeure avec Thelia 3, qui s'aligne techniquement avec la dernière version du framework Symfony, et répond ainsi aux attentes des développeurs et développeuses de la communauté PHP. Une crédibilité technique renforcée, qui s'accompagnera en 2026 d'une communication importante sur toutes les nouveautés de Thelia 3 :

- Solution clé en main API Platform pour le headless
- PHP 8.3
- Live Components
- Typage strict PHP 8+
- Performances de chargement des données
- API exploitable dans les templates Twig
- Unité des développements en PHP
- Approche front-end puriste
- Prérequis d'hébergement standards chez tous les hébergeurs français (Apache, PHP, MySQL, Node.js...)

Thelia 3 a été éprouvé sur l'un des projets clients d'OpenStudio : le Jardin de Mado. ◆

thelia

E-COMMERCE

ACTUALITÉS

On fait le tour de l'actu du... E-commerce

Expérience client, nouvelles pratiques, technologies et modèles économiques : le commerce en ligne continue de se réinventer. On a fait pour vous une sélection d'informations de la presse spécialisée sur le e-commerce.



Guide complet sur la logistique en e-commerce

Le site Info-commerce.fr propose un article sous la forme d'un guide consacré à la logistique e-commerce, pensé comme un outil d'aide à la décision pour les marchands en ligne. Le sujet devient en effet stratégique dès lors que les erreurs de préparation, les délais ou les retours commencent à peser sur la marge. Cet article très complet répond à une intention de recherche précise : comprendre à quel moment faire évoluer son organisation, quels indicateurs suivre et quelles décisions permettent d'éviter de déplacer les problèmes au niveau de sa logistique. ◆

Logistique e-commerce : comment décider quoi internaliser, externaliser ou améliorer en priorité ? – info-commerce.fr - 17 juin 2026

RÉTRACTATION

Les e-commerçants au diapason pour ajouter un bouton de rétractation

Depuis le 19 juin 2026, les acteurs du e-commerce en France doivent intégrer une nouvelle exigence réglementaire : permettre aux clients d'exercer leur droit de rétractation directement en ligne, via leur site ou leur application. Cette évolution impose une expérience d'annulation aussi simple et fluide que celle de l'achat lui-même, traduisant une volonté claire du législateur d'aligner ces deux parcours. Au-delà de l'aspect juridique, cette obligation transforme le droit de rétractation en enjeu opérationnel majeur, impliquant des adaptations côté produit, expérience utilisateur, gestion de la relation client et logistique. ◆

E-commerce : le bouton de rétractation devient obligatoire le 19 juin 2026 - ecommerce-nation.fr - 12 mai 2026

287 605 clients

C'est le nombre de clients du Drive Intermarché dont les données personnelles ont été exposées



Shippingbo et Log's élargissent leur collaboration

Le spécialiste de la logistique Shippingbo renforce son partenariat avec Log's. Leur collaboration va désormais étendre son positionnement au-delà des PME vers les segments midmarket et grands comptes. Les deux acteurs franchissent une nouvelle étape avec le développement d'un connecteur natif entre l'OMS de Shippingbo et le WMS de Hardis Supply Chain. Conçu par Shippingbo, cet outil a pour but de fluidifier la gestion des flux omnicanaux tout en s'appuyant sur les capacités d'exécution logistique du WMS d'Hardis. Log's pourra ainsi déployer plus rapidement de nouveaux cas d'usage, sans remettre en cause les systèmes existants ni les investissements déjà engagés, tout en gagnant en efficacité opérationnelle. ◆

Shippingbo renforce son partenariat avec Log's autour de la logistique omnicanale - voxlog.fr - 19 mai 2026

PRESTASHOP

La lettre ouverte du patron de PrestaShop

PrestaShop cherche à revoir son modèle économique pour mieux financer son écosystème open source. Son dirigeant Mikołaj Król, a signé une lettre ouverte dans laquelle il insiste sur le fait qu'en 2025, 72 % des contributions au code provenaient des équipes de l'entreprise, contre 28 % de la communauté. Pour renforcer ses revenus, PrestaShop mise principalement sur les paiements via ses partenaires officiels et sur sa Marketplace. Pour lui, l'enjeu est désormais de monétiser davantage l'écosystème tout en préservant l'ouverture et la liberté de choix qui font sa force. ◆

PrestaShop : 72% des contributions viennent de ses équipes, Mikołaj Król veut mieux monétiser l'écosystème - 3 septembre 2026 - ecommerce-nation.fr

RETAIL

Pourquoi le secteur du retail est particulièrement vulnérable aux fuites de données

La fuite de données qui a touché Intermarché dernièrement illustre les fragilités croissantes du secteur de la grande distribution face aux cyberattaques. 287 605 clients du service Drive ont vu leurs informations personnelles exposées. Le Blog du Modérateur a donc interrogé Matthieu Trivier, Associate VP of Pre-Sales chez Semperis, pour comprendre pourquoi le retail est aussi touché par les fuites de données et surtout comment elles peuvent les anticiper. Pour lui, les grandes enseignes doivent surveiller leurs systèmes en continu et disposer d'un plan de réponse déjà testé. Il faut savoir que ces attaques sur les données entrainent ensuite de virulentes campagnes de phishing très ciblées, notamment grâce à l'IA générative. ◆

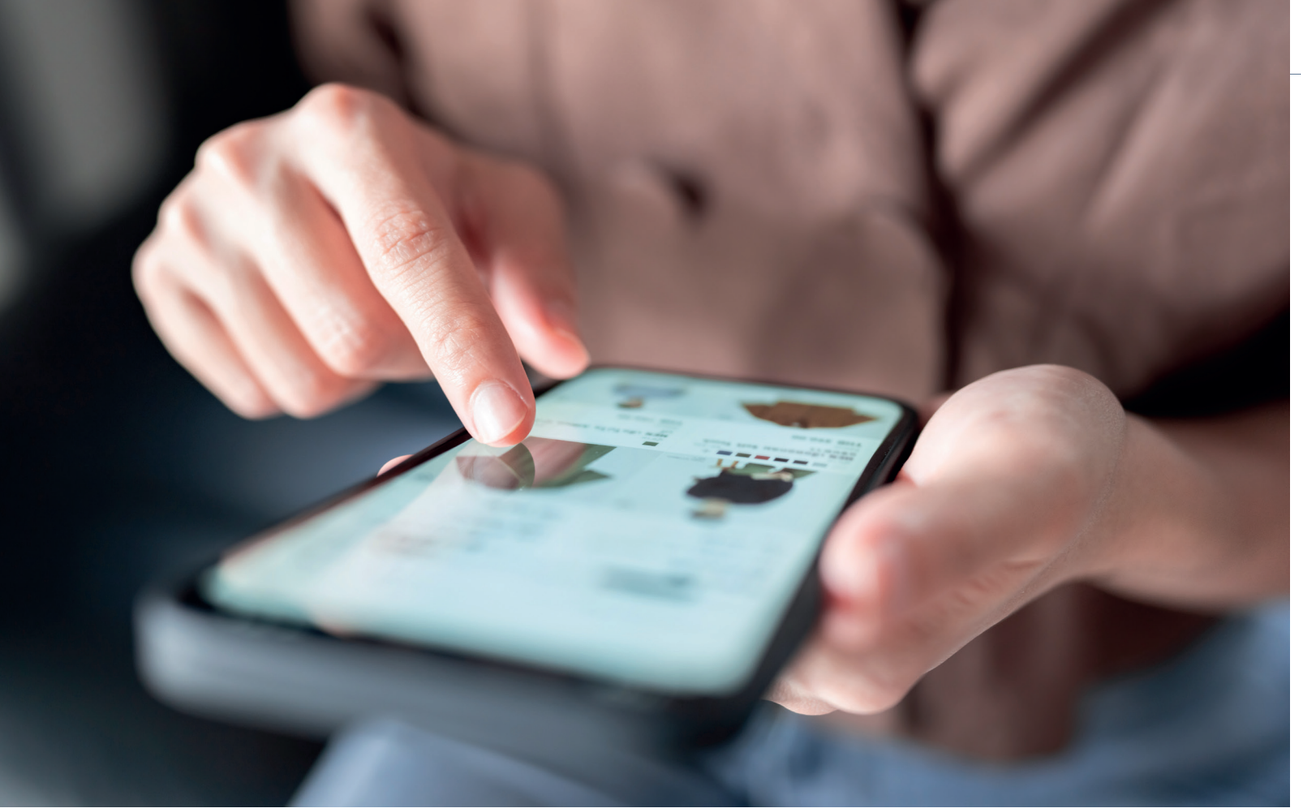
Fuite de données Intermarché : ce que la cyberattaque révèle sur les fragilités du retail – leblogdumoderateur.com - 27 août 2026



L'ultra fast-fashion enfin régulée

En juillet dernier, une loi contre l'ultra fast-fashion a été adoptée par le Parlement français. Elle touche les sites comme Shein, Temu ou encore Alibaba, et leur impose désormais une écocontribution, c'est-à-dire une taxe qui augmente le prix de chaque article vendu sur le principe du pollueur-payeur. L'objectif est de rendre les prix moins attractifs pour le consommateur de ces sites et d'endiguer la déferlante de petits colis. ◆

Ultra fast-fashion - Un malus sur chaque vêtement vendu - quechoisir.org - 3 septembre 2026



DANS LES COULISSES DU E-COMMERCE...

Innover dans l'e-commerce grâce à l'IA : la stratégie OpenStudio

OpenStudio engage une nouvelle phase d'innovation en appliquant l'intelligence artificielle aux enjeux e-commerce, avec un objectif : transformer des développements historiques sur mesure en fonctionnalités généralisables, standardisées et réutilisables par l'ensemble de nos clients. Nicolas Sauzeat, économètre et data-scientist fait le point sur nos avancées.

La première étape a consisté à analyser nos développements existants, identifier ce qui peut être industrialisé et définir de nouvelles fonctionnalités inspirées des retours terrain de nos propres clients e-commerce. L'ambition est de proposer des solutions d'intelligence artificielle explicables et contrôlables, où les e-commerçants conservent la main sur leurs résultats et leurs applications sur la boutique en ligne.

> ***plusieurs méthodes coexisteront et seront orchestrées par un "algo maître" chargé de panacher intelligemment les résultats***

Nous travaillons pour cela avec une boutique pilote, Classic Ride, l'un de nos clients. Toutes ces briques sont pensées pour reposer sur une architecture modulaire, capable de s'intégrer à tout CMS, dont évidemment Thelia, le CMS open source édité par OpenStudio.

Le SmartSort : le tri intelligent des produits

L'une des premières innovations est SmartSort, un moteur de tri intelligent des produits. Il s'appuie sur quatre indicateurs mesurés sur une fenêtre de temps ajustable : la consultation des pages, l'ajout au panier, l'achat et la récence des produits, pondérée par un lissage logarithmique qui limite l'effet de l'ancienneté. Pour chaque catégorie, SmartSort sélectionne automatiquement huit produits jugés les plus pertinents. Ces propositions apparaissent dans le back-office, où l'administrateur peut les modifier. La performance est mesurée par A/B testing : une moitié du trafic voit le tri intelligent, l'autre conserve l'ordre classique. Le système est actuellement en test sur Classic Ride, avec des ateliers réguliers qui préparent une version enrichie intégrant la saisonnalité et la gestion des stocks. Les résultats observés guideront les optimisations à venir.

Un module de traduction automatique

Nous avons parallèlement développé un module de traduction automatique destiné à accélérer l'internationalisation des boutiques. Cette fonctionnalité connectée à l'API DeepL traduit l'ensemble des contenus e-commerce – fiches produits, pages, articles– en respectant le HTML d'origine. L'e-commerçant valide ensuite les traductions dans son back-office avant publication automatique. Une interface dédiée permet de préparer les contenus à traduire et de choisir les langues source et cible, rendant l'opération simple, rapide et totalement intégrée au workflow du marchand. Le module sert à traduire tout ou partie du site ou bien un élément en particulier (une fiche produit, un document, un contenu, un mail, etc.).

Des évolutions sur la recommandation de produits

L'innovation se poursuit avec l'évolution de notre moteur de recommandation de produits.

Nous avons commencé par renforcer l'existant en adoptant une approche itembased : des méthodes de recommandation orientées produits, par opposition aux méthodes de recommandation orientées utilisateurs. Ce choix est plus simple au regard du RGPD puisque les méthodes se basent sur des données transactionnelles des produits (mise au panier, achat, fréquentation, etc.) et non sur les données des utilisateurs.

La première méthode développée analyse les co-occurrences de produits dans les paniers. Elle permet de calculer la probabilité qu'un article soit acheté avec un autre, puis propose les produits les plus complémentaires à partir de l'historique réel des clients. Cette méthode constituera la base de nos recommandations, même si d'autres logiques, comme la similarité sémantique, et des algorithmes basés sur les similarités entre utilisateurs pourront s'y ajouter.

À terme, plusieurs méthodes coexisteront et seront orchestrées par un "algo maître" chargé de panacher intelligemment les résultats pour garantir des recommandations à la fois pertinentes, variées et adaptées au contexte de chaque boutique.

Réunir ces fonctionnalités sur une même plateforme

Toutes ces fonctionnalités convergent dans une plateforme unifiée, pensée comme un catalogue de briques IA dédiées au e-commerce. Elle centralise nos innovations, facilite leur déploiement et donne la possibilité à nos clients de sélectionner, activer et paramétrer les modules qui correspondent à leurs besoins, toujours avec l'exigence de souveraineté, d'explicabilité et de performance qui caractérise OpenStudio. ◆



Nicolas Sauzeat

Responsable IA
& data-science
OpenStudio

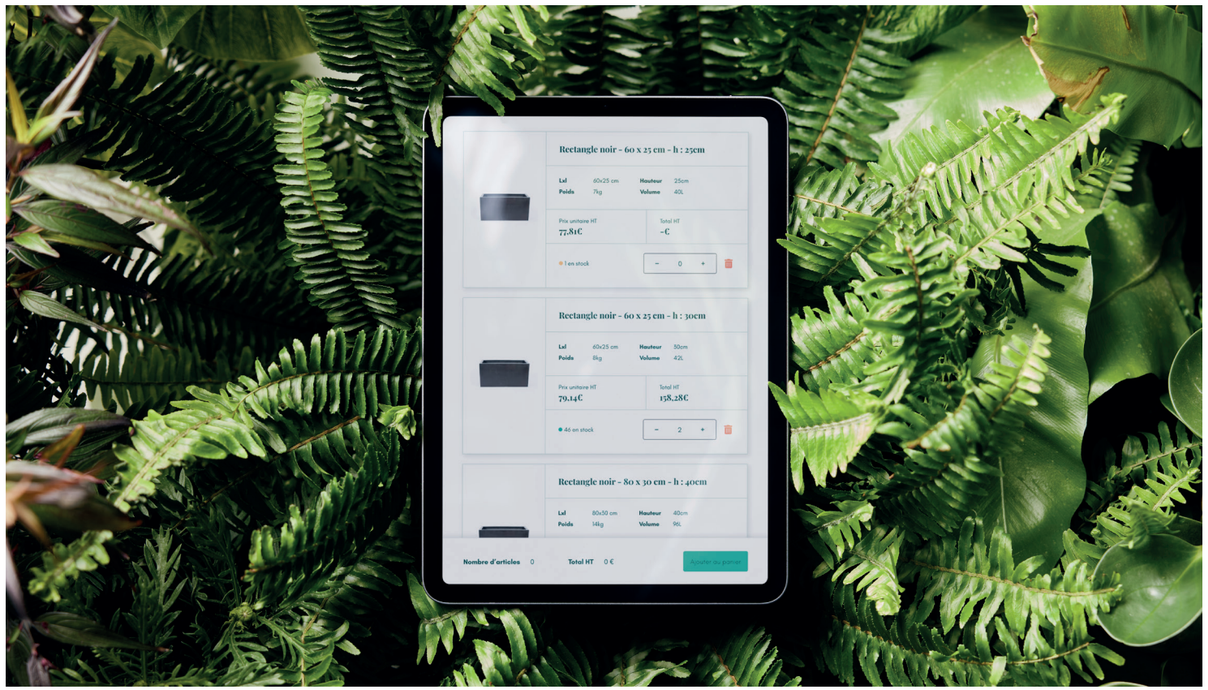
E-COMMERCE

ON ÉTUDIE SON CAS...

Le Jardin de Mado

La fine fleur du e-commerce

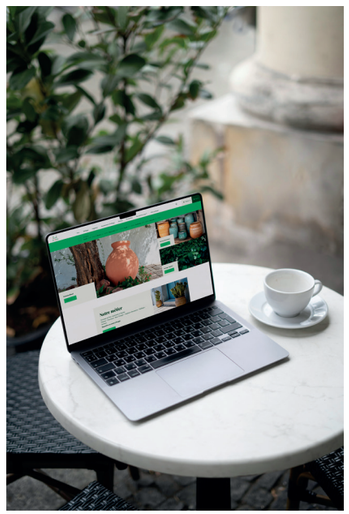
Le Jardin de Mado propose une large gamme de contenants contemporains, des poteries et des plantes d'extérieur, en privilégiant une fabrication française, pour une clientèle de professionnels. Situé sur le MIN de Rungis dans le secteur « fleurs », Le Jardin de Mado expose 2000 références dans un hall de 1200m². L'entreprise avait besoin d'une refonte totale de son canal de vente en ligne.







Le Jardin de Mado a donc sollicité OpenStudio pour refondre son site e-commerce, auparavant développé en WinDev. L'ambition était de migrer vers une architecture moderne et évolutive, capable de suivre les besoins métiers, les volumes de produits et les futurs projets digitaux du Jardin de Mado. Cette refonte constituait également l'occasion de déployer pour la première fois un site sur le nouveau Thelia 3 (notre framework e-commerce) en version alpha.



Conserver la cohérence des données

Le principal défi résidait dans la récupération et la cohérence des données, dispersées dans une base de données historique, des fichiers plats générés par l'ERP et plusieurs fichiers XML et JSON. À cela s'ajoutait la nécessité d'assurer la continuité fonctionnelle entre l'ancien et le nouveau site, tout en s'appuyant sur les toutes dernières briques technologiques de Thelia 3. La synchronisation avec l'ERP EBP représentait un autre enjeu majeur, puisqu'il fallait garantir à la fois la fiabilité des stocks, l'exactitude des prix par famille de clients, la gestion des comptes clients, des commandes et des devis.

Des librairies d'IA

Pour mener à bien ce projet, cinq développeurs, dont des contributeurs principaux de Thelia, ont été mobilisés. L'équipe a d'abord eu recours à plusieurs librairies d'IA pour crawler l'ancien site et harmoniser les données issues des multiples sources. La refonte a ensuite été entièrement réalisée sur Thelia 3, en s'appuyant sur le nouveau thème Flexy et sur l'API REST optimisée par nos équipes depuis deux ans sur API Platform.

Le deuxième challenge technique à relever était la création d'un connecteur avec la nouvelle version d'EBP (ERP du Jardin De Mado) — en collaboration avec l'intégrateur Evogest — pour synchroniser en temps réel les stocks, les prix, les clients, les commandes et les devis.

Enfin, une prochaine étape prévoit d'aller encore plus loin, en créant automatiquement les fiches produits et leurs déclinaisons depuis EBP.

Test réussi pour Thelia 3

Ce projet a marqué un tournant pour OpenStudio puisqu'il a été l'occasion de tester en conditions réelles la nouvelle version de Thelia, et de valider concrètement les performances des choix techniques de ces deux dernières années.

Les perspectives sont particulièrement encourageantes. Les évolutions fonctionnelles et techniques déjà identifiées, ainsi que les besoins à venir autour de la visibilité du site, de la synchronisation des données depuis l'ERP ou encore de l'optimisation e-commerce, s'inscrivent dans la continuité d'un partenariat durable et ambitieux.

Jardin de Mado

ACTUALITÉS

On fait le tour de l'actu de... l'Intelligence Artificielle

L'IA fait toujours couler beaucoup d'encre ! Dans les entreprises, dans les métiers et dans nos usages quotidiens, les applications se multiplient. Tour d'horizon des sujets qui ont retenu notre attention.

RÉGULATION

Un décret pour réguler « un peu » l'IA aux États-Unis

Le Courrier international reprend des informations de plusieurs journaux américains pour expliquer le décret signé par Donald Trump sur une régulation de l'IA aux États-Unis. Ce décret impose aux entreprises technologiques de soumettre volontairement leurs nouveaux modèles d'intelligence artificielle au contrôle du gouvernement avant leur mise à disposition du public. Selon le New York Times, il s'agit de la principale initiative de son administration en matière de régulation de l'IA, après plusieurs mois de discussions autour des enjeux de cybersécurité et de sécurité nationale. Le Washington Post, lui, a mis en exergue les divisions au sein de l'exécutif américain sur la conduite à adopter face à ces outils capables de pénétrer des systèmes informatiques. Le texte avait déjà été envisagé il y a un mois, avant d'être repoussé sous la pression de responsables du secteur technologique et de l'ancien conseiller à l'IA David Sacks. ◆

"Sans fanfare" : Trump se résout à une régulation timide de l'IA - courrierinternational.com - 3 juin 2026

OFFRE

La nouvelle offre de Shadow pour les développeurs et les entreprises

À l'occasion du salon VivaTech 2026, Shadow a dévoilé une nouvelle offre baptisée GPU Cloud & Inference, destinée aux entreprises et développeurs ayant besoin de puissance de calcul pour leurs usages liés à l'intelligence artificielle. Sur le site lesnumeriques.com, on lit que la solution propose notamment des environnements GPU à la demande, des services d'inférence et l'accès à des modèles d'IA via l'infrastructure cloud de l'entreprise. Si les tarifs et modalités restent encore flous, Shadow met en avant une offre présentée comme abordable et surtout européenne, avec l'ambition d'accompagner les professionnels dans le développement de solutions IA. ◆

IA et souveraineté : Shadow lance une nouvelle offre à destination des entreprises et développeurs - lesnumeriques.com - 15 juin 2026

ÉTHIQUE

Selon un chercheur les géants de l'IA jouent avec nos vies

Son claquement de porte a fait du bruit ! Jacob Coxon, chercheur spécialisé en intelligence artificielle, a annoncé quitter Anthropic, après être déjà parti d'OpenAi auparavant. Cette fois le chercheur quitte carrément le secteur de l'intelligence artificielle. Sur X, il a ouvertement critiqué une industrie qui ne fait pas le nécessaire pour éviter que l'IA ne surpasse l'humain. Il accuse les géants de l'IA de *« jouer avec nos vies »* dans leur course au développement d'une IA générale. ◆

Des entreprises qui « jouent avec nos vies » : après OpenAI, un chercheur en IA quitte aussi Anthropic - lanouvellerepublique.fr - 9 septembre 2026

GOUVERNANCE

Le Haut Commissaire de l'ONU veut une gouvernance de l'IA

Sciences et Avenir relaie l'alerte du Haut-Commissaire de l'ONU aux droits de l'homme Volker Türk, qui s'est exprimé sur la nécessité de mettre en place une gouvernance de l'intelligence artificielle. Dans son allocution du lundi 7 septembre 2026, à l'ouverture de la 63e session du Conseil des droits de l'homme, il s'est inquiété de l'avancée de l'IA qui *« pourrait faire peser un risque existentiel sur l'humanité ». « Une IA qui s'échappe de son environnement de test ou qui fait chanter les développeurs pour éviter d'être désactivée est une IA trop puissante »*, a poursuivi Volker Türk , appelant à *« mettre en place des garanties solides concernant la sûreté et la sécurité de l'IA, avant qu'il ne soit trop tard »*. ◆



Intelligence artificielle : l'ONU alerte sur le «risque existentiel» posé par l'IA - sciencesetavenir.fr - 7 septembre 2026



EMPLOI

Savoir se servir de l'IA devient une compétence qui compte pour les recruteurs

Le marché de l'emploi ralentit globalement, mais une nouvelle ligne de fracture apparaît autour de l'intelligence artificielle. Selon une étude relayée par *Les Clés du Digital*, les recrutements reculent dans un contexte économique incertain, marqué par la hausse des coûts et le manque de visibilité des entreprises. En parallèle, les offres exigeant des compétences en IA progressent nettement, même si elles restent encore minoritaires, avec un retard notable en France par rapport à d'autres pays. Cette évolution traduit un basculement : la capacité à intégrer et utiliser l'IA devient un critère différenciant, voire déterminant, dans de nombreux métiers, y compris hors des fonctions techniques. ◆

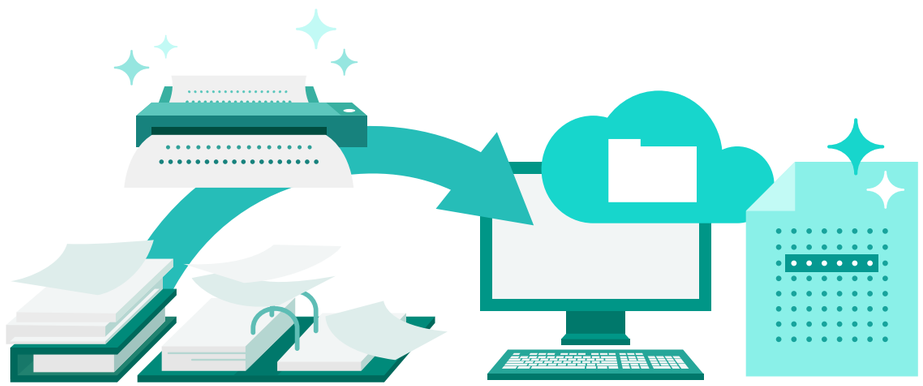
Maîtriser l'IA devient un critère de recrutement - lesclesdudigital.fr -20 mai 2026

EXPLICABILITÉ

Comprendre les décisions de l'IA

Sur intelligence-artificielle.com, un article revient sur l'explicabilité de l'IA à travers le projet Antidote qui évoque une difficulté majeure : *« produire une explication compréhensible par les humains reste un défi, surtout quand l'apprentissage automatique combine de nombreux signaux. »* Il ne s'agirait pas d'expliquer chaque ligne mais simplement que le tableau de bord de l'IA donne quelques arguments vérifiables sur le cheminement de sa *« pensée »*. L'humain aurait ainsi quelques points de repère et la sensation de jeter un coup d'œil dans la boite noire. ◆

IA explicable et jeux de décision : pourquoi montrer le raisonnement change l'expérience - intelligence-artificielle.com - 8 septembre 2026



DANS LES COULISSES DE L'IA...

Intelligence artificielle : Grâce aux LLM, l'OCR explose ses performances

L'OCR, "Optical Character Recognition" ou "Reconnaissance optique de caractères" en français a énormément évolué depuis l'avènement des LLM. Théo Paput, data engineer chez OpenStudio a mené plusieurs projets avec les nouvelles technologies de l'OCR. Dans cet article, il nous éclaire sur le point de bascule technologique qui a mis un coup de boost impressionnant aux performances de l'OCR.

Pendant des décennies, tous les moteurs OCR excellaient sur des textes imprimés propres, mais butaient systématiquement sur l'écriture manuscrite. Les solutions open source comme Tesseract, EasyOCR ou TrOCR affichaient des résultats inutilisables dès qu'on sortait du texte tapé en police standard. Et les géants du cloud ne faisaient guère mieux : AWS Textract, Google Document AI ou Azure AI Vision produisaient des résultats approximatifs sur les formulaires manuscrits, avec des taux d'erreur incompatibles avec une industrialisation de cette automatisation.

La raison de ces performances plutôt médiocres était structurelle : les anciens OCR fonctionnaient par comparaison de formes (pattern matching). Ils cherchaient à faire correspondre des clusters de pixels à des patterns connus suivant des méthodes de « classification » assez traditionnelles. L'écriture manuscrite, par nature variable et imprévisible, brisait cette logique.

80 %

des données d'entreprise sont stockées sous forme de documents non structurés

Le tournant décisif qui marque une vraie rupture arrive avec l'émergence des modèles de vision multimodaux (des LLM capables de traiter texte ET image). Contrairement aux précédents, ces nouveaux modèles ne cherchent plus à « reconnaître » un caractère : ils comprennent le contexte, la structure et le sens du texte. Ce changement de paradigme change absolument tout du point de vue des résultats. Ce qui jusqu'alors était inaccessible, c'est-à-dire, déchiffrer une écriture cursive difficile, lire un formulaire rempli à la main sur fond imprimé, devient soudainement possible avec un niveau de fiabilité industriel.

Les chiffres illustrent bien cette rupture. Sur l'écriture manuscrite, les systèmes IA nouvelle génération atteignent désormais entre 85 % et 95 % de précision, contre 50% à 70 % pour les OCR traditionnels. Avant, sur des écritures manuscrites déjà difficilement lisibles pour l'œil humain les résultats des OCR traditionnels étaient quasi nuls. Aujourd'hui l'OCR arrive parfois aussi bien que l'œil humain (voire mieux dans certains cas) à lire du texte manuscrit très complexe à décrypter.

Un exemple concret de projet OCR

Au sein d'OpenStudio, nous avons mené plusieurs projets dernièrement pour des clients, qui illustrent parfaitement les cas d'usage de l'OCR nouvelle génération en entreprise. Voici un exemple type :

Transcription de formulaires administratifs manuscrits (type dossiers MDPH):

Le vrai challenge n'est pas d'extraire le texte imprimé, mais de lire et structurer ce que les usagers ont écrit à la main dans les cases. C'est ici que la rupture IA est la plus spectaculaire : des blocs manuscrits bien lisibles sont désormais transcrits avec une fiabilité très élevée, et même des écritures difficiles donnent des résultats exploitables, même si une relecture humaine reste parfois nécessaire.

Souveraineté et conformité

OpenStudio a choisi Mistral AI pour ses performances mais aussi parce que l'entreprise est française, ce qui signifie que les données restent soumises au droit européen. D'autre part, une option d'hébergement sur site (on-premise) est disponible pour les organisations traitant des données sensibles. Dans un contexte où le respect du RGPD est indispensable, faire le choix d'une solution française, est un argument décisif face aux solutions américaines.



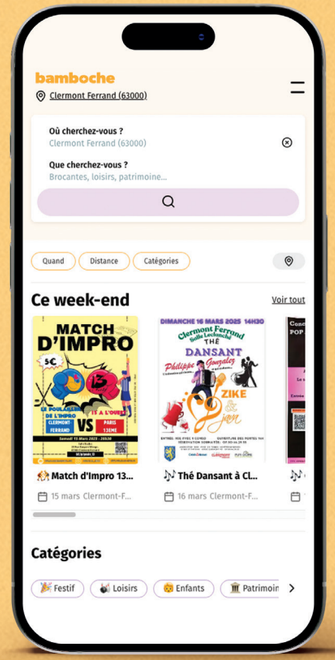


Théo Paput

Data Engineer
OpenStudio

L'OCR n'est plus une technologie de niche

Le marché mondial de l'OCR était évalué à environ 17 milliards de dollars en 2025 et devrait dépasser 38 milliards d'ici 2030, avec une croissance annuelle de l'ordre de 17 %. Ce dynamisme est porté par un constat simple : environ 80 % des données des entreprises sont stockées sous forme de documents non structurés : contrats, factures, formulaires, archives papier scannées. Plus de 90 % des grandes entreprises ont intégré une solution OCR dans leurs flux de travail en 2024.



ON ÉTUDIE SON CAS...

Bamboche

L'application qui vous suggère de faire la fête

Bamboche est une application mobile conçue pour promouvoir les sorties en zones rurales et dans les petites villes. Pour améliorer ses suggestions de sorties, Bamboche a fait appel aux compétences des data scientists d'OpenStudio.

Bamboche recense plusieurs milliers d'activités et offre la possibilité aux utilisateurs de trouver des idées adaptées à leurs envies, en tenant compte de leur localisation et de leurs goûts. OpenStudio a été sollicitée pour développer un système capable de rendre ces suggestions plus pertinentes et personnalisées, avec pour objectif d'offrir une expérience utilisateur engageante.

Allier pertinence, complexité et performance.

Le principal défi résidait dans la capacité à proposer des résultats pertinents et personnalisés malgré des contraintes multiples. Il fallait gérer un volume important de données, tout en respectant des critères complexes : localisation géographique, centres d'intérêt, périodes spécifiques, etc.

Par ailleurs, le moteur devait offrir des performances élevées et être suffisamment flexible pour évoluer dans le temps et intégrer de nouvelles fonctionnalités.

La première étape de tout projet d'IA est de réunir et analyser des données. En effet, pour garantir la pertinence des recommandations, OpenStudio a mis en place un système de collecte de données basé sur Matomo, un outil de suivi qui analyse les interactions des utilisateurs avec l'application. Ces données ont été centralisées dans une base de données répliquée et un back-end spécialement conçu pour un traitement asynchrone des données. Ce dispositif permet non seulement de suivre les comportements des utilisateurs, mais aussi d'entraîner les modèles d'intelligence artificielle de manière continue et performante.



Fonctionnement technique de la recommandation

Nous avons opté pour une API que l'application interroge avec des critères géographiques, temporels ou même des priorités éditoriales. L'API propose quant à elle des recommandations basées sur les centres d'intérêt de l'utilisateur en tenant compte de ces critères. Le traitement asynchrone des données permet à l'API de maintenir des temps de réponse courts et assure ainsi à l'application et à son utilisateur une navigation fluide. Conçue pour être modulable, la solution développée par OpenStudio est pensée pour évoluer facilement. De nouvelles fonctionnalités peuvent être ajoutées sans remettre en cause l'architecture existante, offrant ainsi à l'application une grande capacité d'adaptation.

Les algorithmes mis en place

Le moteur de contenu repose sur des algorithmes hybrides combinant plusieurs approches. L'analyse dite User-Based regroupe les utilisateurs aux comportements similaires pour proposer des recommandations pertinentes, tandis que l'approche Item-Based s'attache aux caractéristiques intrinsèques des activités proposées. Ces méthodes servent à générer des recommandations adaptées à chaque utilisateur, tout en assurant une mise en avant dynamique des contenus selon des critères contextuels et pondérés comme l'importance relative de la date ou de la popularité.



Thelia AI

Ce projet a bénéficié de la synergie avec un autre développement mené par OpenStudio : Thelia AI, un moteur de recommandation pour le CMS e-commerce Thelia. Les deux projets ont partagé leurs approches méthodologiques et algorithmiques, s'enrichissant ainsi chacun des innovations de l'autre. Plus généralement, cette collaboration illustre bien l'expertise d'OpenStudio dans la création de solutions sur-mesure et évolutives. ◆

bamboche

ACTUALITÉS

On fait le tour de l'actu de... la Communication

Les codes de la communication et du marketing évoluent au fil des usages et des technologies. Cette sélection revient sur quelques-uns des sujets qui ont marqué le secteur récemment.



SOCIAL MÉDIA

W s'oppose à X

Le réseau social W, présenté comme une alternative européenne à X, la plateforme d'Elon Musk, a lancé sa première version publique le 17 juin dernier. Annoncé en janvier 2026 à Davos, le service mise sur une logique de confiance et impose la vérification de l'identité lors de l'inscription. Il entend ainsi se différencier des réseaux américains en s'appuyant sur l'hébergement des données en Europe et sur la lutte contre la désinformation. ◆

W, concurrent européen de la plateforme X, lance sa version publique - Stratégies - 18 juin 2026

JUSTICE

Agorapulse gagne une bataille judiciaire contre X

Le tribunal des activités économiques de Paris a sanctionné X pour ses pratiques commerciales vis-à-vis de la start-up française de gestion des réseaux sociaux, Agorapulse. Le 7 mai dernier, les juges ont estimé que la forte hausse tarifaire imposée après une décennie de collaboration constituait une rupture brutale partielle des relations commerciales, tout en soulignant l'existence d'un déséquilibre significatif entre les deux entreprises. Le tribunal considère également que X se trouve en situation de quasi-monopole sur l'accès à ses données via son API, ce qui renforce sa position dominante. En conséquence, il lui est ordonné de rétablir un tarif mensuel nettement inférieur pour l'accès à cette API pendant une période limitée, ainsi que de prendre en charge une partie des frais de justice. ◆

Agorapulse gagne son procès contre la plateforme X - cbnews.fr - 17 mai 2026

SEO

Privilégier la qualité du contenu plutôt que la quantité

Le Blog du Modérateur publie une interview croisée de deux spécialistes du SEO, Julien Bérard, Senior SEO Strategist chez Electronic Arts, et Quentin Sauvaire, cofondateur de l'Agence Binocle. L'objectif de cet entretien est de déconstruire certaines idées reçues sur le SEO, et surtout faire le point sur ce qui marche ou pas. Il s'agit en fait d'une série d'articles sur le sujet, et celui-ci s'intéresse particulièrement à la fréquence des publications de contenus. Selon Julien Bérard, la fréquence de publication n'influence pas vraiment la visibilité. Il précise néanmoins qu'*« un site doit rester actif, et publier régulièrement pour élargir progressivement les champs sémantiques travaillés, ce qui renforce la couverture thématique aux yeux de Google. »* Quentin Sauvaire complète en mettant l'accent sur la qualité du contenu : « si le contenu rédigé est de faible qualité, ça ne sert à rien ». ◆

Faut-il publier régulièrement pour rester visible sur Google ? - blogdumoderateur.com - 14 avril 2026

95 %

C'est la part des professionnels du marketing et de la communication qui utilisent l'IA dans leur travail

IA

L'IA partout dans la communication

La plateforme d'analyse Metricool a publié une enquête cet été sur l'usage de l'IA chez les professionnels du marketing et de la communication. Sans surprise, l'IA s'est généralisée avec 95 % des répondants qui disent l'utiliser dans leur travail. *« Malgré cette intégration poussée, l'humain conserve un rôle central et irremplaçable dans le processus de création. Pour 30 % des professionnels interrogés, le manque de créativité ou le caractère répétitif des suggestions générées constitue le point faible principal des outils actuels. »* décrypte l'article de e-marketing.fr. ◆

Marketing digital : l'IA est adoptée mais la créativité reste humaine - e-marketing.fr - 21 août 2026

BUZZ

Le tournant de la marque Sézane

Le rebranding de Sézane a secoué le monde de la mode et du marketing à la rentrée ! En effet, la marque de vêtements a décidé de créer une rupture avec l'identité visuelle qui avait contribué à construire son succès. En abandonnant certains codes devenus emblématiques de la marque, l'enseigne prend le risque de déstabiliser une clientèle très attachée à son univers. Une décision qui suscite de nombreuses réactions sur les réseaux sociaux, mais que les spécialistes du marketing voient aussi comme une manière de faire évoluer la marque et de renouveler son positionnement. ◆

Sézane, la fin de l'uniforme : le rebranding qui fait pleurer les clientes et jubiler les experts du marketing - influencia.net - 7 septembre 2026



BRANDING

Construire la désirabilité de sa marque

Dans une tribune d'un expert en marketing anonyme sur le site comarketing, on nous propose une réflexion sur la différence entre capter l'attention et construire la désirabilité de sa marque sur les réseaux sociaux. *« Nous avons tellement perfectionné les mécanismes de l'économie de l'attention que nous sommes peut-être en train d'en atteindre le paradoxe ultime : à force de savoir tous attirer l'attention, attirer l'attention ne suffit plus à nous distinguer.[...] C'est pourquoi je pense que l'attention va progressivement perdre une partie de sa valeur en tant qu'indicateur absolu de réussite créative. »* prédit la tribune. Les marques auraient alors tout intérêt à monter en gamme avec une influence plus ambitieuse du point de vue artistique.◆

Après l'économie de l'attention, sommes-nous entrés dans l'économie du goût ? - comarketing-news.fr - 7 septembre 2026

ENTRETIEN AVEC

Simon Martin



Chef de projet Print chez OpenStudio, avec 20 ans d'expérience en tant que graphiste, Simon Martin est spécialisé dans la création d'identités visuelles, de territoires de marque et l'élaboration de supports de communication imprimés. À travers cette interview, il nous donne les clefs qui construisent l'identité visuelle d'une entreprise. Il explique aussi pourquoi une identité visuelle cohérente et pensée en profondeur est devenue indispensable aujourd'hui pour se différencier.

Bonjour Simon, avant tout est-ce que tu peux nous définir ce qu'est exactement une identité visuelle ?

L'identité visuelle regroupe l'ensemble des éléments visuels utilisés par une marque pour se représenter. C'est un reflet immédiat de la « personnalité » de la marque ou de l'entreprise avant même qu'un mot ne soit prononcé pour la présenter. L'identité visuelle est globale, cela va de son logo à sa typographie, en passant par les images utilisées pour sa mise en avant sur les réseaux sociaux.

D'après toi, pourquoi est-il indispensable d'investir dans une identité visuelle de qualité ?

Aujourd'hui plus que jamais, nous vivons dans un environnement saturé par les images, notamment sur les réseaux sociaux. Il devient donc difficile de sortir du lot et de se démarquer – en tant que marque ou entreprise. L'enjeu est de capter rapidement, facilement et durablement l'attention de son audience. Une identité visuelle forte et cohérente, donc bien pensée en amont, doit aussi transmettre ses valeurs, expliciter le positionnement de la marque et renforcer sa crédibilité sur son marché. C'est donc un investissement qui aura à la fois un impact immédiat (être identifié facilement) et sur le long terme (fidélisation à la marque).

Entrons dans le processus de création, quelles sont les étapes que tu suis pour élaborer l'identité visuelle d'un client d'OpenStudio ?

Créer une identité visuelle passe forcément par des ateliers de co-construction. J'ai besoin de bien connaître l'entreprise pour ensuite trouver les éléments visuels les plus adaptés. Au départ, il faut déjà savoir quels sont les objectifs de l'entreprise, et cela demande de clarifier les messages à véhiculer. Après avoir répondu à la question des objectifs, on définit les valeurs émotionnelles et les symboles qui représenteront la marque/entreprise.

Une fois les objectifs et la « personnalité » bien définis, je dois savoir à quel public on s'adresse. Qui sont les clients potentiels ? Quels sont leurs goûts, leurs préférences, leurs besoins, leurs modes de vie ? Avoir une bonne connaissance de son audience permet de choisir les bons codes visuels pour avoir une communication efficace, authentique et percutante. Par exemple, pour l'identité de la bière Diablotin sur laquelle j'ai travaillé, je savais que l'audience était plutôt jeune et festive, donc je suis allé vers des visuels assez audacieux, très fun, pop et colorés.



Crédit photo : Julien Bruhat

On peut imaginer que tu vas aussi voir ce que fait la concurrence ?

Oui évidemment, je vais voir les concurrents mais aussi d'autres marques proches du secteur dans lequel évolue le client ou qui visent le même type de cible. Attention, analyser la concurrence, ce n'est pas aller copier ce que font les autres, c'est plutôt une manière de mieux comprendre le secteur d'activité dans sa globalité, de constater ce qui fonctionne ou pas ailleurs, et trouver comment se démarquer justement.

Concrètement, est-ce que tu peux nous donner les éléments du « kit » pour une identité visuelle complète ?

Oui, quand on parle d'identité visuelle complète, il y a vraiment un « kit » minimum pour qu'une marque puisse communiquer de manière cohérente sur tous ses supports. Voilà les éléments que je fournis systématiquement :

- *Le logo avec une version principale et des variantes pour qu'il reste lisible et garde tout son sens, peu importe le support.*
- *La palette colorimétrique : une palette principale, une palette secondaire, et parfois des couleurs d'accent. Elle doit fonctionner en impression comme en digital, donc je fournis les codes Pantone, CMJN, RVB et hexadécimaux.*
- *La typographie : en général une typo pour les titres, une pour les textes courants, et éventuellement une troisième pour des usages plus expressifs. Et surtout : des règles d'utilisation pour éviter les mélanges incohérents.*
- *Les éléments graphiques : des formes, des motifs, des pictogrammes, un style d'illustration… Ce sont eux qui donnent de la personnalité à la marque et créent une unité entre les supports.*
- *Le style photographique : lorsque c'est pertinent, je définis une direction photo : angle, lumière, ambiance, cadrage… pour garder une vraie direction artistique globale.*

> ***Un logo « solide » accompagnera la marque pendant des années***

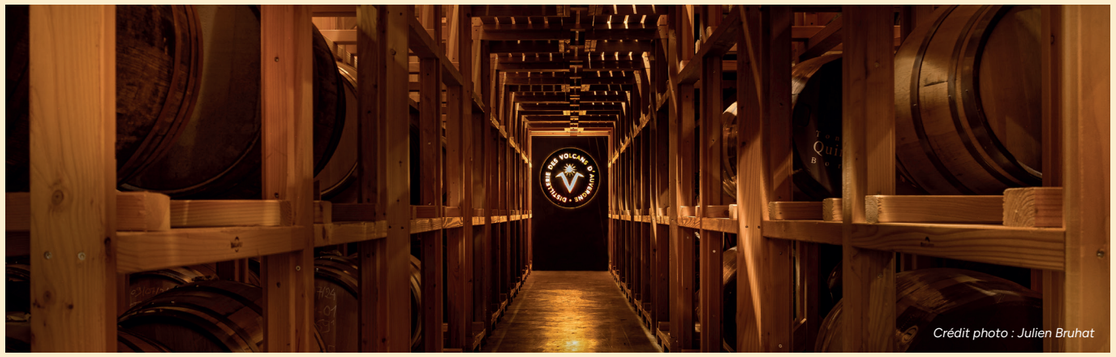
Ensuite je mets souvent en situation mes visuels, avec des applications de base comme par exemple une carte de visite, une signature de mail, un post social media ou une affiche, pour montrer comment l'identité vit dans la réalité. Ça aide beaucoup les équipes à s'approprier l'univers. Je regroupe tous ces éléments dans un « brand book / guide d'utilisation » : il s'agit d'un document clair qui explique comment utiliser tous les éléments, ce qu'il faut faire et surtout ce qu'il faut éviter. Il garantit la cohérence visuelle dans le temps, même quand plusieurs personnes produisent des contenus.

Pour terminer, parlons de l'élément principal de cette identité visuelle et qui provoque souvent beaucoup de débats dans les équipes au moment du choix : le logo ! Comment définirais-tu un bon logo ?

C'est souvent le moment où tout le monde a un avis — et c'est bien normal. C'est l'élément le plus visible, celui qui cristallise l'identité d'une marque en un symbole. Pour répondre à ta question, un bon logo est avant tout simple dans le sens « épuré ». Un bon logo, on l'associe à une marque en une fraction de seconde, et souvent il faut seulement deux ingrédients : une forme claire et une idée forte. C'est exactement cette recette que j'ai appliquée pour la Distillerie des Volcans d'Auvergne avec ce V stylisé qui rappelle les volcans en un coup d'œil. C'est un détail graphique, une astuce, un symbole inattendu qui rendra le logo mémorable.

Après, d'un point de vue plus technique, il faut faire attention à ce que le logo soit fonctionnel, c'est-à-dire qu'il doit rester lisible aussi bien sur un écran de smartphone que sur une affiche publicitaire dans la rue. Si le logo perd son sens quand on le change de taille et de support, c'est qu'il n'est pas encore abouti. Et pour aller encore plus loin, je dirais qu'un logo n'est jamais juste "joli". Il doit incarner quelque chose : un ton, une énergie, une valeur. Quand on regarde un bon logo, on doit sentir l'univers de la marque, même avant de l'avoir exploré.

Un logo « solide » accompagnera la marque pendant des années sans avoir besoin d'être repris tous les deux ans. La durabilité, pour moi, c'est le signe qu'on a tapé juste. ◆



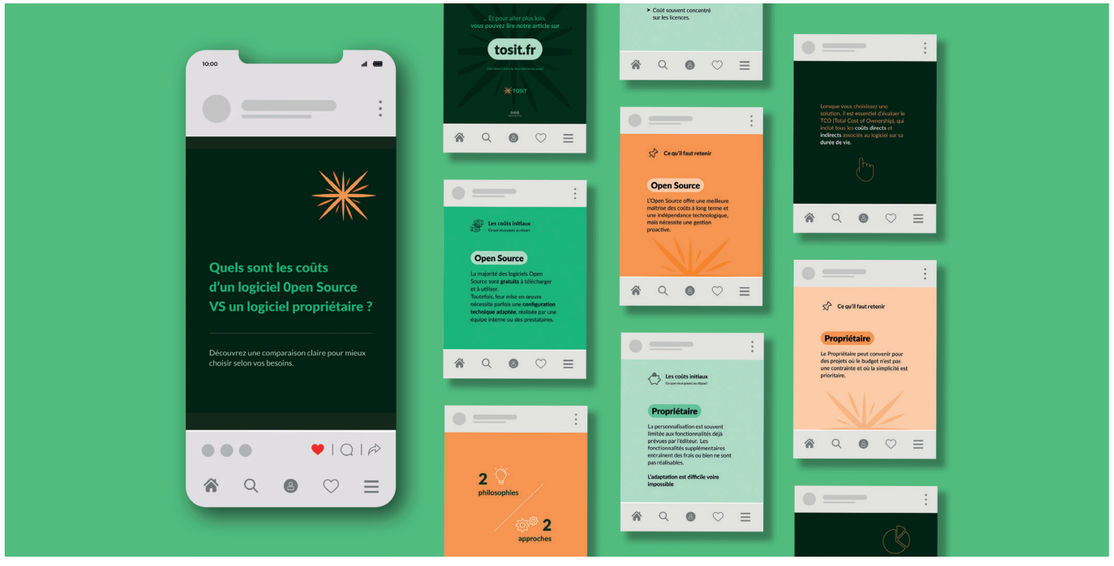
Crédit photo : Julien Bruhat

ON ÉTUDIE SON CAS...

Le TOSIT



Le TOSIT (The Open Source I Trust) est une association créée en 2017 qui vise à promouvoir l'adoption des solutions Open Source au sein des grandes organisations, privées ou publiques. En 2024, le TOSIT décide de faire confiance à OpenStudio pour l'accompagner dans la définition de son positionnement et le déploiement d'une communication impactante.



L'association TOSIT porte des projets innovants soutenus par ses membres et s'inscrit dans une démarche de plaidoyer en faveur de l'Open Source. Afin de mettre en avant à la fois l'association et l'Open Source, le TOSIT avait besoin de reprendre en main sa communication, avec plusieurs enjeux importants : clarifier son rôle, renforcer sa visibilité et structurer une stratégie alignée avec ses cibles et ses valeurs (transparence, entraide, engagement pour le bien commun, etc.). Il a fait confiance à OpenStudio pour revoir entièrement sa stratégie de communication globale.

Une identité plus claire

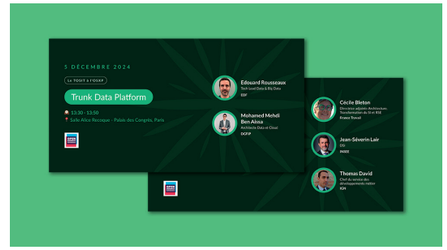
Le principal défi était de donner une identité claire et reconnaissable au TOSIT dans un environnement où ses contributions étaient souvent diluées parmi ses projets et ses membres. Le site web et les réseaux sociaux souffraient d'un manque de dynamisme et de structuration, tandis que la communication manquait parfois de cohérence et ne tenait pas compte des spécificités de ses cibles.

> ***Le principal défi était de donner une identité claire et reconnaissable au TOSIT***

Le principal défi était de donner une identité claire et reconnaissable au TOSIT. L'équipe d'OpenStudio a réalisé en premier lieu un audit de la communication du TOSIT ainsi qu'un benchmark des autres organisations de l'Open Source. Cette étape a permis de dresser un premier diagnostic détaillé et d'analyser la perception actuelle du TOSIT et de sa présence en ligne mettant en lumière des forces (réputation dans l'Open Source, projets innovants...), mais aussi des faiblesses (visibilité limitée, messages dispersés...). Ces insights ont servi de base pour structurer les interventions.

Les bons messages

Ensuite, des ateliers de co-construction ont réuni le comité éditorial de l'association. Ces workshops ont permis de définir une identité et un positionnement alignés avec les valeurs fondatrices du TOSIT, tout en priorisant des messages adaptés à ses cibles : sensibilisation/ persuasion pour les grands utilisateurs finaux, collaboration avec les faiseurs, et plaidoyer auprès des institutions. Une refonte stratégique des outils a été préconisée.



Pour le site web, des recommandations concrètes incluaient une segmentation des contenus par cible, une meilleure valorisation des projets via des pages dédiées explicitant la contribution du TOSIT, et l'intégration d'une rubrique d'actualités et d'articles de fond.

Sur les réseaux sociaux, une approche éditoriale structurée a été mise en place, avec un calendrier de publications régulières et des formats engageants comme des carrousels et des « *save the date* ».

Enfin, un plan d'action opérationnel a été établi pour assurer une gouvernance de la communication. Il inclut la revitalisation du comité éditorial, des outils collaboratifs pour la production de contenus, et des formations pour les membres afin de garantir la cohérence des prises de parole dans la communication.

Une ligne éditoriale solide

Avec cette stratégie en place, le TOSIT est désormais mieux outillé pour renforcer sa visibilité et son influence dans l'écosystème Open Source. La refonte du site web en cours et la mise en œuvre d'une ligne éditoriale cohérente offriront une base solide pour engager durablement ses cibles. À terme, le TOSIT aspire à une audience et une reconnaissance à la hauteur de l'acteur de référence qu'il représente dans l'Open Source, en conjuguant expertise, pédagogie et impact. ◆

TOSIT
The Open Source I Trust



ACTUALITÉS

On fait le tour de l'actu du… Numérique Responsable

Le numérique responsable s'impose dans les réflexions comme dans les pratiques. Sobriété, accessibilité, environnement et impacts du digital : voici quelques actualités sur l'impact du numérique d'un point de vue écologique.



FORMATION

Former les nouvelles générations aux bonnes pratiques numériques responsables

Pour sensibiliser les jeunes générations aux impacts environnementaux du numérique, la Fondation Afnic soutient en 2026 plusieurs initiatives mêlant pédagogie, écologie et numérique responsable. C'est le site carenews.com qui revient sur les programmes de formation des plus jeunes à ces bonnes pratiques. Par exemple, le projet « *Cap sur la sobriété numérique* », porté par Méditerranée 2000, propose un programme d'ateliers interactifs à travers des quiz connectés, des activités ludiques, comme la matérialisation du "poids" des données avec du sable, et des fiches pratiques. Les participants sont amenés à mieux comprendre ces impacts et à adopter des gestes plus responsables. Le dispositif s'appuie sur des partenariats avec des collèges, lycées et structures locales afin de toucher un public large et diversifié. ◆

Sobriété numérique : et si on formait les jeunes aux bons gestes ? – carenews.com - 15 juin 2026

INDÉPENDANCE

Infomaniak ne pourra jamais être racheté : son indépendance garantie

« *La technologie n'a de sens que si elle améliore la vie, respecte notre planète et renforce notre autonomie collective.* » a déclaré Boris Siegenthaler, co-fondateur d'Infomaniak. Une philosophie qu'il confirme avec une décision très forte : le transfert de la majorité des droits de vote à une fondation d'utilité publique (Fondation Infomaniak), rendant toute tentative de rachat impossible. Infomaniak acte un tournant stratégique en verrouillant définitivement son indépendance. Cette décision garantit les engagements historiques de l'entreprise : respect de la vie privée, ancrage local et préoccupations environnementales, tout en offrant à ses clients la stabilité d'un cloud suisse indépendant. Ce choix met fin à un modèle de transmission progressive du capital aux salariés, jugé trop fragile face aux risques financiers et successoraux. Dans un contexte marqué par l'essor de l'IA, la consolidation du marché du cloud et les tensions géopolitiques, l'entreprise cherche ainsi à se protéger durablement des pressions extérieures et à sécuriser la gestion de données sensibles confiées par ses utilisateurs sur le long terme. ◆

Infomaniak inscrit son indépendance et son ADN dans la durée - news.infomaniak.com - 20 mai 2026

950 TWh

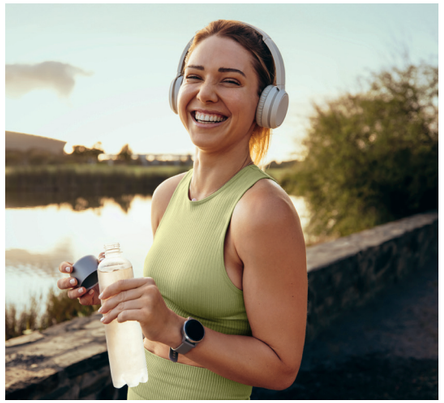
C'est la consommation mondiale que pourraient atteindre les centres de données d'ici 2030 selon la CEE-ONU

INFRASTRUCTURES

L'IA met les réseaux électriques sous pression

Le développement rapide des centres de données, porté notamment par l'essor de l'IA, se heurte à un rythme de modernisation des réseaux électriques beaucoup plus lent. Selon la CEE-ONU, leur consommation mondiale pourrait presque doubler d'ici 2030, pour atteindre 950 TWh, soit environ 3 % de la demande mondiale d'électricité. Un défi énergétique qui s'ajoute aux besoins liés aux cryptomonnaies et à l'électrification de l'industrie. ◆

L'IA menace les ressources en eau et en énergie - news.un.org - 4 juin 2026



DÉMARCHE

La démarche numérique responsable de Decathlon

CIO Online revient sur la démarche numérique responsable de Decathlon. Le groupe a adopté « *une méthodologie d'auto-évaluation de l'impact environnemental de ses développements, afin de repérer les services numériques ayant le plus grand potentiel d'optimisation.* » Le CTO de Decathlon, Romain Taillade, a déclaré que « *l'enjeu est de faire mieux avec ce qu'on a* ». L'article explique bien que le fait de libérer des ressources grâce à ce travail d'optimisation est un moyen de « *développer de nouveaux usages sans augmenter l'empreinte globale.* » ◆

Développement : Decathlon dans la course au numérique responsable - cio-online.com - 7 avril 2026

STRATÉGIE

Covéa intègre la sobriété numérique à sa stratégie de durabilité

Dans son rapport de durabilité 2025, le groupe d'assurance Covéa (MMA, MAAF et GMF) détaille ses émissions de gaz à effet de serre et les actions engagées pour les réduire. Parmi elles, la sobriété numérique, qui reste néanmoins un enjeu encore secondaire par rapport à d'autres pans de son activité bien plus coûteux en carbone. Dans son rapport, Covéa reconnaît que la montée en puissance de l'IA générative complexifie toutefois la mesure et la maîtrise de l'empreinte environnementale du numérique. ◆

Voici ce que prépare Covéa face au casse-tête du numérique responsable et de l'IA générative - znet.fr - 27 août 2026

ON A PRIS LA PAROLE

Deux événements avec le Fonds E5T

EN JUIN

Une learning expedition au Puy

Le 4 juin dernier, nous avons eu le plaisir de faire partie des entreprises qui ont accueilli les membres d'E5t, aux côtés de nos amis de Valosense et de La Brasserie du Digital. L'occasion de mettre en avant la richesse et l'engagement de l'écosystème local, avec également le témoignage de l'entreprise Sabarot sur l'amélioration de sa performance énergétique. Côté OpenStudio, c'est notre PDG, Emmanuel Nurit, qui a fait visiter nos locaux. Il a également présenté, avec Nicolas Sauzeat, des cas d'usage concrets d'IA agentique afin de réaliser des économies d'énergie et de réduire les déchets. En s'appuyant sur notre livre « *IA et environnement : alliance ou nuisance ?* » (DUNOD), ils ont également abordé le coût écologique du numérique et les enjeux d'une utilisation plus responsable de l'intelligence artificielle. ◆



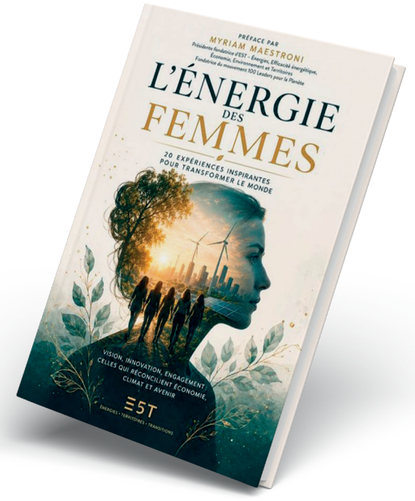
NUMÉRIQUE RESPONSABLE

EN SEPTEMBRE

Intervention à l'Université d'été d'E5T à La Rochelle

À la rentrée, les 2 et 3 septembre, c'était au tour d'OpenStudio de se déplacer ! Direction La Rochelle pour l'Université d'été du Fonds e5t et deux jours de conférences autour du climat et de la création de valeur. Au programme, deux sujets pour OpenS-tudio :

- Une intervention de notre PDG Emmanuel Nurit autour d'une table ronde de haut vol sur l'impact de l'IA sur notre métier de développeur web d'un point de vue écologique, mais aussi en matière de création de valeur et conduite du changement avec nos équipes. Emmanuel Nurit a notamment réagi à l'alerte de Vincent Courboulay, enseignant-chercheur, sur le nombre d'étudiants, en chute libre, inscrits à la licence informatique de l'Université de La Rochelle.
- Deuxième sujet, la présentation en avant-première du livre "L'Énergie des femmes" avec vingt témoignages de grandes femmes sur le sujet du climat, dont l'avocate et ex-ministre Corinne Lepage. Myriam Maestroni, présidente fondatrice d'E5t et Daïana Boismoreau - Bytebier, sa directrice exécutive, ont confié à notre responsable éditoriale, Céline Patissier, la conduite et l'écriture de tous les entretiens qui donnent vie à cet ouvrage. ◆









ENTRETIEN AVEC

TeleCoop Une entreprise engagée



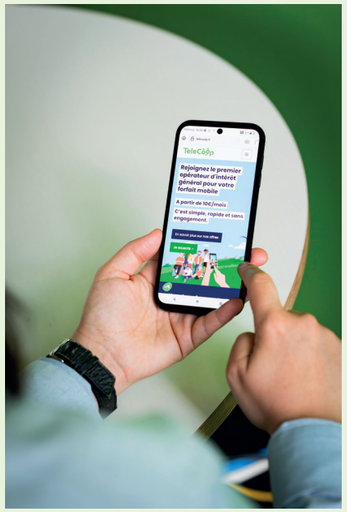
Grâce à notre webzine Capitaine Carbone, nous mettons régulièrement en valeur des entreprises à impact ou en transition vers la neutralité carbone. Voici un entretien avec Marion Graeffly, directrice générale et cofondatrice de TeleCoop. À la tête du premier opérateur télécom d'intérêt général en France avec un modèle coopératif, elle défend une vision plus responsable et transparente du numérique. En cinq ans, TeleCoop a connu une belle trajectoire et prouve qu'une entreprise peut conjuguer innovation, utilité sociale et sobriété numérique.

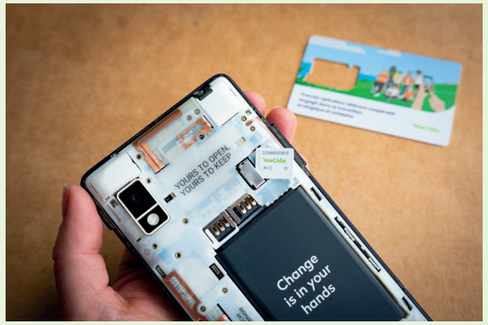
Est-ce que tu peux nous expliquer ce que vous faites exactement chez TeleCoop et en quoi vous êtes engagés dans la sobriété numérique ?

TeleCoop est un opérateur d'intérêt général. Concrètement, on propose des forfaits de téléphonie mobile pensés pour réduire l'impact environnemental du numérique — en aidant nos abonnés à diminuer leur consommation de données et, plus largement, leur temps d'écran. Mais notre engagement va au-delà du fait de proposer des forfaits. Nous refusons les pratiques commerciales classiques : pas de promotions, pas d'incitation à la consommation. Par exemple, nous ne vendons pas de téléphones avec nos forfaits. L'essentiel de l'empreinte écologique du numérique vient de la fabrication des appareils, donc notre priorité, c'est d'aider les gens à garder leur matériel le plus longtemps possible, à le réparer, à le maintenir en bon état. On agit ainsi contre l'obsolescence marketing, matérielle et logicielle. Enfin, on met un point d'honneur à offrir un service client humain et de proximité — sans IA, sans chatbot. On considère que le numérique a pris une place tellement importante dans nos vies qu'on ne peut pas laisser les gens livrés à eux-mêmes ; il est important d'accompagner les usages du numérique. Notre approche s'inscrit dans la sobriété numérique, mais pas dans le sens d'un ascétisme ou d'une contrainte, plutôt comme une manière de redonner au numérique sa juste place, utile, maîtrisée et bénéfique pour tous. L'idée étant de sortir de cette pente techno-solutionniste qu'est en train de prendre ce secteur.

Est-ce que les personnes qui s'abonnent chez TeleCoop ont déjà une volonté affirmée de s'engager pour l'environnement, de réduire leur temps d'écran, etc. ou ce n'est pas forcément ce qui les attire en premier ?

Non, très honnêtement, je ne pense pas que les personnes qui s'abonnent chez TeleCoop soient uniquement des gens déjà très engagés pour l'environnement. Au départ, c'était sans doute plus le cas, mais aujourd'hui, nos offres sont compétitives et reposent sur le réseau d'Orange, le premier réseau mobile 4G en France. La qualité de service est donc excellente. Beaucoup de nos





abonnés viennent d'abord pour un service fiable, simple et transparent : pas d'engagement, pas de petites lignes, pas de ventes forcées. Et surtout, un vrai service client, humain et accessible — ce qui est devenu rare. Bien sûr, notre démarche attire les publics sensibles aux enjeux écologiques et sociaux, mais elle parle à tout le monde, en réalité. On a tous envie d'un opérateur de confiance, qui ne cherche pas à maximiser le profit à tout prix. Chez TeleCoop, on prône une relation plus saine entre, non pas des « consommateurs », mais des « citoyens » et les services de télécoms. C'est vraiment la transparence qui attire nos abonnés, qui sont tout simplement des gens qui regardent de près ce qu'ils payent et à qui ils veulent donner leur argent.

> ***Notre approche s'inscrit dans la sobriété numérique, mais pas dans le sens d'un ascétisme ou d'une contrainte, plutôt comme une manière de redonner au numérique sa juste place, utile, maîtrisée et bénéfique pour tous.***

Comment faites-vous chez TeleCoop pour vous « battre » contre les mastodontes de la télécommunication ?

Déjà, je ne dirais pas qu'on se "bat" contre les grands opérateurs. Ce ne sont pas nos référentiels. Notre but n'est pas de faire mieux qu'eux, mais de faire autrement — en partant des besoins réels des citoyens. On veut vraiment faire bouger le secteur. Aujourd'hui, les opérateurs misent surtout sur la course à la technologie : 5G, IA, etc. Plutôt que de suivre cette fuite en avant technologique, on propose un contre-modèle fondé sur la sobriété, la transparence et l'intérêt collectif. Ce n'est pas juste une alternative : pour moi, c'est le bon modèle. Quand on change cette focale, on ne fait plus du marketing, on fait de l'innovation sociale. C'est ce qui nous distingue : on développe des solutions concrètes à des problèmes concrets, comme nos forfaits bloqués pour enfants et adolescents, pensés pour aider les parents à mieux encadrer l'usage du numérique. On investit peu dans la publicité : ce qui nous fait connaître, c'est la pertinence de nos idées et leur écho médiatique. Et au fond, notre plus grande victoire ce sera quand les autres opérateurs s'inspireront de nos initiatives. C'est comme ça qu'on fera avancer, collectivement, la transition du secteur.

Peux-tu nous parler d'un projet innovant mais qui rappellera aussi quelques souvenirs à ceux qui ont connu une vie sans téléphone portable : vous êtes en train de faire renaître les cabines téléphoniques, c'est bien ça ?

Oui, tout à fait. L'idée de remettre au goût du jour les cabines téléphoniques est née d'un double constat : le premier ce sont d'abord les crises écologiques qui vont nous pousser à repenser nos usages du numérique puisque les ressources nécessaires à la fabrication des appareils deviennent rares, chères, surtout en ce moment où la géopolitique est particulièrement instable. À un moment, il faudra faire avec ce qu'on a, et mutualiser davantage les outils. L'autre constat : c'est la fracture numérique qui ne cesse de se creuser. En France, une personne sur cinq est encore concernée par cette fracture, par manque de compétences, de moyens ou de matériel. Les cabines permettent donc à des publics variés — enfants, adolescents, personnes sans domicile fixe — d'accéder à un service essentiel sans forcément posséder un smartphone. Les cabines TeleCoop sont en fait des lieux partagés d'accès au numérique installés dans des endroits stratégiques. Elles reprennent les codes visuels des anciennes cabines, parce que cela parle à tout le monde : tout le monde a un souvenir lié à une cabine téléphonique. Mais au-delà du clin d'œil nostalgique, il y a une vraie utilité. La preuve : nous avons déjà testé le concept à Strasbourg, où une cabine a enregistré plus de 200 appels en vingt jours, et nous poursuivons aujourd'hui les expérimentations dans la métropole de Lyon. ◆



TeleCoop



LYON
1 place Bellecour
69002 Lyon
06 13 23 83 28

CLERMONT-FERRAND
5 rue Jean Rochon
63000 Clermont-Ferrand
06 62 43 31 88

LE PUY-EN-VELAY
4 rue du Pensionnat
Notre-Dame-de-France
43000 Le Puy-en-Velay
06 60 83 13 02

TOULOUSE
43 rue d'Alsace-Lorraine
31000 Toulouse
06 60 83 13 02

Open. Studio

www.openstudio.fr

