

La donnée contre l'émotion

« **L'intelligence artificielle sera-t-elle au cœur des musées et des galeries de demain ?** », s'interrogeaient plusieurs spécialistes le 16 décembre, lors d'une table ronde organisée par le Syndicat des négociants en art (SNA) et le musée national des Arts asiatiques - Guimet.

.....
PAR MAÏA ROFFÉ

Comprendre les enjeux stratégiques de l'IA et ses applications concrètes dans le domaine des musées et du marché de l'art, tel était l'objectif de l'événement. Dans l'auditorium du musée Guimet, le spécialiste de la statuaire antique d'Asie Christophe Hioco se livrait en introduction à une démonstration aussi inquiétante que bluffante : soumettre à l'agent conversationnel ChatGPT l'image d'une tête de Bouddha, pour qu'il l'analyse. Un rien provocateur, il annonce : « Imaginons que je sois un jeune marchand. Je n'ai pas les moyens de recruter un collaborateur. Il faut qu'il soit pratiquement gratuit, très disponible, qu'il puisse travailler le week-end. J'ai un salon bientôt, j'ai besoin de descriptions pour envoyer à mes collectionneurs. » À partir de l'image, l'IA suggère que la pièce est en pierre ou en stuc ancien minéralisé, de style Dvaravati tardif d'Asie du Sud-Est continentale. En posant des questions plus précises, en fournissant des photos de textes issus d'ouvrages de référence sur Dvaravati, ChatGPT parvient à déterminer les éléments distinctifs de cette pièce, affiner la datation stylistique et reconstituer l'aire culturelle (Mon-Dvaravati de Thaïlande centrale vers 650-750). Le marchand peut alors demander la rédaction d'un

cartel muséal bilingue et un mail descriptif à adresser à ses collectionneurs... Interrogé sur ces résultats, Pierre Baptiste, conservateur en chef au musée Guimet en charge des arts de l'Asie du Sud-Est, se dit troublé par l'exercice, mais se demande jusqu'à quel point la nature des questions posées n'a pas eu d'incidence sur la pertinence des résultats. « Dans les éléments qui ont été donnés, dans la logique des réponses, il n'y a pas d'erreur manifeste. Mais vous êtes en capacité de réaliser la pertinence de ces résultats, ce qui n'est pas le cas de tout le monde », dit-il à Christophe Hioco. En effet, en l'absence de « prompts » (instructions textuelles) précis et de documentation de référence, l'IA peut « halluciner » (donner des résultats incorrects ou trompeurs) et à ce jour seul un spécialiste peut détecter les éventuelles erreurs.

L'IA au Moyen Âge

À l'appui de cette démonstration, Olivier Babeau, président de l'Institut Sapiens et coauteur du livre *Ne faites plus d'études* (éd. Buchet-Chastel, 2025), déclarait : « Les juniors qui arrivent sur le marché de l'emploi ont de plus en plus de mal, même s'ils ont fait de très bonnes études, à avoir de la valeur ajoutée face à l'IA générative. Ils sont remplacés par

les seniors qui savent vérifier et améliorer les résultats donnés par l'IA. Cela contribue à ce qu'on appelle aux États-Unis la *jobs apocalypse*. » Moins alarmistes, les autres intervenants se disaient persuadés que l'IA ne remplacera pas l'humain, mais qu'elle transformera profondément les méthodes, les usages et la chaîne de valeur du marché de l'art. À commencer par Christopher Kermorvant, docteur en informatique spécialiste du *machine learning*, qui présentait plusieurs cas d'usage de l'IA pour les musées et le marché de l'art. « Les modèles d'IA sont très forts pour analyser et structurer des ressources documentaires : extraire des informations non structurées pour créer des bases de données », expliquait le fondateur de Teklia, société experte en traitement automatisé de documents et d'images. Ainsi pour le musée du Louvre, ils ont indexé soixante-dix ans de catalogues de ventes aux enchères des archives du département des arts de l'Islam grâce à des technologies de reconnaissance de texte et d'images à des fins de recherche et de référence. Pour le projet de recherche Horae, ils ont importé 1 500 livres d'heures numérisés, analysé de manière automatique les textes et l'iconographie qu'ils contiennent grâce à un modèle d'IA, et conçu un moteur de



De gauche à droite, Christophe loco, Jérôme Colombain, Olivier Babeau, Yannick Lintz, Valentin Schmite et Sophie Perceval.

recherche très précis. Il permet par exemple de retrouver et de décrire des représentations de saint Georges terrassant le dragon parmi les milliers de pages de ces manuscrits issus de collections mondiales. Autre projet en cours de Teklia, en partenariat avec Guimet : HikarIA, qui utilise l'intelligence artificielle pour augmenter l'accessibilité, la valorisation et l'étude d'un fonds de 20 000 photographies anciennes du Japon du musée national des Arts asiatiques. « L'IA permet d'identifier les personnes et les objets dans les photographies, de transcrire automatiquement les légendes manuscrites des photographies et de les géolocaliser sur le territoire japonais. Un outil de recherche par similarité permet d'accéder aux images identiques, similaires ou proches, de la photographie source. Notamment quand il y a plusieurs tirages, colorisés différemment », décrypte Édouard de Saint-Ours, conservateur des collections photographiques de Guimet, qui pilote ce programme de recherche accessible en français et en japonais.

Dialoguer avec une statue

Selon Christopher Kermorant, l'heure est aux RAG (Retrieval-Augmented Generation), ces moteurs de recherche améliorés avec de l'IA générative qui permettent de poser des questions en langage naturel sur des bases de données documentaires en interne,

aux contenus vérifiés. L'avantage est double : retrouver les sources d'une information dans le texte généré, et garder la confidentialité de ses données. Des IA de confiance, dont les réponses sont fondées sur les contenus validés par les institutions culturelles, tel est le credo d'Ask Mona, qui propose des intelligences artificielles conversationnelles aux musées et lieux de patrimoine. « Derrière le projet d'Ask Mona lors de sa création en 2017, il y avait l'idée de pouvoir poser des questions aux œuvres d'art et qu'elles puissent vous répondre », se souvient Valentin Schmite, cofondateur et directeur de la société, en présentant un projet de médiation mené avec le château de Versailles et OpenAI. Depuis l'été 2025, les visiteurs des jardins peuvent dialoguer avec les sculptures des bassins depuis leur smartphone, en scannant un QR code sous la statue et en leur posant des questions orales. Une voix apostrophe d'abord le visiteur : « Je vous salue. Me voici, Latone, mère d'Apollon et de Diane, veillant sur ce bassin qui porte mon nom » et l'invite à engager la conversation. Ludique, l'application mobile puise dans une base de données dont le contenu est validé par Pierre-Hippolyte Pénet, conservateur en chef chargé de l'architecture, des sculptures et des décors au château. Quant à l'économiste Sophie Perceval, elle présentait une IA analytique à l'œuvre dans Won-

deur AI, un laboratoire de recherche dont elle est cofondatrice et CEO. L'objectif : cartographier l'évolution de la valeur des artistes nés après 1800, en s'appuyant sur l'analyse de centaines de millions de données historiques – expositions, institutions, galeries, prix, réseaux de validation – pour dépasser la seule lecture des ventes publiques. « Notre but, c'est d'ouvrir la conversation sur la valeur de l'art, le libérer de cet étau qu'est le rapport aux résultats publics de ventes aux enchères, qui crée une forte distorsion sur la perception de la valeur de l'art », déclarait-elle. Wondeur AI analyse ainsi l'art qui ne voit jamais la lumière du marché, présent dans les musées et les collections personnelles, évalué à 2,5 trillions d'euros, en partant des données fournies par les assureurs. Pour cela, le laboratoire détermine la valeur intrinsèque, la valeur en galerie et la valeur de liquidation. « Nous prenons aussi en compte la croissance de carrière de l'artiste, sa reconnaissance globale, pour mieux comprendre quelles œuvres sont à surveiller, lesquelles sont à renvoyer vers un expert pour réévaluer la valeur et lesquelles sont à garder, dans une logique de donation », ajoute-t-elle. Avant d'être interpellée par une personne dans la salle : « Dans votre analyse, il y a une donnée que vous ne prenez pas en compte, celle de l'émotion face aux œuvres d'art... » ■