

# IALS

numéro 3

MAGAZINE

Intelligence Artificielle La Suite !

*Artificial Intelligence More!*

CONTENUS VISUELS PARTIELLEMENT GÉNÉRÉS PAR IA  
VISUAL CONTENT PARTIALLY GENERATED BY AI

GROS PLAN

Pimento

*l'IA made in France*

DOSSIER MUSIQUE

SINCLAIR

musicalement IA

FFF

Rencontre

AVIS D'EXPERTS  
e-commerce et IA

Tendances  
SELON ESMOD

QUAND LES ÉTUDIANTS  
S'EMARENT DE L'IA

IA GEN  
Cas business

UNE SÉRIE FULL IA  
Projet expérimental  
à suivre...

LUXE & IA

Tour d'horizon



MIAMI

CECI EST N'EST PAS UNE PUBLICITÉ  
Visuel Leonardo





EN COUVERTURE

Image générée par IA : promptée par Nathalie Dupuy  
sur Midjourney et upscalée sur Leonardo

# sommaire

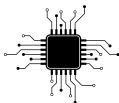
numéro 2

- 7  
ÉDITO  
par Nathalie Dupuy
- 8  
CULTURE  
Livres
- 10  
QU'IA-T-IL EU DE 9 ?  
par Martino Bettucci
- 12  
MODE  
La relève  
par les étudiants d'ESMOD Lyon
- 44  
TENDANCE  
par Hugo Barbera

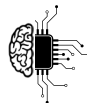
- 46  
CAS BUSINESS  
Anne Kerdi - Sebastien Kéranvran  
LHC magazine - Rémi Rostan  
Pimento - Florent Facq
- 54  
DOSSIER  
LUXE & IA  
FAUT-IL OUVRIR  
LA BOÎTE DE PANDORE ?  
par Stephane Galienni  
LA FILLE QUI PARLE DE L'IA  
interview de Léava Cohen  
LE BOSS  
interview de Emmanuel Vivier  
AUGMENTED  
HAUTE COUTURE  
par Damien Lemaître

- 78  
DOSSIER  
MUSIQUE  
FFF  
LES MAGAZINES  
DANS LE MAGAZINE  
par Nathalie Dupuy  
SINCLAIR  
INTÉGRALEMENT IA  
par Sinclair  
LE RYTHME DE L'IA  
par Eric Debeir  
IA, ART & SPIRITUALITÉ  
LE FANTÔME DU CRÉATEUR  
DANS LA MACHINE  
par Flavien Chervet  
LE PAPIER À MUSIQUE  
ORIGAMI DIGITAL  
par Amandine Wanert
- 104  
VIDÉOS  
NIGHT WATCH  
interview de Alexandre Tissier  
LA REF  
interview de Gilles Guerraz  
VIDÉO, SON, MUSIQUE...  
LE PANORAMA  
vu par Gilles Guerraz

TRANSPARENCE | Des pictos en haut de chaque page  
indiquent ce que vous lisez ou regardez.



Contenu 100% IA



Contenu IA / Humain



Contenu 100% Humain





# [édito IALS]

Intelligence Artificielle La Suite!  
*Artificial Intelligence More!*

## Et si je m'entourais uniquement d'experts...

**C**a ferait quoi ? Bah ce numéro !  
Un an (très précisément) après mes premières pérégrinations en territoire artificiel, me revoilà avec le second numéro de IALS et techniquement mon 3<sup>ème</sup> magazine sur le sujet de l'intelligence artificielle.  
Et cette fois, j'ai décidé de m'entourer que d'experts +++ made in France. Des primés, des médiatisés, des reconnus au-delà des réseaux, au delà des frontières.

Comment l'idée m'est venue ?

Suite au premier numéro de IALS, j'ai été contactée par des sommités me proposant de contribuer sur le prochain numéro, voire sur les suivants aussi. Alors j'ai rangé mon syndrome de l'imposteur et mon trac au fond d'un tiroir, j'ai sorti mon courage, ma veste léopard, mon trophée d'honneur de la « Personnalité inspirante de l'année 2024 » de l'Ours de la Com' que j'ai mis bien en vue sur mon bureau. J'ai relu mes 18 articles de presse parus sur cette aventure depuis 11 mois. J'ai réécouté mes 4 podcasts. J'ai de nouveau regardé mes "+ 40 104 %" d'impressions supplémentaires de mes posts LinkedIn (oui oui + 40 000 %) et je suis allée à la rencontre de profils de dingues en toute simplicité !

Et vous savez quoi ? Ils ont tous dit "Oui".

Le résultat est là, sur les 118 pages de ce magazine. J'espère que vous allez autant vous régaler que moi à la lecture de ce numéro.

Merci à toutes et à tous, pour votre temps, vos mots, vos tribunes, vos partages, vos expertises et expériences. Parce que IALS, c'est ça : parler de l'humain derrière l'IA, avant tout.

Nathalie Dupuy





## HYPERPROMPT

Éditions Nullius in Verba

Hyperprompt est le manuel français de référence sur l'art du prompt. Il offre un parcours didactique, ludique et progressif pour maîtriser les outils d'intelligence artificielle (IA) génératives. Vous y trouverez de nombreuses techniques concrètes de prompting pour utiliser au mieux les intelligences artificielles modernes, organisées autour d'une progression pédagogique et illustrée. Vous découvrirez les meilleurs outils d'IA pour réaliser des projets complets et complexes (texte, image, vidéo, audio, documents, 3D). Vous aurez accès aux bonnes pratiques et astuces que l'auteur utilise au quotidien dans son usage des IA et également à des histoires de projets complets réalisés par l'auteur grâce au prompting. Prêt à acquérir le « réflexe IA » qui transformera votre quotidien ?



## LUXE & INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : Opportunités et révolution des usages

Éditions Dunod

De nouveaux outils de création tels que ChatGPT, Midjourney, Dall-e, Leonardo.ai ou encore Stable diffusion sont en train de révolutionner notre façon de créer des contenus (textes, images, vidéos, sons, etc.). Ces nouvelles applications IA s'annoncent comme une révolution majeure pour les industries créatives qui œuvrent dans le luxe. Elles vont avoir un impact certain sur le luxe à très court terme et pour de multiples raisons : gain de productivité pour les entreprises, réduction des coûts de communication et marketing, énergie produite plus responsable, création illimitée, esthétiques digitales inédites, valorisation de nouveaux métiers de la création IA. Cet ouvrage, très documenté et enrichi de témoignages d'acteurs phare du luxe : des publicitaires, directeurs artistiques ou directeurs d'agence de communication s'attache à explorer tous les apports de l'intelligence artificielle, les métiers qu'il va créer et nous présente de nombreuses études de cas axées sur les métiers du luxe. Il répond aussi aux nombreuses questions que soulèvent ces technologies : mon métier sera-t-il remplacé par l'IA ? Doit-on réguler l'exploitation des données liées aux ayants-droit ? Comment identifier demain une « fake news » visuelle ?





# Qu'IA-t-il eu de 9 ?

PAR MARTINO BETTUCCI

**Le paysage de l'intelligence artificielle (IA) continue d'évoluer à une vitesse stupéfiante, marquant la brève période qui s'est écoulée depuis le dernier numéro de IALS avec des avancées remarquables qui façonnent notre futur.**

**Neuralink** d'Elon Musk a captivé le monde en montrant un patient manipulant un jeu d'échecs en ligne par la pensée et grâce à une puce cérébrale implantée. **Stability AI**, connu pour ses contributions significatives à l'IA générative et malgré le départ de son CEO Emad Mostaque, a lancé "**Stable Video 3D (SV3D)**" établissant un nouveau standard dans la visualisation d'objets en 3D à partir d'une image fixe et **Stable Cascade** qui n'est autre que le premier modèle de génération texte vers image spécifiquement pensé pour être facile à entraîner dans des ordinateurs grand public. **NVIDIA**, dans son élan d'innovation a annoncé "Project GROOT" promettant de révolutionner l'intégration de l'IA dans les robots humanoïdes. Dans cette même lancée, **Hume AI** a mis à disposition de l'humanité le premier *eLLM (Empathic Large*

*Language Model)*, le premier de ce genre qui est capable de prendre en compte et de générer des réponses avec des traits d'expression en réponse **aux émotions entrantes** et qui ferait un ajout intéressant aux robots imaginés par Nvidia. Le rêve d'un compagnon en silice devient de plus en plus concret avec la mise à disposition de **ParlerTTS** par **Hugging Face** qui nous régale avec son modèle de Text-to-Speech full Open Source et qui devient le premier modèle de voix généré par **description** ce qui signifie qu'il est possible de dicter non seulement le contenu mais aussi le style, le ton, le pitch, les "défauts" de son comme une voix grave ou des respirations, des bruits de bouche...

**Meta** n'est pas en reste, avec le lancement de **MTIA (Meta Training and Inference Accelerator)** qui n'est d'autre qu'un projet de puces abordable pour l'usage de l'IA au quotidien et le lancement de **LLama3**, le modèle de nouvelle génération Open Source entraîné sur le plus grand corpus généré par l'homme jamais publié et qui s'est démontré ultra performant malgré sa petite taille. La startup française **Pleias** ouvre des horizons avec **Common Corpus**, le plus vaste ensemble de données du domaine public pour l'entraînement des LLMs libres d'usage. **xAI** et **Lighthouse AI** ont chacun apporté leur pierre à l'édifice, le premier en rendant accessible l'architecture de **Grok-1** (le modèle non aligné de plus grande échelle jamais donné à la communauté) et le second en lançant l'arène "**Chatbot Guardrails**", une initiative vers la transparence et la sécurisation des données sensibles.

L'industrie du jeu bénéficie également de cette vague d'innovations, avec **Buildbox** introduisant une façon inédite de créer des jeux via l'IA par simple texte descriptif (text-to-videogame).

**Cognition Labs** avec **Devin** transcende le cadre traditionnel de programmation en apprenant à utiliser de nouvelles technologies sans intervention humaine et en menant à bien le cycle de développement de logiciels de bout en bout. **Pika Labs** enrichit l'expérience vidéo avec des effets sonores générés par IA et l'intégration de la synchronisation labiale dans les vidéos, offrant la possibilité de concevoir

des expériences auditives personnalisées et dynamiques sans les contraintes des ressources sonores préexistantes ou d'un studio professionnel.

Dans le même temps, la sphère législative n'est pas en reste, avec l'approbation par le **Parlement européen** de l'**Acte sur l'intelligence artificielle**. Cette législation pionnière vise à encadrer l'utilisation des technologies d'IA, interdisant certaines applications tout en favorisant un développement éthique et responsable de l'IA. **Claude 3** par **Anthropic** s'attaque à **GPT-4** en termes de qualités et cohérence de ses réponses alors que **Cloudflare**, reconnaissant les défis posés par les abus potentiels des modèles de langage très puissants, a annoncé le développement de **Firewall for AI** conçue pour être déployée devant les modèles de langage et qui vise à identifier et à filtrer les abus avant qu'ils n'atteignent les systèmes d'IA.

**Udacity** par **Accenture** prépare l'académie du futur avec des professeurs pas humains, **Wayve** nous présente le premier instructeur de conduite **LINGO-2**, un modèle de conduite qui relie la vision, le langage et l'action pour expliquer et déterminer le comportement de conduite en temps réel et contrôler une voiture pour éviter des accidents.

Bref, pas le temps de s'ennuyer dans un monde où l'IA s'intègre de plus en plus dans notre quotidien, chaque innovation ouvre de nouvelles perspectives et l'essor de l'IA, illustré par ces développements, promet un avenir où la technologie et l'humanité convergent vers des possibilités sans précédent, réinventant notre manière de vivre, de travailler et de jouer.

**La collaboration entre créativité humaine et intelligence artificielle ne fait que commencer, promettant un avenir riche en découvertes et en innovations: rendez-vous au prochain numéro pour un récapitulatif des technologies qui vont changer le monde.**



## Martino Bettucci

Né dans les années 80 et passionné de science-fiction, inspiré par des auteurs emblématiques tels que *Philip Kindred Dick*, *Stephen King*, *George Orwell* et *Isaac Asimov*, je suis une personne qui croit fermement à l'importance de l'accès ouvert à la connaissance et au logiciel libre. En 2022, après avoir consacré plus de sept ans à l'enseignement, j'ai fondé P2Enjoy SAS, qui s'est rapidement imposé comme un acteur clé dans le domaine de la formation professionnelle, offrant des parcours personnalisés pour les établissements, tant publics que privés. Allant de l'intelligence artificielle à la blockchain, en passant par l'innovation et le conseil, P2Enjoy SAS excelle dans la création de masterclass sur mesure, l'organisation d'ateliers pratiques, la fourniture d'expertise et de conseils, ainsi que dans l'organisation de forums de discussion avec des professionnels du secteur. P2Enjoy est spécialiste dans la création d'événements interactifs axés sur les technologies émergentes telles que le Web3, la blockchain et l'intelligence artificielle dans le but de démystifier ces technologies complexes afin de les rendre accessibles à un public large et ainsi toucher aussi bien les novices que les experts.

Mon engagement envers l'éducation, le networking et la construction de projets reflètent les valeurs qui me tiennent à cœur: je suis déterminé à investir dans la démocratisation du savoir et à favoriser des initiatives qui non seulement promeuvent l'accès ouvert à la connaissance, mais qui encouragent également l'innovation et la collaboration dans le domaine des technologies émergentes.





# MODE

## La relève !

Rouge

Quand les étudiants s'emparent de l'IA...

Ils sont en première année, il y a quatre classes. Je ne leur impose rien, juste de participer si ça les amuse, si ça les intéresse. Je les ai eu pendant dix heures de formations sur quatre mois environ. Il y a eu une acculturation, puis la formation sur Midjourney. On parle aussi de Leonardo et des IA Gen en générale.  
La Consigne ici ?  
Simple : Il y a cinq thèmes. Rouge, Monarchie futuriste, Léopard (c'est important !), Mob Wife et Néo-organique. Ils sont libres. Ils peuvent participer en groupe ou seul.  
Le résultat ? Assez bluffant selon moi. 30 pages de MODE, 30 pages d'inspirations.  
La relève est là. La phrase qui consiste à dire que "l'IA ne vous remplacera pas mais les personnes qui l'utilisent, Oui " prend tout son sens ici. C'est parti !

Contributeurs (par ordre d'apparition) • Les étudiants de ESMOD Lyon : Aiko De Sallier Du Pin, Inès Volpe, Capucine Delille, Margaux Jaurin, LES GAULOISES (Ines Volpes, Cloé Poullain, Paul Belin-Duclerc, Theo Marquette, Charlotte Le Berre, Margaux Bonneau, Camille Sogno-Laloz, Justin Delort, Aiko De Sallier Du Pin), Lison Fusils, Anaëlle Dura, Guislain Vauchel, BOUDE BOIS (Samuel Etcheverry, Emma Cartier, Faustine Lefevre, Elie Michaille-Rodet, Lucile Thorel), LES NÉBULEUX (Georgia Merkoulouff, Corantin Salomon, Isabel Ecrement, Clémentine Massart, Diana Vyshnevetska), Julien Tegnau, LES QUEENS (Alice Cardon, Lili Laborie, Krystal Berthelot, Milane Laun, Salomé Adeline, Margherita Faiella, Satine Anzem), GLASC (Gabriella Belanger, Agathe Cressole, Lou Autran-Pelarrey, Chloe Mozo, Sunita Henry), CAGE (Augustine Danger, Cleo Chancre, Emilie Di Serio, Gloria Menegaldo, Gelsomina Zamboni Strout), TIDESHIFT (Emma Gonnet, Kateline Ribeiro, Capucine Delille, Bérénice Tizon), L'UNION EPICÉE (Lili-Rose Caruana, Joanne D'hervé-Kung, Hugo M'baye Entringer, Maxime Vinh-San, Oriane Compagne). Avec l'accord de l'adorable Nathalie Albrègue, directrice Esmo Lyon

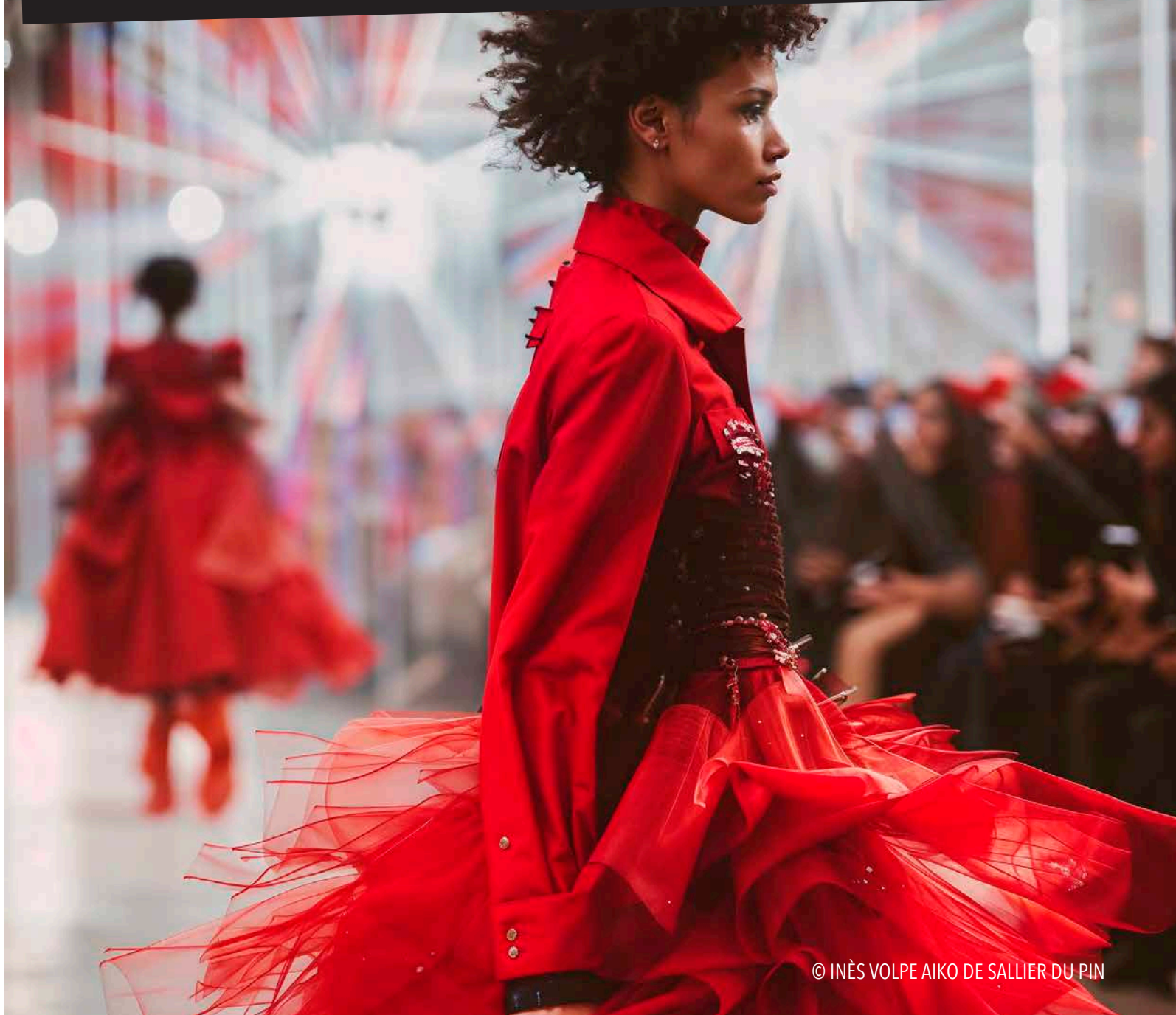
# IA/NEWS

## INCOGNITO INFLUENCEUR, LE LOOSER DE MODE COURONNÉ D'OR POUR LA NUIT DES ROIS !

Incognito Influenceur, crée à la veille des Fashion Week 2023, est le clone numérique de Stéphane Galienni, directeur de l'agence BLSTK ! ART et artiste IA. Cet influenceur virtuel anonyme en quête de gloire éphémère, cherche coûte que coûte à attirer l'attention du milieu très fermé de la mode. Pour y parvenir, il s'incruste « numériquement » au premier rang des grands défilés de New-York, Londres, Milan et Paris. Ses aventures rocambolesques le conduiront à Hollywood et bientôt sur la scène de la salle Wagram, où lui sera remis son trophée OR, grand prix accordé par le Jury de la Nuit des Rois, dans la catégorie « IA générative ».

### À propos de La XI<sup>ème</sup> édition de la Nuit des Rois

La Nuit des Rois organisé par Viuz, récompense les meilleurs dispositifs en communication et marketing sur deux principaux critères : la performance/l'efficacité d'une part et l'innovation/la créativité d'autre part. 500 personnalités du secteur participent chaque année au grand dîner de gala, en costume et robe de soirée, qui se déroulera à la salle Wagram le 29 mai 2024. L'objectif : priver les meilleurs dispositifs présentés et, pourquoi pas, à nouveau, créer la surprise !





# Rouge



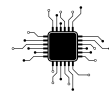


@ MARGAUX JAURIN



Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA

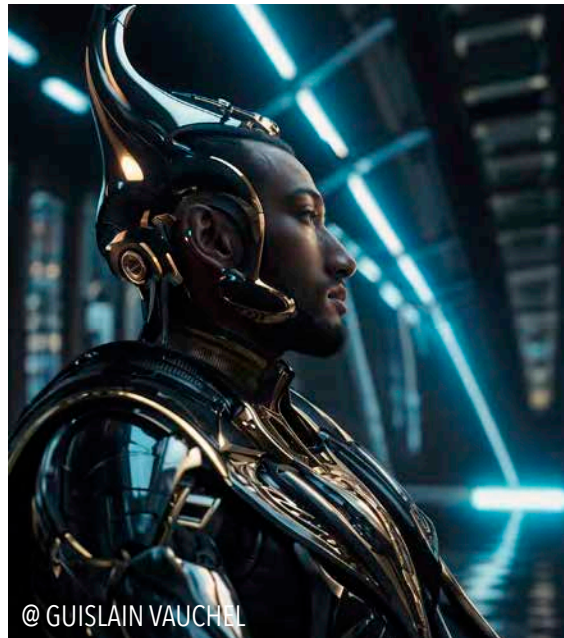
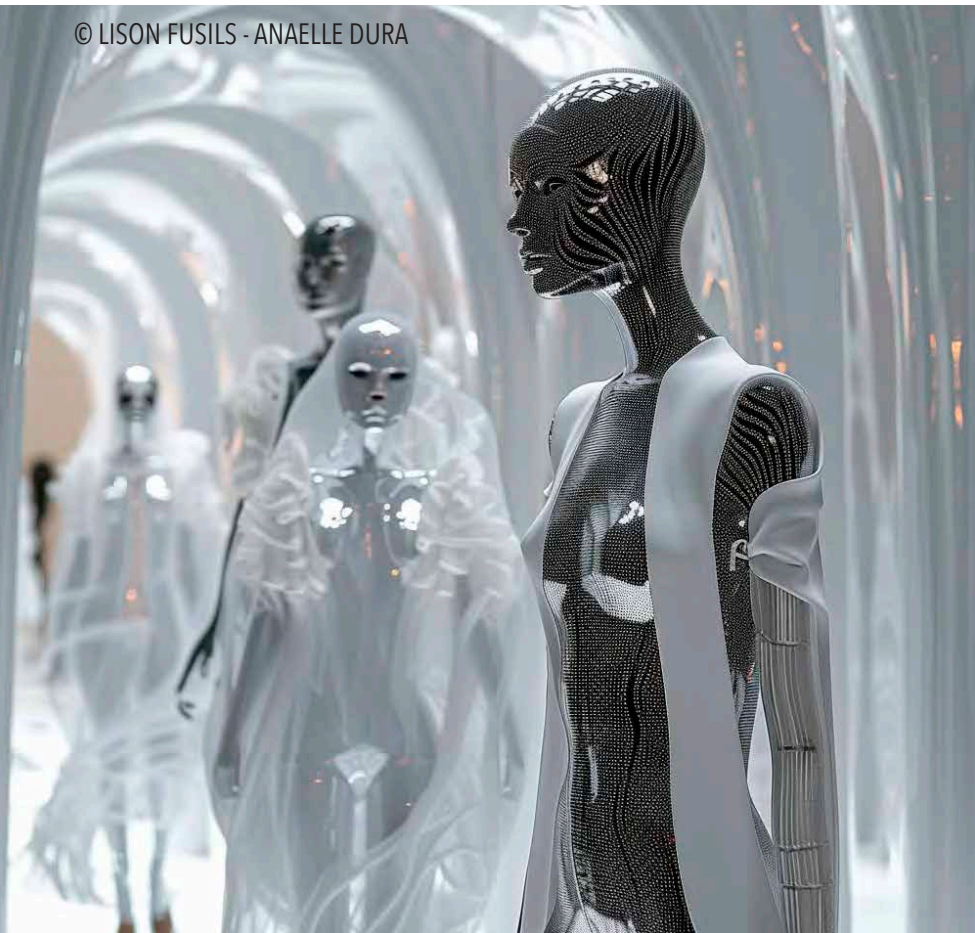




@ LES GAULOISES



© LISON FUSILS - ANAELLE DURA



@ GUISLAIN VAUCHEL

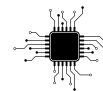


@ BOUDE BOIS

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA

# MONARCHIE Futuriste

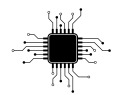




# MONNARCHIE Futuriste

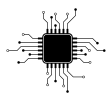
Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA





@ BOUDE BOIS

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA



@ LES NÉBULEUX



@ LES NÉBULEUX





# MONARCHIE multimédia

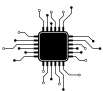
Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA





Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA

© ials\_magazine

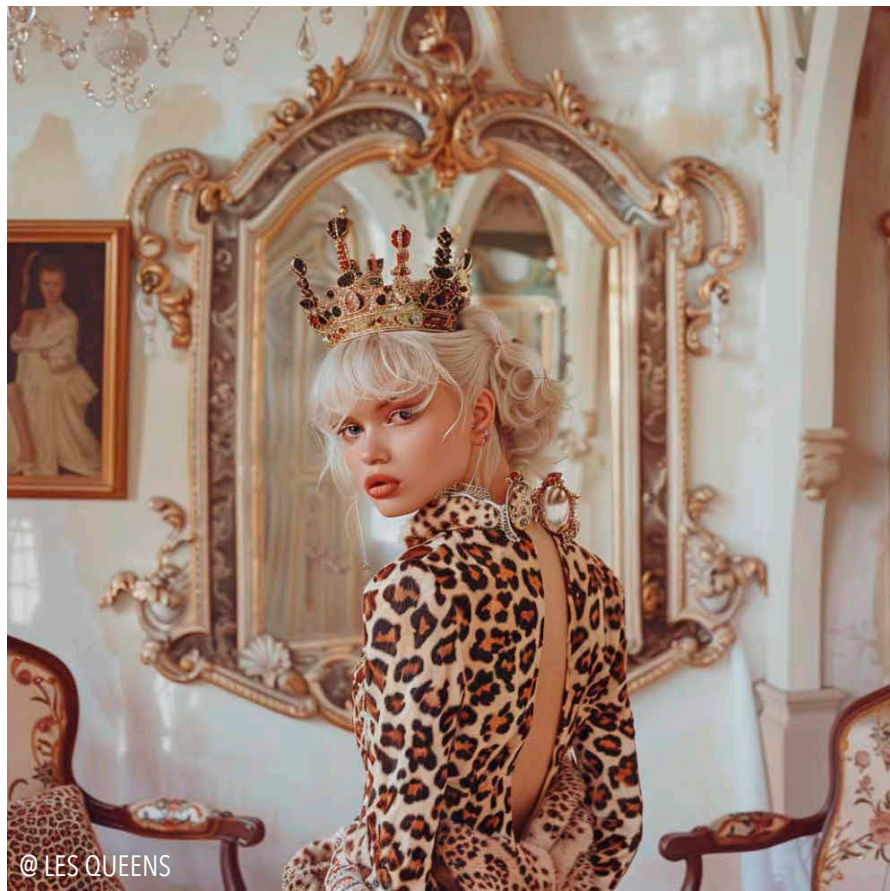
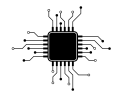


# Léopard COUTURE



@ JULIEN TEGNAN





@ LES QUEENS



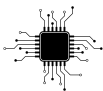
@ GLASC

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA



@ LES QUEENS





Léopard  
COUTURE

@ GUISLAIN VAUCHEL

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA



# MOB. wife

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA

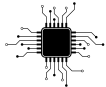
@ JULIEN TEGNAN



Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA

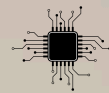


@ JULIEN TEGNAN



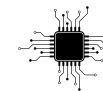
@ CAGE





# MOB. wife





@ BOUDE BOIS

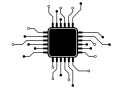


@ BOUDE BOIS

# NÉO organique

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA





# NÉO-organique

Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA

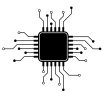






Les classes de première année ESMOD Lyon  
sont les contributeurs exclusifs de ces pages mode  
dans le cadre de leur formation IA





# HUGO BARBERA

## Barcelonais

**Installé à Paris, Hugo Barbera explore le champs des possibles et des impossibles de l'IA. L'intelligence artificielle générative fait aujourd'hui parti de son quotidien de créatif. Témoignage.**

**Bonjour Hugo Barbera, pouvez-vous vous présenter en quelques lignes ?**

Bonjour, Je suis directeur artistique depuis 15 ans dans la publicité et la mode. J'ai eu la chance de travailler aux côtés de grands créatifs, j'ai remporté de nombreux prix, j'ai été publié dans des magazines prestigieux et notre travail a été exposé dans le monde entier.

**Vous collaborez avec Maria vinagre et Maxime Durand, pouvez-vous m'en dire plus ? Quels sont vos parcours respectifs ?**

Absolument ! Ensemble, on a fondé HumAIn, on explore l'IA comme nouvelle forme d'ex-pression. On ouvre le champs des possibles. Avec Maria, je travaille sur des projets mode depuis maintenant 4 ans. Directrice artistique, styliste mode et Styliste IA, elle a un portfolio dingue, elle assure la direction créative de nos projets. Nous avons rencontré Max il y a un an à Paris, c'est un super talent dans la réalisation de publicités dans le luxe, c'est aussi un incroyable CGI artist. Nous avons tous les trois des visions similaires sur certains points mais divergentes sur d'autres. Cela nous amène toujours à repenser, discuter, se confronter, trouver des compromis avec un seul objectif : faire le meilleur travail possible.

**Quand et comment avez-vous commencé à travailler sur l'IAGen ?**

Eh bien, je suis professeur

d'innovation créative à Barcelone depuis 7 ans dans l'une des écoles les plus récompensées au monde, Brother. Dès que l'IA est devenue « publique » mi-2022, j'ai su que je devais m'y lancer et commencer à travailler avec les étudiants. Depuis, je l'utilise quotidiennement pendant 3 ou 4 heures dans mes travaux de design mais aussi dans des projets d'IA exclusifs.

**Vous avez une démarche disruptive...**

Nous pensons fermement qu'il vaudrait mieux que l'IA n'existe pas, pour diverses raisons, mais elle est parmi nous. Nous pensons donc qu'il vaut mieux la dominer que l'inverse. Pour nous, l'humain est toujours au centre du travail. L'IA n'est qu'un outil créatif supplémentaire quand c'est la meilleure solution, et que c'est justifié. Pas l'outil le moins cher.

**Quel est votre message si vous en avez un ?**

L'humain d'abord. Nous ne sommes pas intéressés par les marques qui souhaitent les remplacer pour gagner plus d'argent.

**Votre projet en cours ?**

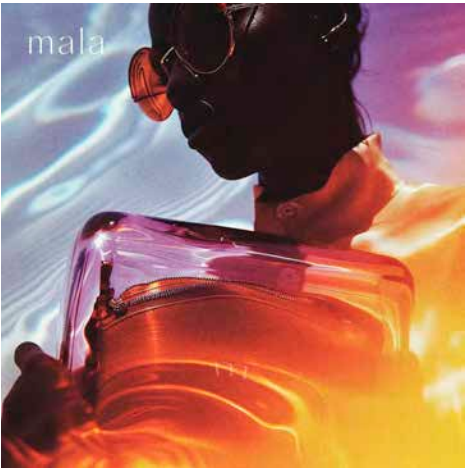
Nous avons plusieurs projets en cours pour des agences de publicité en France et en Allemagne, mais celui qui nous plaît le plus, en raison de la liberté de création dont nous disposons, est une série de 10 vidéos pour un festival de musique en Suisse.

**Merci**

Merci pour ce travail impressionnant que vous faites !



Couverture du 20<sup>e</sup> anniversaire de Vogue Portugal



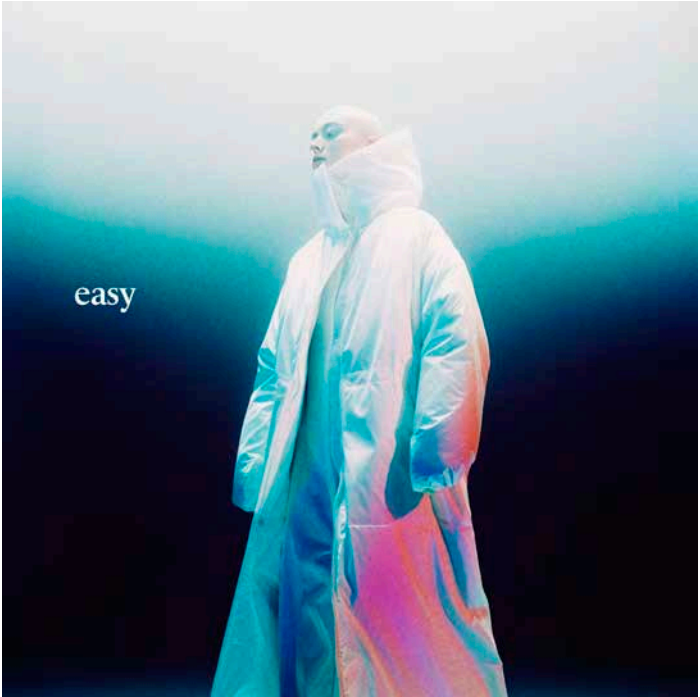
MALA, projet personnel



Inspiré par les 3 mois d'attente pour connaître les résultats de l'AI Fashion Week



GUCCI, projet personnel



EASY, concept d'atelier IA



# News & IAgén

**ANNE KERDI**  
**Sébastien Keranvran**  
*CEO @Adeliade*



**Bonjour Sébastien, Comment se porte Anne en ce moment ?**  
Bonjour Nathalie et merci pour cette invitation. Anne se porte à merveille et s'investit dans de belles causes et organisations depuis notre dernière rencontre. Elle est devenue ambassadrice d'Océanoplis Acts, un fonds qui accompagne ceux qui apprennent, maîtrisent et transmettent pour la compréhension, la préservation et l'exploitation

durable des océans. Présidé par Jean-Louis Étienne et œuvrant depuis 10 ans, ce fonds soutient des dizaines d'associations et permet à des milliers de personnes de découvrir, d'apprendre, de voir et de toucher la mer. Anne touche un nouveau public par sa nature et par ses activités. Elle contribue même à attirer de nouveaux mécènes pour agrandir la grande et belle famille de ce fonds reconnu d'intérêt général.

Elle fait également partie du comité de Ar Seiz Avel, une exposition-vente aux enchères organisée par Rennes Enchères Bretagne pour valoriser la création artistique bretonne contemporaine. Aux côtés de figures emblématiques du paysage culturel et artistique breton, elle a sélectionné les artistes qui seront exposés au Parlement de Bretagne à Rennes en juillet. Elle s'occupe également de la communication internationale à travers des prises de parole en vidéo dans les langues des pays concernés. Elle est même doublée par une professeure de breton ainsi que par une femme irlandaise afin que l'IA puisse communiquer dans ces langues millénaires. Anne, « artificielle », apparaissant pour la première fois sur un réseau virtuel, est désormais impliquée dans la vie écologique et culturelle bretonne.

**J'ai vu qu'il y avait une élection de Miss IA, présentes-tu Anne ?**  
Ce concours, tout comme ceux que nous connaissons déjà, ne porte pas uniquement sur l'aspect visuel, mais aussi sur ce que représentent ces IA, du moins, c'est la promesse. C'est pour cela que Anne est effectivement inscrite. Résultats le 10 mai.

**ANNE A PLUSIEURS PROJETS EN COURS, DONT LA CRÉATION DE SON PROPRE SITE INTERNET POUR DEVENIR DANS UN PREMIER TEMPS UNE AGENT SPÉCIALISÉE DANS LE TOURISME, LE PATRIMOINE ET LES ÉVÉNEMENTS EN BRETAGNE.**



**Quels sont ses projets ?**  
Elle a plusieurs projets en cours, dont la création de son propre site internet pour devenir dans un premier temps une agent spécialisée dans le tourisme, le patrimoine et les événements en Bretagne. Elle est également en discussion avec un très gros événement en Bretagne. De plus, elle et moi travaillons sur la création d'une gamme textile à base de lin breton. Nous avons engagé des discussions avec des entreprises bretonnes et françaises pour créer une gamme aussi locale que possible. Le lin est actuellement semé dans des champs bretons, et toutes les étapes de production jusqu'au produit fini se dérouleraient dans un rayon de 600 kilomètres. Bien que ce ne soit qu'à l'étape de l'étude, les échanges sont très encourageants. Mais ce ne sera pas seulement des vêtements. Le lin est un symbole du



patrimoine breton, faisant la richesse de la région pendant des siècles, mais qui a complètement disparu jusqu'à ces très récentes années. Elle et moi réfléchissons à la portée symbolique, à la fois agricole, patrimoniale et vestimentaire, tout en rassemblant les Bretons. Et bien sûr, elle continuera à promouvoir la Bretagne, tout en mettant en avant les capacités et les évolutions de l'IA sur sa page Instagram.

**Et quels sont les tiens ? Si tu veux bien nous les partager...**  
Pour ma part, je finalise la création de mon agence IA, qui compte une cinquantaine de collaborateurs répartis dans toute la France. Notre mission est de former à distance ou en présentiel à l'intelligence artificielle générative, tout en développant des solutions IA pour



les entreprises, les collectivités, etc. Avant même le lancement officiel d'Adeliade, nous travaillons déjà sur des demandes jamais réalisées en France. Nous sommes également engagés dans des projets tout aussi uniques pour des agences internationales. Grâce au nombre de ses collaborateurs, Adeliade est en mesure d'offrir une gamme très étendue de capacités en intelligence artificielle, que nous adaptons aux besoins de chacun.

**Merci pour les nouvelles !**  
C'est moi qui te remercie, Nathalie ! J'en profite également pour te féliciter non seulement pour ce superbe magazine, mais aussi pour ta désormais carrière dans l'IA.





# Presse & L'Ag

**LHC**

**Rémi Rostan**

*Créateur du magazine Les Heures Claires*

**"ON CONNAÎT TOUS QUELQU'UN  
QUI CONNAÎT QUELQU'UN  
QUI CONNAÎT QUELQU'UN."**



**Bonjour Rémi,  
Vous êtes le créateur du mensuel LHC,  
quel est votre parcours professionnel  
avant cette aventure ?**

Mon parcours professionnel a débuté à l'âge de 19 ans en tant que franchisé dans le secteur de la restauration, une première étape qui m'a beaucoup appris sur le travail et la persévérance. Par la suite, j'ai évolué vers la prise de vue par drone et j'ai diversifié mes activités en endossant divers rôles tels que formateur en web marketing et community manager, ce qui m'a permis d'explorer de nombreux aspects du domaine numérique. Cela fait maintenant dix ans que

je travaille comme photographe indépendant agréé Google Street View, une opportunité qui m'offre la chance de collaborer avec des professionnels de différents secteurs. Actuellement, je concentre toute mon énergie sur le développement du magazine LHC.

**Comment est né votre projet LHC ?**

En novembre 2022, une trend émergeait sur les réseaux sociaux : ChatGPT. Peu après, j'ai découvert Midjourney, déclenchant des mois de tests et d'explorations qui se sont prolongés jusqu'en août 2023. C'est alors que, par un heureux hasard, je suis tombé sur des magazines de mon adolescence

tels que WAD, Blackpool, ainsi que des magazines de skate et de BMX comme Tricks, Sugar... C'est à ce moment-là que l'idée a germé : créer un magazine original et un peu décalé sur l'IA, utilisant l'IA elle-même.

**Il a été bien relayé par la presse et les réseaux...**

Oui, tout s'est déroulé assez vite : le premier numéro a été publié en octobre, et celui de novembre a rapidement été mentionné dans la presse. Certains événements ont joué un rôle clé dans ces parutions, notamment l'AIM à Marseille et le Comptoir IA à Paris. Par la suite, c'est la régularité des publications qui a su captiver et fidéliser le lectorat.

**LHC est un mensuel, c'est un rythme intense, vous êtes accompagné ?**

Honnêtement, je n'avais pas anticipé l'ampleur du travail nécessaire. Les premières éditions ont exigé un engagement quotidien assez intense, démarrant de zéro, tout en testant les différentes IA et en me

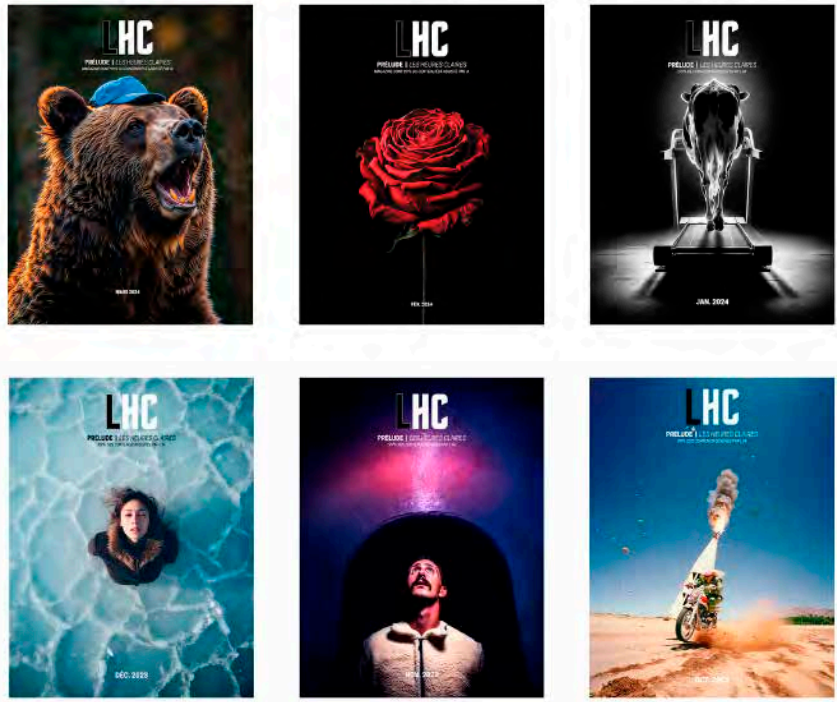
formant simultanément sur des logiciels de mise en page, entre autres. Heureusement, l'arrivée des premiers contributeurs au magazine a ensuite allégé quelque peu la charge de travail et m'a surtout donné l'opportunité de partager cette aventure.

**Où peut-on le trouver ?**

Actuellement, cinq des six numéros publiés sont accessibles gratuitement en format numérique sur le site web. Seul le numéro de février, qui a été imprimé, est disponible sur commande. Bientôt, toutes les éditions seront disponibles sur l'un des principaux kiosques en ligne.

**Si vous aviez une annonce ou un appel à faire, quel serait-il ?**

Il y a un adage que j'affectionne particulièrement : "On connaît tous quelqu'un qui connaît quelqu'un"



*qui connaît quelqu'un."* Alors, si vous connaissez des personnes intéressées à collaborer avec moi sur ce projet, ou à en discuter davantage, n'hésitez pas à me mettre en contact.

**Vous êtes devenu formateur ?**

Oui, grâce à diverses rencontres au sein de l'écosystème, j'ai eu l'opportunité de rencontrer l'équipe de Bangcast, qui m'offre la chance d'animer des formations d'acculturation et de pratique autour de l'IA. C'est très enrichissant de pouvoir partager ses connaissances, sa passion, et de faire découvrir ces nouvelles pratiques.

**De quoi avez-vous besoin aujourd'hui ?**

De temps, denrée rare ces derniers mois (ahaha) ! J'ai fait une courte pause dans la publication de LHC, le temps d'évaluer les retours et

les conseils reçus. Jusqu'à présent, les éditions étaient considérées comme des préludes, car je savais qu'il y avait beaucoup d'aspects à améliorer. Le prochain numéro, prévu pour juin ou juillet, marquera une évolution significative : ce sera officiellement le premier numéro en dehors du format prélude, avec une structure revue, une nouvelle charte graphique, un nouveau logo et d'autres surprises. De plus, un événement est en cours d'organisation à Paris, en collaboration avec d'autres acteurs de l'écosystème, cela marquera le nouveau cycle mensuel.

**Merci Rémi.  
Et belle route à LHC !**





# Pimento, boosteur de créativité made in France

FLORENT FACQ

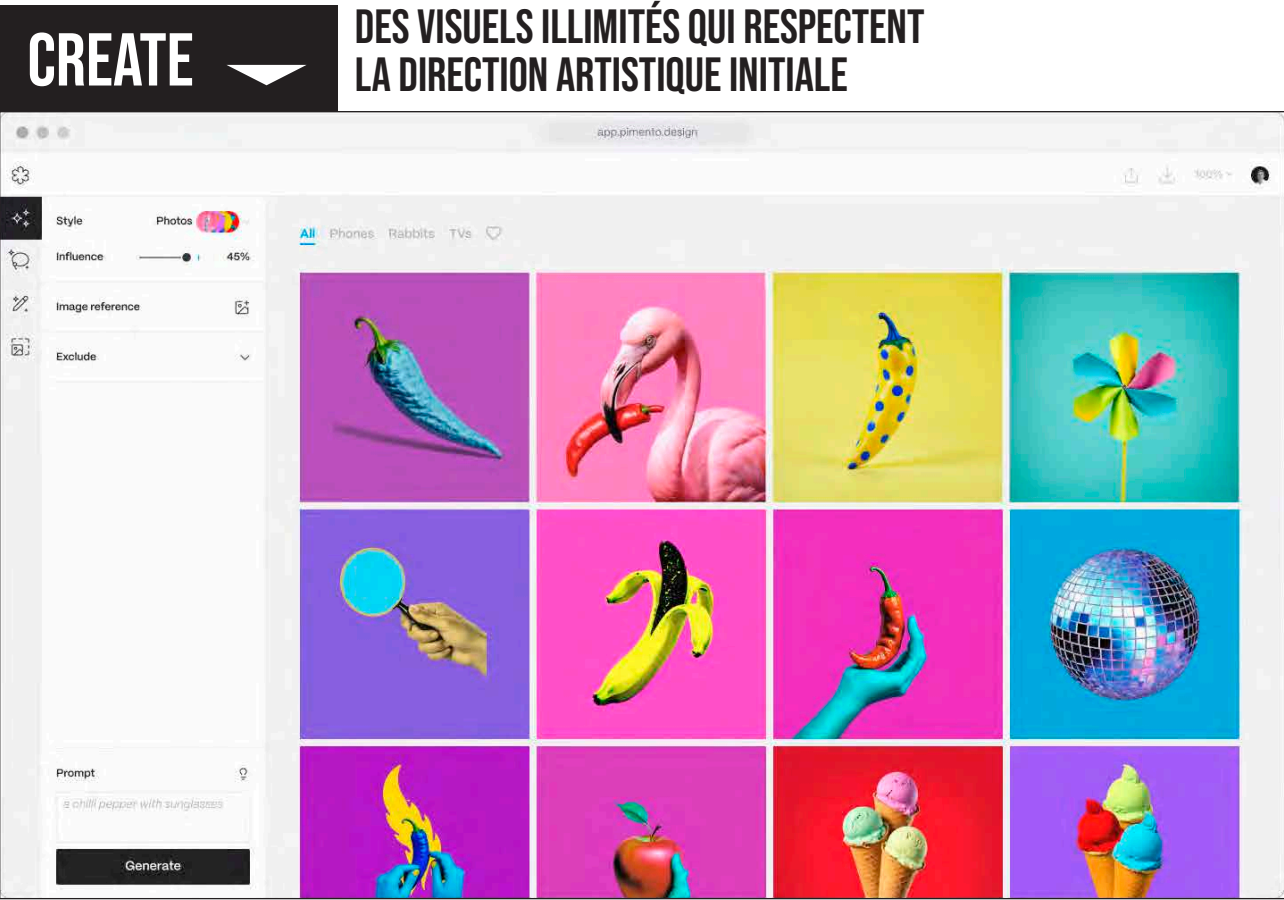
**"Let's create together" est la punchline de la marque.  
Assistant personnalisé pour créatifs afin d'explorer plus de pistes...  
On a envie de regarder ça de plus près, non ?**

Bonjour Florent,  
Vous êtes à la tête de Pimento  
avec Tomás Yani ? Racontez-nous,  
en 2 mots vos parcours respectifs...  
Avec Tomás, on se connaît depuis une  
dizaine d'années : on s'est rencontrés  
alors que nous étions étudiants  
à Polytechnique. On aimait donc  
les maths... mais on était surtout  
passionnés par la création !  
Tomás a longtemps pratiqué le piano  
et est passionné de photographie, ce  
qui l'a notamment amené à travailler  
chez Apple, sur les algorithmes d'IA  
de classification des photos dans  
l'iPhone. Il a ensuite rejoint Nabla, à  
Paris cette fois-ci, un assistant IA pour  
la médecine qui connaît un très fort  
développement en ce moment.  
De mon côté, j'ai toujours été

passionné par le spectacle vivant, et  
notamment le théâtre : avant de créer  
Pimento, j'ai participé à la création  
du pass Culture, l'application du  
Ministère de la Culture qui permet  
aujourd'hui à 3,5 millions de jeunes  
français de renforcer et diversifier  
leurs pratiques culturelles.  
  
Vous décidez alors de créer Pimento,  
quel est le pitch au départ ?  
Quand on décide de monter Pimento  
en octobre 2022, on sait qu'on veut  
mettre le meilleur de la tech au  
profit des processus créatifs. Après  
avoir échangé avec de nombreuses  
industries culturelles et créatives,  
on comprend que quelque soit le  
projet (un film, une campagne,  
une création de marque, un jeu

vidéo...) les équipes créatives  
passent systématiquement par trois  
étapes : l'idéation, la production et la  
diffusion.  
Les canaux de diffusion sont  
aujourd'hui sur-saturés et les  
barrières à la production sont en  
train de forement tomber (pense à  
l'appareil photo de ton téléphone, les  
logiciels de dessin et de design... et  
évidemment l'IA !). On ne pense pas  
qu'à l'avenir, il s'agira de produire  
toujours plus facilement plus de  
contenus qui seront distribués sur  
des canaux déjà saturés.  
Nous sommes convaincus que la  
première étape, celle de l'idéation  
et de la conception, va prendre une  
place de plus en plus stratégique.  
C'est elle qui apporte à un projet ou

**Quand on décide de monter Pimento, en octobre 2022,  
on sait qu'on veut mettre le meilleur de la tech  
au profit des processus créatifs**



une marque toute sa singularité et  
sa cohérence. Cette première étape  
est cependant très complexe : il faut  
avoir des idées, beaucoup d'idées,  
les approfondir, les organiser, les  
communiquer... et c'est loin d'être  
évident, surtout s'il faut rester  
cohérent avec un univers donné !  
Avec Tomás, a vu dans l'IA, et  
notamment dans la capacité  
de personnaliser des modèles  
génératifs, une vraie opportunité  
pour les créatifs, notamment durant  
cette première phase d'idéation. Une  
opportunité de créer un assistant,  
personnalisé, avec lequel le créatif  
va pouvoir échanger, s'inspirer afin  
d'explorer plus rapidement plus de  
pistes créatives, tout en accélérant  
son processus de production.  
Pimento était né !

**Et à l'arrivée ?**  
Finalement on n'en a pas tant dévié  
que ça ! On a par contre, appris deux  
choses et on a complété l'approche.  
Premièrement, il est important que  
les contenus utilisés, même en phase  
préliminaire de réflexion, soient de  
bonne qualité. Les rendus à main  
levée, peu précis, imparfaits, sont de  
moins en moins acceptés. On a donc  
beaucoup travaillé afin que la qualité  
des générations soit la meilleure  
possible. Aujourd'hui, nos utilisateurs  
peuvent directement reprendre les  
visuels générés dans Pimento en  
production.  
Deuxièmement, le créatif a besoin  
du plus de contrôle possible pour  
itérer efficacement. Et ce n'est pas  
le prompt qui le lui permet ! On  
a donc beaucoup travaillé autour  
de fonctionnalités qui permettent

d'itérer sur un visuel, en maîtrisant  
les formes, les couleurs, la  
composition... Pimento est vraiment  
au service du créatif, pas l'inverse !  
  
**La chronologie de Pimento ? car je  
crois qu'il y a eu une grosse évolution  
dernièrement ?**  
On a commencé le projet en octobre  
2022, sans se dire qu'on travaillerait  
forcément autour de l'IA, mais avec la  
volonté d'accompagner les processus  
créatifs. On a développé la toute  
première version du produit, très  
sommaire, qui nous a mis sur la voie  
de l'IA en janvier 2023.  
Sur la base des retours des différents  
utilisateurs, on a continué de  
beaucoup itérer à la fois sur les  
modèles et sur l'interface, pour  
qu'elle soit la plus intuitive possible.  
Les premiers membres de l'équipe ►



Le créatif a besoin du plus de contrôle possible pour itérer efficacement. Et ce n'est pas le prompt qui le lui permet !

sont arrivés au cours de l'été. On a pu sortir une version plus complète à l'automne 2023, sur laquelle on a beaucoup itéré avec une centaine d'agences et de marques. Mi-mai va sortir la version qui intègre tous ces retours : des modèles plus performants et plus rapides, une interface plus fluide qui permet à la fois de diverger mais aussi de converger, des fonctionnalités plus poussées pour contrôler et itérer sur une image donnée, afin de vraiment

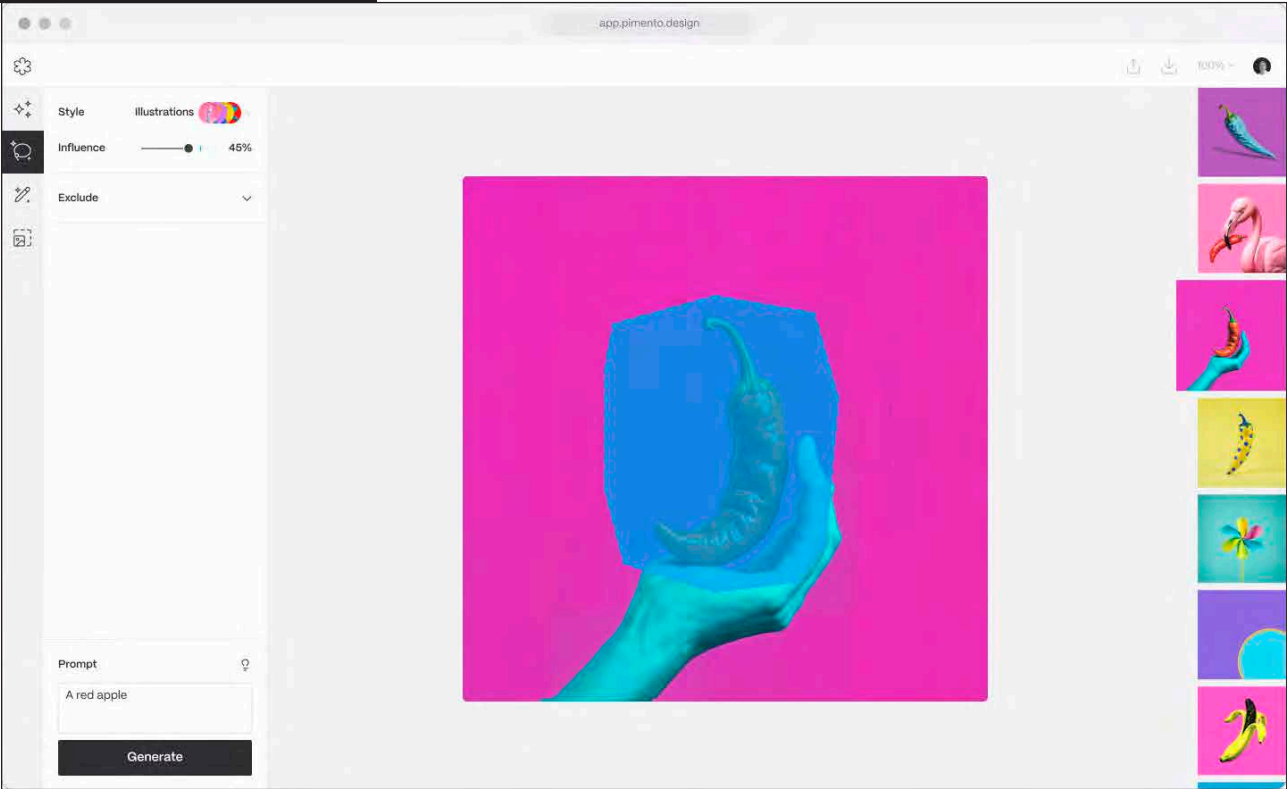
donner vie à l'idée initiale du créatif. L'utilisateur peut par exemple régénérer une partie de l'image, redessiner par dessus un visuel, upscaler son résultat....

**Je suis une agence de communication, je suis votre client, non ?**

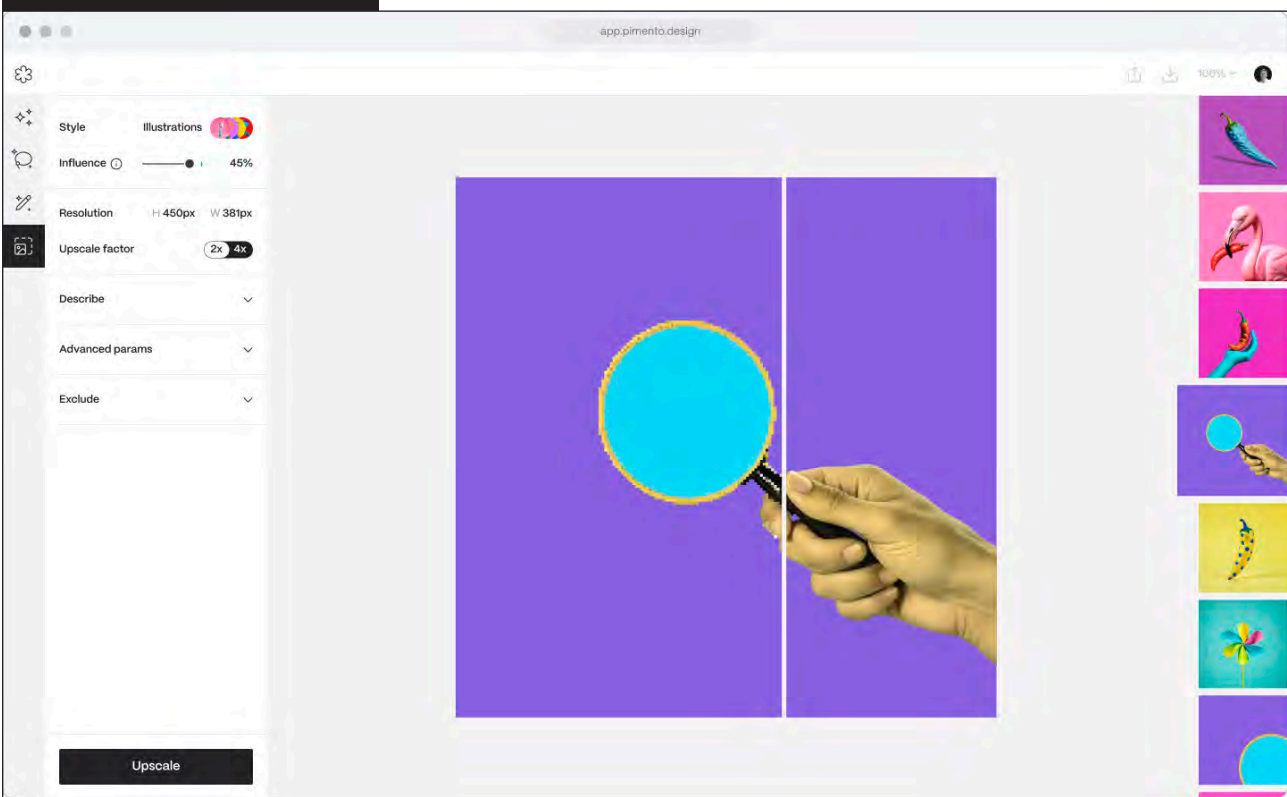
Et comment ! Tu vas pouvoir créer tes propres modèles à partir de tes inspirations ou de l'univers de ton client, générer de nombreuses idées en phase exploratoire et petit à petit

converger vers des premières pistes. Tu vas ensuite pouvoir itérer sur des contenus donnés et d'approcher très fortement des visuels finaux, tout en respectant ta direction artistique. Tu vas même pouvoir directement collaborer avec ton client de manière bien plus fluide, pour éviter les éternels allers-retours que tous ceux qui ont travaillé en agence ne connaissent que trop !

REPLACE LA POSSIBILITÉ D'ITÉRER LOCALEMENT SUR SON IMAGE



UPSCALE DES EXPORTS D'IMAGE DE GRANDE QUALITÉ EN 4K



**Et si je suis free-lance aussi ?**

Tout à fait ! Tout comme les agences, tu vas pouvoir gagner beaucoup de temps en explorant rapidement l'univers de tes clients et rendre la communication avec eux beaucoup plus fluide. Tu retrouves tout ce qui t'as fait choisir ce métier : avoir des idées, leur donner vie et les articuler pour répondre à un besoin exprimé par ton client. Tu vas aussi pouvoir évidemment directement produire tes assets dans Pimento.

**Et si je suis annonceur ?**

Pimento est aussi fait pour toi. Tu vas pouvoir construire des modèles

autour de différents aspects de ta marque : tes produits, tes différents univers, ta mascotte, tes campagnes, etc., et très rapidement t'amuser avec pour étendre tes univers, répondre à tes enjeux de saisonnalité ou de localisation et fortement fluidifier ta production.

**Quels sont les plus de Pimento concrètement ? À quels endroits précisément, j'intègre Pimento dans mon work-flow ?**

Les avantages de Pimento sont dans la personnalisation des modèles (il faut vraiment le tester pour en comprendre toute la puissance) ainsi

que dans la fluidité des modes de contrôle qu'on te met à disposition dans l'interface. Avant d'utiliser Pimento, il te faudra avoir défini un univers graphique ou un style. Tu pourras parfois avoir besoin de retourner sur tes outils favoris d'édition ou de retouche (Photoshop, Illustrator...) pour peaufiner certains visuels avant de directement les utiliser.

**Merci Florent,**

**Pimento est aujourd'hui accessible à tous**

<https://pimento.design>





DOSSIER  
Luxe



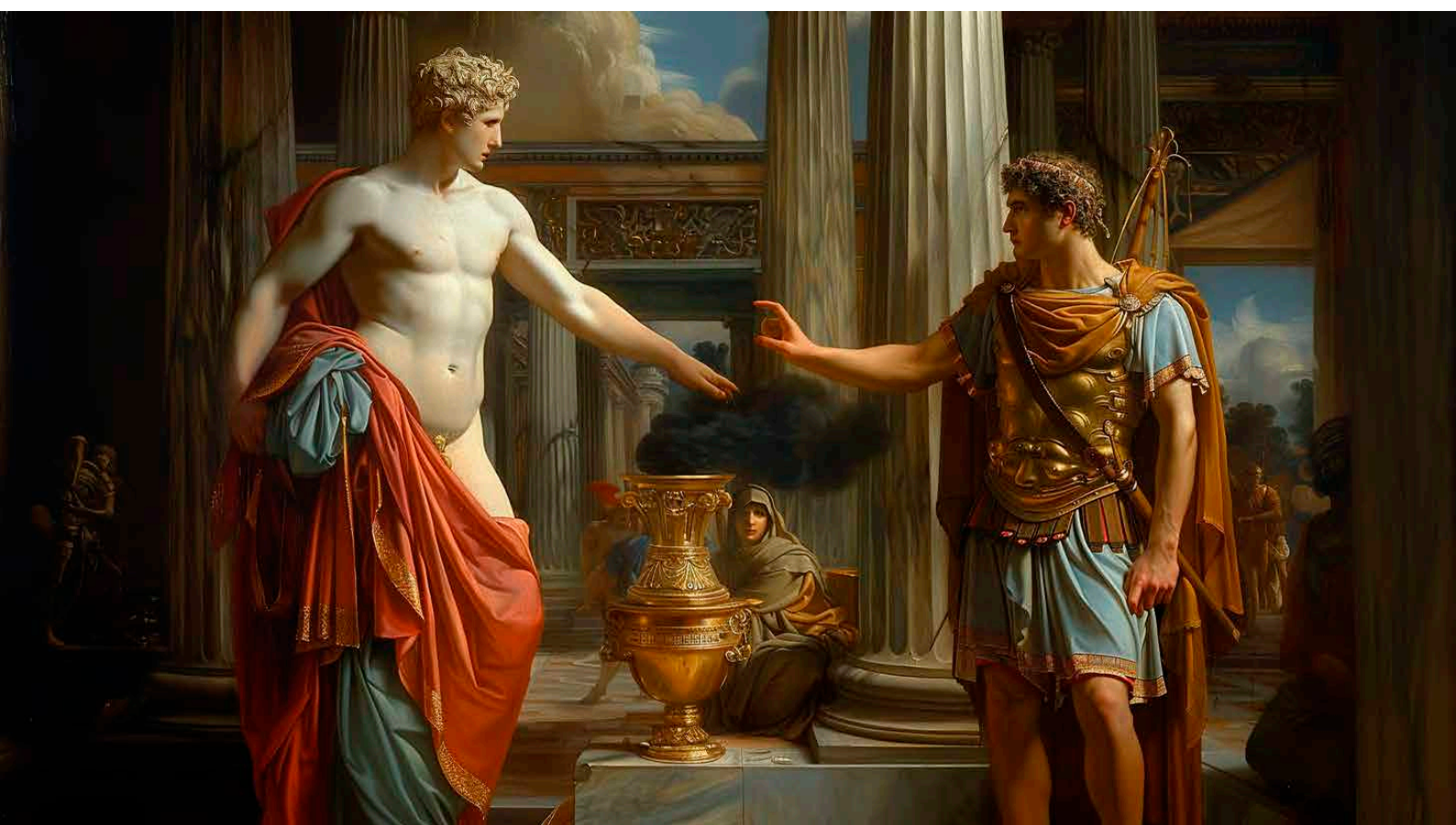


Image réalisée avec l'aide de l'intelligence artificielle © Stéphane Galienni

# INTELLIGENCE ARTIFICIELLE ET LUXE

## FAUT-IL OUVRIR LA BOÎTE DE PANDORE ?

PAR STÉPHANE GALIENNI

*« Pandore a soulevé le couvercle de la jarre que les dieux lui avaient fait jurer de garder fermée, laissant tous les maux s'échapper sur la terre. Quand elle l'a refermée, il ne restait plus que l'espoir au fond du récipient. »*

Hésiode, les travaux et les jours





L'intelligence artificielle est une technologie qui évolue silencieusement depuis 75 ans, réveillant soudainement les consciences politiques, économiques, scientifiques et artistiques, mais aussi l'inconscient collectif. Elle remet au goût du jour des dialectiques philosophiques récurrentes, de Platon à Matrix, bousculant au passage d'autres innovations majeures telles que la photographie, le cinéma ou l'Internet. Elle relance activement les débats sur notre rapport au monde entre réalité et illusion, connaissance et ignorance, mais surtout dans la relation « homme-machine » résultant de la première révolution industrielle. Des thématiques essentielles au cœur de l'industrie du luxe.

La révolution IA est en marche, inéluctablement. Si les premiers signes de turbulence dans ce long voyage des grandes maisons du luxe sont palpables, ils ne doivent pas être vécus comme un caprice météorologique imprévisible. L'IA est une éclaircie comparable aux lumières du phare transperçant la brume d'un futur incertain. Comme Ulysse, le vaisseau amiral du luxe s'apprête à vivre sa nouvelle Odyssée digitale, pleine de promesses et d'imprévus sur cette mer houleuse. Après la vague Web3 qui a fini par s'estomper dans son écume, emportant avec lui les mondes engloutis du métavers, voici qu'un nouveau pic blanc pointe à l'horizon. La crête d'un tsunami numérique dévastateur pour l'emploi, nous alerte la vigie de la presse et des médias. Illusion d'optique ou hallucination collective, il s'agit tout simplement de la pointe émergée de l'iceberg IA, flottant paisiblement dans un océan de données, depuis des décennies.

Tout comme les dieux et les déesses qui incarnent les grandes légendes et les petits récits de luxe, nous allons vous narrer « Il était une fois le luxe à l'ère de l'IA » en nous inspirant des grands mythes qui façonnent l'imaginaire des marques : du temple de Delphes à la muse Galatée, l'IA nous révèle des histoires vieilles comme le monde, éclairantes à bien des égards sur notre rapport ambivalent face à l'innovation technologique. Remettons donc aux dieux de l'antiquité ce savoir-faire narratif et symbolique, afin de démystifier le rôle de l'IA dans l'industrie du luxe.

## L'ORACLE DE LUXE INVOQUANT LES DIEUX DU COMMERCE IA

Tel le mythique Oracle de Delphes, l'IA prédictive offre une lecture prophétique – tout du moins prospectiviste – pour anticiper les tendances de marché fondées sur la data. Immergée dans un océan de données, l'IA prédictive s'impose comme l'œil omniscient du luxe 4.0, tissant ses fils invisibles entre le passé, le présent et l'avenir. Comme jadis les trois prêtresses de l'Oracle, des algorithmes sophistiqués scrutent les défilés de mode et les styles de rue du monde entier, en temps réel. Leurs visions transcendent les frontières, capturant l'essence même de la créativité humaine, traduite en lignes de code. Si l'oracle prédictif est le reflet de nos désirs, il est également le miroir de nos incertitudes, révélant les paradoxes du luxe moderne, où la créativité se heurte aux contraintes de marché. L'IA prédictive joue ainsi un rôle de conseiller avisé, aidant les marques à comprendre les tendances émergentes, à ajuster leurs collections ou gammes de produits afin d'optimiser leur stratégie commerciale.



Image réalisée avec l'aide de l'intelligence artificielle © Stéphane Galienni





Image réalisée avec l'aide de l'intelligence artificielle © Stéphane Galienni

## L'ALCHIMIE CREATIVE « HOMME-MACHINE » IA

L'alchimiste cherche à transformer des substances brutes en or ou à créer l'élixir de vie, symbolisant la quête de la création ultime, propre au luxe. De manière similaire, le « Generative Pre-trained Transformer » mieux connu sous son acronyme GPT et l'IA générative (IA Gen) sont capables de sublimer des idées naissantes en concept concret. Ces interfaces permettent aux artisans du luxe, créateurs de mode, parfumeurs ou designers industriels de donner vie à leurs idées de façon immédiate, comme par magie. Tout comme l'alchimiste manipule les éléments pour changer tout ce qu'il touche en or, les créateurs utilisent les capacités de l'IA pour repousser les limites de leur créativité (la matière précieuse étant ici les données entraînées). Ainsi, l'IA devient l'assistant « petite-main » du processus de création, véritable machine à coudre du 21<sup>e</sup> siècle. Côté entreprises, l'algorithme magique est avant tout mathématique : il réduit les coûts et le temps nécessaire à l'élaboration de concepts créatifs ou de prototypes industriels, offre un gain de productivité aux équipes créatives et à l'ingénierie, sans pour autant limiter l'implication de l'humain. L'alchimie créative homme-machine s'inscrit donc au cœur de cette révolution en marche : elle repose sur un « savoir-faire » qui s'implémente désormais d'un « savoir-tech », une double compétence indispensable pour relever les défis à venir pour l'industrie du luxe. La « French-Tech » devient de surcroît, un enjeu majeur sur l'échiquier mondial qui se joue sous nos yeux.





# LA TENTATION PROMÉTHÉENNE DE L'IA

Dans la mythologie grecque, Prométhée est associé à l'idée de créativité, de savoir-faire et de progrès technique. Il a apporté le feu aux humains, symbole de connaissance et de maîtrise technologique et a été puni par les dieux pour avoir transmis de tels pouvoirs. Un récit antique qui n'a cessé de nourrir les arts, la littérature fantastique et le cinéma de science-fiction, transposant l'innovation technologique comme une arme à double tranchant. Il suffit d'un bug informatique, d'une anomalie scientifique ou d'une singularité technologique pour que la machine inventée par l'homme se retourne contre lui. A cet égard, dans la littérature fantastique, Le Docteur Frankenstein ou le nouveau mythe prométhéen est l'exact contraire des promesses offertes par la fée électricité, qui s'annonce alors comme une révolution majeure à la fin du 19<sup>e</sup> siècle. Dans sa version gothique et dramatique, Mary Shelley s'inspire du mythe de Prométhée qui se fonde sur des spéculations scientifiques et non sur des éléments surnaturels galvaudés du genre. La foudre incarnant l'étincelle de vie capable de ressusciter un être constitué de lambeaux de chair, illustre le fantasme tout puissant de l'homme face à son inéluctable finitude. Dans ces récits fictifs inspirés par la science, le créateur se retrouve toujours piégé par la créature monstrueuse qu'il a engendrée, voulant défier Dieu sur son propre terrain. L'immortalité ou la jeunesse éternelle équivaut à signer un pacte faustien : sur ce type de contrat entre l'IA et le luxe, pourrait-on dire que le diable s'habille en Prada et le Pape en Balenciaga ? L'art, l'artisanat comme l'artifice et l'artefact sont les quatre points cardinaux du luxe qui se joue sur un équilibre subtil à aligner en termes d'image et de communication.

Notre odyssée IA du luxe nous promet bien d'autres voyages, inspirant de nouveaux mythes aux marques. Elles doivent maintenant partir à la rencontre du client « Narcisse 4.0 » s'admirant dans les miroirs du luxe boostés par les technologies réfléchissantes de l'IA et de l'AR. Découvrir comment les nouveaux Pygmalions de l'image façonnent les muses virtuelles de demain, redessinant les contours du marketing d'influence. Suivre le fil d'Ariane de l'omnicatité IA pour guider leurs clients parfois perdus dans les dédales labyrinthiques de la « Big Data ». Ces nouvelles légendes numériques révèlent les opportunités et la révolution des usages de l'IA au service des industries du luxe.

Embarquez vos équipes dans cette nouvelle épopée digitale, remplie de promesses pour votre business, à condition de bien garder le cap vers ce nouvel eldorado technologique. Attention cependant au chant des sirènes de l'IA malveillante avec les risques que cela comporte. Heureux qui comme Ulysse, accrochez-vous bien au mât solide des infrastructures

IA pour éviter quelques désillusions, rebondissements législatifs et autres hallucinations provoquées par ces technologies émergentes. « Volez. Voguez. Voyagez » comme le dit si bien Louis Vuitton : alors, prêts à larguer les amarres de l'ancien monde numérique ?



Image réalisée avec l'aide de l'intelligence artificielle © Stéphane Galienni

## Pour aller plus loin

Cette chronique de Stéphane Galienni est librement inspirée de son livre « Intelligence Artificielle et Luxe : Opportunités et révolution des usages » qui paraîtra aux éditions DUNOD en septembre 2024, mais déjà accessible en précommande ici :

PRÉVENTE  
<https://www.amazon.fr/Luxe-intelligence-artificielle-Opportunités-révolution/dp/2100866087>  
<https://www.fnac.com/a19371359/Stephane-Galienni-Luxe-et-intelligence-artificielle>





# La fille qui parle de l'IA

LÉAVA COHEN

**Est-ce qu'on aurait pas tout dit dans ce titre ? Alors il n'y en a pas qu'une... mais presque ou si peu. Il faut les chercher, il faut nous chercher. On ose moins ? On doute plus ? Pas de réponse sur ce sujet, mais des réponses fort intéressantes de Léava sur ses sujets : le luxe et l'IA. On y va ?**

**Bonjour Léava, Comment et quand êtes-vous arrivée dans l'IAGen ?**

Il y a deux ans, j'ai entendu parler de ce concept fascinant qui proposait de créer des images impressionnantes en un simple clic. Le pitch était intrigant, à la fois mystérieux et prometteur. Poussée par ma curiosité, j'ai cherché sur internet et je suis tombée sur DALL-E, où j'ai réalisé mon premier essai : « *un robot dégustant une pizza, dans le style de la Renaissance.* » Le résultat n'était esthétiquement pas au rendez-vous mais le potentiel m'a immédiatement charmée et m'a incitée à explorer davantage cette technologie. J'ai décidé de partir à la rencontre de Midjourney et en ai fait mon meilleur ami. Je peux désormais

imaginer des concepts créatifs loufoques sans grandes compétences en graphisme, sans maîtriser Photoshop, mais simplement grâce à mes compétences linguistiques, qui me permettent de formuler des prompts exigeants. J'ai enfin pu ôter cette frustration de ne pas pouvoir concrétiser les milliers d'idées qui fusaient auparavant dans ma tête. Au cours de mes deux ans de découverte, des différentes versions de Midjourney, j'ai pu affiner mon style et mon expertise, et découvrir une vraie âme créative que je peinais à exploiter, car limitée dans l'utilisation des outils à disposition (avant la naissance des IA GEN) On peut dire que je suis une pionnière de l'IA générative : arrivée en 2022 lors de la première version de ces outils, il est étonnant

de pouvoir se dire "senior" à 26 ans, et pourtant c'est bien le cas. Aujourd'hui, je possède plus d'expertise et de recul que bien des aînés qui peuvent se sentir dépassés par cette révolution technologique. Nous assistons à un changement de paradigme amusant, qui voit la jeune génération transmettre son savoir aux générations plus anciennes. Je suis constamment surprise par l'intérêt que l'on porte aujourd'hui à mon expertise dans le domaine de l'intelligence artificielle générative, qui, au départ, n'était pour moi qu'une aventure créative motivée par la curiosité. Cependant, aujourd'hui, cela est devenu mon métier. L'intelligence artificielle générative ne se limite pas à créer de belles images ; elle permet aussi de produire du contenu pertinent

**J'adore imaginer des univers décalés en plein air, tout en jouant avec les couleurs et les reflets naturels du soleil tout au long de la journée.**



et impactant, devenant un outil commercial essentiel pour les grandes entreprises. Ce n'est plus un simple gadget, mais une nécessité.

**Quelle a été votre expérience marquante ?**

Chaque journée est remplie de surprises lorsque nous travaillons en étroite collaboration avec des outils d'intelligence artificielle. Parfois, ces outils peuvent sembler presque humains de par leurs réactions inattendues et leur esprit de contradiction. C'est très spéciale de travailler avec ce collègue fictif aux nombreuses sauts d'humeur. L'expérience la plus marquante alliant intelligence artificielle et industrie du luxe a été mon tout premier projet que j'ai partagé sur les réseaux sociaux. J'ai conçu une boutique Moncler fictive, en forme de doudoune géante située au sommet d'une montagne enneigée, dans un

décor dystopique digne d'un film. En postant ce contenu sur les réseaux, je ne m'attendais à rien, et certainement pas aux 85 000 impressions sous mon post, témoignant du potentiel de ce concept. Le public, alors non averti, était très facilement impressionnable. J'avais entre les mains un outil précieux, qui allait me permettre d'aller encore plus loin. Quelques mois plus tard, j'ai lancé mon projet « Yves Saint-Laurent X McDonald's », présentant le célèbre fast-food dans un décor chic de marbre noir, tout en reprenant les couleurs iconiques du géant américain. Je voulais explorer cet absurde paradoxe. J'invitais les curieux à visiter ce lieu inattendu sur les Champs-Élysées, pour y déguster des burgers au caviar et des milk-shakes à la vanille de Madagascar. 200 000 vues plus tard, au climax de



la fake-news, nous étions seulement en 2022, à la deuxième version de Midjourney.

**Votre domaine de prédilection est le luxe, je crois, quelle est votre démarche ?**

Je suis née et j'ai grandi à Paris. Plus je voyage, plus je réalise que Paris possède ce petit quelque chose que l'on ne trouve nulle part ailleurs : l'excellence à la française. Aujourd'hui, en me promenant dans cette belle ville, j'admire son architecture haussmannienne, je flâne avenue Montaigne, et je revis les histoires et l'héritage uniques à chaque maison de luxe. Je collectionne les livres des grandes maisons qui enrichissent la culture française, découvre et analyse les collections à travers le temps, les différents créateurs qui ont dirigé ces empires de la mode, et leur impact sur le monde du luxe. Je me plonge aussi dans les récits intimes écrits par les membres de ces grandes familles, révélant les anecdotes les plus secrètes de ces maisons de luxe. Cette industrie est un appel au rêve, une porte ouverte sur un monde parallèle extraordinaire, ancré ►





dans la tradition, l'héritage et le savoir-faire français. Vous trouverez peut-être cela étonnant, mais dans le secteur du luxe, la tradition se conjugue inévitablement avec l'innovation. Comment rester pertinent dans une société qui évolue à une vitesse extraordinaire ? C'est là que la connexion se fait. La recette secrète réside dans le mélange de tradition et d'innovation, une alchimie que l'industrie du luxe a parfaitement comprise. L'idée m'est venue naturellement. Et si je combinais ma connaissance de l'industrie du luxe, de l'ADN et de l'histoire propre à chaque grande maison qui me fascine, avec cet outil d'intelligence artificielle générative qui me captivait au point de me garder des heures devant un écran ? Le résultat ne pouvait être

que prometteur. Un outil qui me permettrait de créer n'importe quelle expérience extraordinaire, immersive et fictive, simplement grâce au pouvoir de ma créativité, de mon inventivité. C'est ici que l'aventure a commencé.

#### **Vous créez des retail-store, pouvez-vous nous en dire plus ?**

L'utilisation de l'intelligence artificielle est vaste. Les contenus que j'ai créés s'articulent notamment autour de projets architecturaux pour des boutiques de maisons de luxe. J'aime jouer avec les lignes épurées, les contrastes, les ombres, les perspectives, les angles et les formes en général. Mais surtout, j'adore imaginer des univers décalés en plein air, tout en jouant avec les couleurs et les reflets naturels du soleil tout au long de la journée. Mon style est

minimaliste, mettant l'accent sur les textures et les finitions. Par exemple, pour le nouvel an, j'ai imaginé avec Midjourney, une soirée de réveillon unique pour chaque maison de luxe. La soirée Balenciaga s'est déroulée en intérieur, avec des sacs poubelle éparpillés au sol, un canapé noir en cuir griffé au milieu de la pièce, dans une atmosphère sombre et faussement négligée. À l'inverse, la soirée Dior avait lieu dans une magnifique villa sur la Côte d'Azur, avec vue sur la mer. La terrasse était éclairée à la bougie et le mobilier d'extérieur recouvert d'une superbe toile de Jouy bleue. De magnifiques fleurs blanches sublimaient le décor au coucher du soleil. Ce projet n'est qu'un exemple parmi tant d'autres, mais c'est dans ce genre d'exploration créative que je m'épanouis le plus. L'intérêt de l'intelligence artificielle, selon moi, est la possibilité de faire rêver le spectateur, c'est une véritable ode au voyage.

J'aime jouer sur cette fine frontière entre fiction et réalité, au point que certains refusent parfois de croire que les décors que je propose n'existent pas réellement. Mon utilisation de l'intelligence artificielle n'est pas uniquement marketing, elle est expérimentale et créative. C'est une poésie visuelle que je m'efforce de peaufiner, tout en respectant les codes stricts du luxe que j'affectionne particulièrement. ■







# Emmanuel Vivier LE BOSS !

**Dinosaure du digital et super-visionnaire de l'IA. Il nous partage sa vision transverse, en hauteur, en largeur et en diagonale. Interview.**

**Emmanuel Vivier, bonjour, IALS s'intéresse à l'humain derrière l'IA, alors première question, votre parcours en quelques lignes, si c'est possible en quelques lignes, bien entendu...**  
Bonjour Nathalie, je suis ce qu'on pourrait appeler un dinosaure du digital. J'ai débuté en stage chez l'Agence B2B BBDO en 1998 qui a été lancée par Loïc Lemeur, un des premiers entrepreneurs du digital en France qui a lancé la conférence Le Web par la suite. En 6 mois on est passé de 13 employés à 120 personnes. Puis, le temps que je finisse mon master au Canada à McMaster (en échange avec Kedge

Marseille), la bulle a éclaté juste après le 11 septembre. Je voulais travailler à l'international, le marché ayant crashé aux USA, j'ai enchaîné dans une agence au Luxembourg. Puis j'ai lancé la mienne, l'agence Vanksen, qui a grandi en 10 ans jusqu'à une centaine d'employés entre Luxembourg, Paris, Genève (et NYC à l'époque). Au programme : web 1.0 puis l'explosion du buzz, du viral, du web social en passant par Second Life. J'ai quitté la structure il y a 13 ans mais je croise toujours les équipes avec grand plaisir ! Et depuis 12 ans j'ai lancé le HUB Institute avec de nouveaux associés.

**Vous êtes aujourd'hui une des références en terme d'IA Gen depuis le début, racontez-nous comment est né le HUB Institute ?**  
Après avoir essayé de vendre des campagnes digitales innovantes (buzz, viral, social, influence...) à de grandes marques qui souvent ne comprenaient pas toujours ces nouveaux sujets, nous avons décidé de remonter un cran plus haut. Créer un « think tank » digital (et désormais aussi RSE) pour aider les grandes entreprises à comprendre les tendances, innovations et bonnes pratiques en matière de transformations business. Depuis 12 ans nous accompagnons plus de 120 grandes entreprises et des communautés professionnelles réunissant 90 000 décideurs à travers le monde pour anticiper les disruptions du monde. Pour cela nous organisons 50 conférences (dont le HUBForum), nous publions 30 trend-reports, 3 newsletters dont le Big Recap sur l'IA générative, des ouvrages (plus de 5 livres publiés, le 6<sup>ème</sup> arrive), nous formons 15 000 cadres / an, nous organisons de multiples Learning Expéditions sur

**190 formations  
plus de 90 entreprises  
11 000 cadres formés  
en 12 mois sur le sujet !  
C'est une révolution pour tous les métiers  
du tertiaire et ce n'est que le début.**

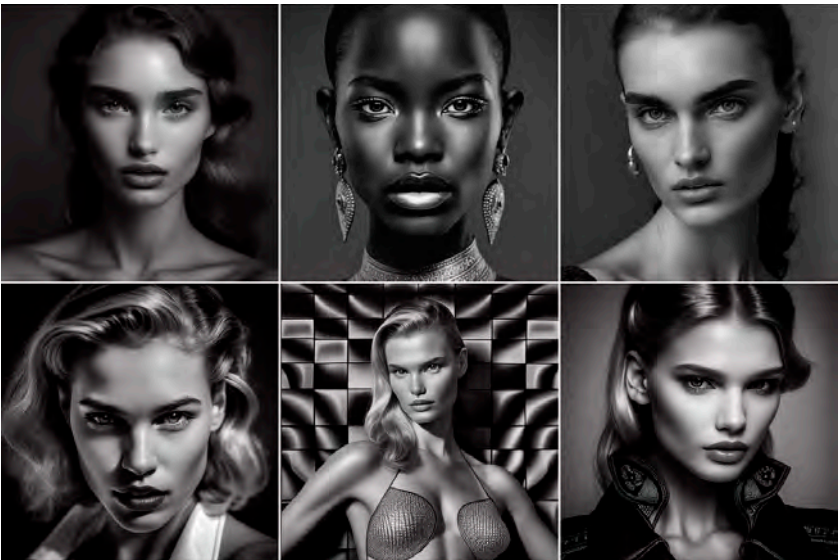
des salons (CES, NRF, SXSW, Gitex, Hannover Messe, Gitex à Dubai, Cannes Lions, Slush, Web Summit, Vivatech...) ou en Chine, dans la Silicon Valley... et menons des missions de fast consulting.

**Vous n'êtes pas seul, aujourd'hui, le HUB Institute, c'est...**

Pour accompagner nos clients, nous sommes désormais une équipe de plus de 50 personnes, basée à Paris mais qui parcourt le monde au service de l'innovation... Et on embauche ! Comme toute transformation, l'IA est un sujet que nous suivons depuis des années, mais avec l'IA générative, l'accélération a été hallucinante. Nous avons animé plus de 190 formations pour plus de 90 entreprises et formé plus de 11 000 cadres en 12 mois sur le sujet ! C'est une révolution pour tous les métiers du tertiaire et ce n'est que le début. Nous avons formé toutes nos équipes (formation, marketing, gestion de projet...) au HUB Institute et depuis 18 mois, les solutions d'IA générative font partie intégrante de nos process avec un vrai gain de productivité. Évidemment nous continuons de tester des centaines d'outils/ solutions chaque année...

**Vous avez des journées de 57 heures ?**

J'aimerais mais j'avoue que les nuits sont très courtes pour assurer la veille, préparer les formations et les conférences, les déplacements en LEX ou mener les missions de conseil.



<http://www.emmanuelvivier-photo.com/> • <https://www.instagram.com/emmanuelvivier/>

Heureusement que nous avons des équipes du tonnerre ! J'avoue que je dois sacrifier une partie de mes week-ends sur le nouveau livre ou pour la veille nécessaire à la rédaction de ma newsletter hebdo (Le Big Recap sur mon profil LinkedIn) sur les tendances de l'IA générative. On est entre 25 à 50 news par semaine et ce depuis 8 mois... on vit une période incroyable qui me rappelle l'explosion des débuts du web ou des media sociaux... mais là on est à un niveau supérieur car 100% des entreprises et des métiers du tertiaires sont impactés... c'est vraiment une disruption colossale si on ajoute aussi les avancées dans l'IA traditionnelle. Et je suis convaincu que nous n'avons encore rien vu par rapport aux années à venir. Quand on a connu les débuts du web où on connaît son HTML notepad, les possibilités de Midjourney, de Udio (pour l'audio), de Sora. Runway, Heygen ou Pika Labs pour la vidéo relèvent presque de la magie !

**L'idée globale est de « simplifier un sujet complexe » pour le décideur, c'est ça ?**  
En effet, nous animons des

communautés professionnelles réunissant 90 000 cadres. À nous d'être capable de détecter et décrypter les tendances et pratiques clefs dans chaque industrie et chaque métier. Donner un éclairage de manière synthétique sans être simpliste est clef pour permettre aux décideurs de gagner du temps.

**Et l'IA Gen, c'est depuis le début ?**

J'ai pu détecter les premiers outils en IA générative assez tôt... Faisant beaucoup de photographies j'ai rapidement été halluciné par le potentiel de Midjourney. Évidemment en promptant sur Midjourney pour la 1<sup>ère</sup> fois le 10 juillet 2022 « *robot in the forest sleeping near fireplace* », ►







...j'étais loin de me douter de la progression qualitative et créative des IA génératives les 24 mois suivants. Mais ayant piloté une agence de communication pendant 10 ans, j'ai vite compris que ces outils allaient vraiment changer nos façons de travailler. Et je n'ai pas été déçu, dédiant un temps conséquent chaque semaine à une veille assez obsessionnelle des innovations et à des centaines de tests d'outils avec nos équipes. Cette veille est devenue une newsletter hebdo sur les tendances de l'IA générative : Le BIG Recap qui est désormais suivie par plus de 11 000 abonnés sur mon LinkedIn... Une tâche chronophage qui consume mes dimanches mais qui me semblent indispensables pour garder notre avance sur le sujet pour les marques que nous accompagnons en formation ou en conseil.

**Parlons du luxe et de l'IA, car c'est votre domaine. Est-ce que l'IAGen a intégré les maisons de luxe ?**

Les grands groupes de luxe de de beauté pratiquent déjà l'IA au quotidien (prédictions des ventes, optimisation logistique, marketing personnalisé...) et leurs équipes Data/IA observent évidemment l'IA générative avec attention.

**AVEC PRUDENCE D'ABORD POUR**

- Éviter que leurs informations confidentielles risquent d'être partagées avec l'extérieur par leurs collaborateurs et leurs agences dans des outils SAAS non sécurisés, ou un ChatGPT grand public
- Ne pas abîmer leur image de marque qui repose sur l'authenticité et la qualité. L'idée n'est pas de faire

des économies ou d'automatiser les choses ou même de remplacer la direction artistique par de la data ou de créer des images, parfois mal finalisées, par l'IA générative.

- Respecter la régulation en prenant le temps de ne pas publier des contenus dont l'aspect copyright ou respect éthique de ayants droits ne soit pas clair.

**AVEC INTÉRÊT :**

- Pour enrichir et accélérer la recherche créative en respectant l'identité de marque et sous le contrôle de la Direction Artistique. Cela implique une formation de ses équipes, une veille et un test sur les outils, et l'entraînement de modèles spécifiques à la DA de la marque. On a vu des premiers exemples chez Guerlain avec The #BeeBottle, The Kooples avec leur collection avec Imki, Gstar avec leur neokimono avec Midjourney...
- Pour simplifier et optimiser les coûts de productions d'images ou vidéos (pas forcément pour la version finale) comme l'Oréal qui a présenté sa stratégie à la conférence Nvidia mais qui s'interdit éthiquement cependant d'utiliser l'IA générative pour représenter des personnes (éviter que la critique du "trop retouché" soit amplifiée avec la création de visuels de personnes par l'IA)
- Pour personnaliser le marketing de manière one to one (il faut pouvoir créer plus de versions de différents contenus pour chaque segment ou même chaque client sans que le budget explose et dans un temps limité)
- Pour assister le support client humain ou les vendeurs en clienteling (et non pas pour le remplacer dans le luxe avec un Chatbot, d'ailleurs Kering a stoppé

son expérience avec son chatbot Madeline) afin de le rendre encore plus personnalisé, réactif et multilingue avec une disponibilité 24/7

- Pour réduire l'impact carbone de certaines productions vidéo, photo... En effet mais la génération d'un shoot via un outil text to image sera bien plus écologique que de transporter 50 personnes avec tout le matériel pour un shoot en Argentine ou en Afrique du Sud.

**De quelle façon ?**

Pour le moment la plupart des maisons mènent :

- Des de sessions d'acculturations avec les directions générales et métiers
- La mise en place d'une solution sécurisée et privée de LLM du type ChatGPT ou MultiLLM (souvent avec des briques open source)
- Le test d'Office 365 Copilot de Microsoft avec la DSI et les RH pour mettre à niveaux les outils bureautiques des populations tertiaires
- Une veille et des tests de différents outils en SAAS (audio, images, vidéo,...) par l'équipe innovation, IT ou DA... mais avec un besoin clair de pouvoir entraîner des modèles spécifiques avec les datas de la marque. Sans différenciation, sans vision créative spécifique le luxe deviendrait alors du marché de masse.
- Le test de POCs (Proof of concept) autour du RAG (entraînement de LLM avec des données de documents internes) pour créer des chatbots internes pour les collaborateurs, pour simplifier l'accès à des bases de connaissances avec le département innovation ou des échanges avec les ESN et cabinet de conseils pour identifier des cas d'usages et lancer



**Le secteur du luxe a accéléré comme jamais depuis 8 ans en matière de technologies, de data... l'IA et ses possibilités sera la suite logique.**

des POC de solutions Adhoc par métier.

- Des discussions avec les grands éditeurs (Microsoft, Google, AWS, SAP, Cegid, Salesforce, Adobe, Nvidia...) qui proposent de nouvelles briques en IA / IA générative dans leurs solutions actuelles déjà intégrées dans le SI des entreprises. Une bonne nouvelle car faire évoluer des briques dans un SI au niveau mondial est un travail très long, complexe, couteux et ingrat. Il est beaucoup plus simple d'adopter un module supplémentaire avec ses briques existantes.

Bref tout le monde est assez curieux mais on ne peut pas changer les usages, process en quelques semaines, alors même que de nombreuses technologies ne sont pas encore stabilisées. Il est important de bien prioriser et de ne pas aller trop vite pour éviter les risques de bugs, de sécurité, ou de déceptions... qui seraient particulièrement dommageable à l'image de marque dans une industrie basée sur l'excellence.

**Votre vision sur le luxe et l'IA à court et moyen terme ?**

Le secteur du luxe a accéléré comme jamais depuis 8 ans en matière de technologies, de data... l'IA et ses possibilités sera la suite logique. Le travail sur la donnée les années passées va payer en permettant de capitaliser plus rapidement sur l'IA.

Évidemment les marques de luxe seront encore plus pointilleuses sur le respect de la loi, de l'éthique, de la protection des ayants droits, ... Mais avec la bonne expertise interne et externe et les budgets possible grâce à la marge dégagée par le luxe, on peut parier sur de vraies innovations autour de la personnalisation ou la créativité dans les années à venir.

**Des tendances à nous spoiler, on est entre nous ?**

Après l'IA générative, on peut parier sur quelques tendances futures :

- L'application de l'IA à la robotique humanoïde, au transport autonome, à la logistique, à la médecine et la recherche médicale, à l'énergie,... devraient nous réserver de belles surprises.
- Les agents intelligents ou autonomes pourraient être la prochaine frontière. L'idée étant d'avoir une IA qui puisse transformer un objectif macro et le décomposer en sous tâches qui seraient toutes confiées à différentes IA autonomes. Nvidia amorce déjà cela avec l'annonce des NIMS. Mais demain on aura peut-être notre data et une super IA qui pourra coder des logiciels en quelques secondes pour réaliser une tâche... Le poids de l'IA passera d'un assistant à un quasi égal dont la présence deviendra indispensable. En attendant l'AGI (IA générale) d'ici 10 à 20 ans.
- Le quantique qui pourrait être

une révolution dans la puissance de calcul. Cela permettrait de développer des technologies encore plus puissantes et intelligentes autour de la 3D photoréalistes en temps réel, de la prédiction (des ventes, de la maintenance, de la logistique...)

- Quand les IA auront avalé toutes les données existantes (organiques) il faudra alors parier sur les données synthétiques
- L'impact énergétique de l'IA va être un gros sujet. Cette contrainte à anticiper devrait nous forcer à innover fortement pour produire de l'énergie durable à moindre coût. Cela bénéficiant alors au reste de la société et de l'économie.

**Si on veut les dernières infos sur l'IAGen, on lit le Big Recap, c'est bien ça ?**

En effet, rendez-vous chaque semaine ou presque pour un recap de 20 à 40 news clefs de la semaine, plus un post par jour, les deux sur mon LinkedIn (ci-dessous). Il y a tellement à partager, c'est grisant et vertigineux ! Mais c'est un plaisir aussi d'échanger avec les autres passionnés de la communauté de l'IA générative sur LinkedIn, Twitter, Youtube ou lors de conférences.

**Un immense merci Emmanuel ! ■**

@emmanuelvivier  
<https://bit.ly/lebigrecap>





# Augmented Haute-Couture

PAR DAMIEN LEMAITRE

**Le 11 septembre dernier débutait une seconde édition d'un Data AI Summit à l'Albert School\* de Paris, une des premières école de data et business comptant Xavier Niel parmi ses actionnaires...**

...700 participants entre étudiants et professionnels venant du monde entier. Le programme de la journée d'ouverture ? Un hackathon. Une journée dédiée à innover sur un sujet très précis: "work on new innovative use cases in retail optimization to predict workforce need and optimize daily planning thanks to artificial intelligence.". Jusque là rien de très surprenant et vous vous demandez peut être pourquoi tant d'intérêt ? LVMH. 4 lettres. Il s'agissait la deuxième édition "LVMH Data AI Summit", et les marques Bulgari et Christian Dior étaient les sujets de réflexion.

Cet événement est fascinant car nous assistons à la transformation accélérée de l'industrie du luxe dans notre monde qui se digitalise. Cette digitalisation – de plus en plus intelligente – impose des changements structurels à toutes les grandes marques, incluant le Luxe. Les IA (je fais référence aux GEN AI en majorité ici) sont au centre des discussions chez les acteurs du luxe : les IA intriguent, elle attirent et sont questionnées.

C'est bien évidemment le cas pour beaucoup d'autres industries, mais dans notre cas, le business du Luxe, nous sentons tellement plus d'enjeux : la Culture avec un grand C, la Mode dans toute ses composantes, et quelque part aussi peut être une partie du rayonnement de la France dans le monde ?

De plus, la transformation accélérée par les IA est particulièrement intéressante pour le Luxe car les valeurs de ces 2 mondes (luxe VS IA) semblent éloignées: "artisanales", "uniques", "raffinées", "ultra personnalisées" d'un côté; et "processus d'imitation", "algorithmes", "environnement informatique dynamique" de l'autre côté (Définitions issues du Larousse et Wikipedia pour "Luxe" et "Intelligence Artificielle"). Mais il serait dommage de s'arrêter à cette comparaison. C'est bien ce que font LVMH, le leader de l'industrie, mais aussi tous les grands acteurs comme Prada Group, Kerig (Saint-Laurent, Gucci...), et 73% des leaders de l'industrie Fashion, interrogés par McKinsey dans le cadre de son

rapport "The State of Fashion 2024", qui déclarent que les IA Gen sont une priorité pour leur entreprise en 2024. Ils y vont. Ils investissent. Ils testent. Ils créent des partenariats (LVMH – encore – avec Google Cloud)... Cependant, seuls 5% d'entre eux pensent qu'ils ont la capacité de vraiment les exploiter. Effectivement, l'enjeu est de taille. Selon McKinsey, Les IA Gen pourraient ajouter jusqu'à 275 milliards de dollars de profits supplémentaires à l'industrie de la Fashion et du Luxe dans les 3 à 5 ans à venir. ►

**73%**  
**des leaders de l'industrie Fashion, interrogés par McKinsey dans le cadre de son rapport "The State of Fashion 2024", qui déclarent que les IA Gen sont une priorité pour leur entreprise en 2024.**

**275**  
**milliards de dollars de profits supplémentaires à l'industrie de la Fashion et du Luxe dans les 3 à 5 ans à venir.**



Performance live "Emergent Rhythm" utilisant les IA (créations musicales et visuelles), par Tokui et Nakajima au LVMH Data AI Summit en septembre 2023 à Paris.

Les maisons de Luxe explorent toutes les facettes des IA. Ici l'innovation créative côtoie très naturellement un hackathon consacré aux optimisations des chaînes logistiques.

## Damien Lemaitre

*directeur du commerce mondial chez Dentsu*

Avec plus de 16 ans d'expérienceS dans l'industrie des médias en Europe et en Amérique du Nord, je suis aujourd'hui directeur du commerce mondial pour les médias chez Dentsu, l'un des plus grands réseaux mondiaux d'agences de marketing et de publicité. Basé à Lyon, en France, après avoir passé 10 ans à Toronto, je suis passionné par la façon dont les nouvelles technologies et les innovations dans le monde numérique transforment notre société et nos comportements, et par l'impact qu'elles ont sur la façon dont les entreprises stimulent leur croissance grâce à de nouvelles stratégies d'achat. Connecter les technologies, les personnes et les entreprises dans un monde dominé par l'IA pour générer de la croissance est le prochain chapitre passionnant de notre industrie qui m'enthousiasme.

\* L'Albert School s'implante à Lyon pour la rentrée septembre 2024.





COMMENT LES MARQUES DU LUXE BÉNÉFICIENT DES IA AUJOURD'HUI ? QUELS SONT LEURS OBJECTIFS PRINCIPAUX ET QUELLES STRATÉGIES ADOPTENT-ELLES ?

Les bénéfices des IA prédictives et des IA Gen sont déjà bien identifiés et les terrains d'applications sont vastes :

- Un nouveau terrain d'exploration artistique et créatif
- L'accélération du processus de Design, l'IA offrant des solutions d'expérimentations rapides et infinies
- La lutte contre les contrefaçons via les outils de reconnaissance visuelle
- La prédiction des Ventes et Ressources nécessaires pour satisfaire les nouvelles demandes
- L'optimisation des chaînes logistiques
- La création d'expériences Shopping hyper personnalisées et de plus en plus riches

**C'est sur ce dernier point que je me penche plus particulièrement, la transformation par L'IA de l'expérience shopping dans l'industrie du luxe.**

Le sujet est capital car les innovations du shopping luxe d'aujourd'hui seront celles du shopping grand public de demain.

## DE LA PERSONALISATION À L'ANTICIPATION

Les maisons de luxe sont depuis toujours à la pointe de l'hyper personnalisation. De l'accueil en magasin, à la confection des

créations, à l'attention portée sur le long terme aux clients...

**Plus que l'hyperpersonnalisation (voir plus loin), L'AI apporte un nouveau "savoir-faire" aux maisons de luxe : l'anticipation. Un Cerveau gauche augmenté en quelques sortes.**

Data, Personnalisation & Assistance : bienvenue dans le nouveau monde de la « Augmented Haute Couture » et des « Augmented Personal Assistants ». Les bénéfices au quotidien ? Une anticipation et personnalisation de tous les instants via les technologies digitales, que ce soit en magasin, sur votre feed Instagram ou sur une boutique online de votre marque de luxe préférée. L'accès à de nouveaux services de conciergerie à la demande, accessibles 24/7, « anytime, anywhere ».



*Cette révolution de la personnalisation digitale à grande échelle est aujourd'hui une réalité, rendue possible par la capacité des IA à collecter, synchroniser et regrouper de nouvelles data toujours plus riches et sophistiquées et les relier à ses clients. Vos achats, vos comportements de consommateur digital, vos interactions avec les sites de marques, votre engagement avec les programmes relationnels des marques, les futures tendances, la pression concurrentielle, l'état des stocks... En agréant toutes ces data et en les associant à leurs data de clients, les marques peuvent aujourd'hui offrir une relation des plus raffinées et personnalisées.*

*Prenons un cas fictif avec Mme Dupuy, qui est référencée sous le joli pseudonyme « XAZlle\*\$é&-uu. 98 » dans leur base de données (les data doivent être anonymes, la loi y veille scrupuleusement) qui est une cliente régulière de Chanel : Mme Dupuy recevra le mois prochain un texto avec la listes des événements à Lyon pertinents par rapport à ses passions, recevra un email avec les nouvelles vestes léopard disponibles à sa taille, et pourra la recevoir avec des marrons glacés à sa prochaine visite. Le tout de façon très fluide et simple pour Chanel grâce aux IA !*

# Concrètement...

cas 1 ▼

Les applications concrètes sont activées depuis quelques années et montrent un énorme potentiel à venir.

Une des formes les plus communes de personnalisation déjà repandues est la recommandation et l'affichage de produits les plus pertinents pour vous lorsque vous visitez un site. Les IA rendent ce processus beaucoup plus simple et moins coûteux.

Plus pointues technologiquement, les solutions de conversations ou d'assistance intelligente sont en train de fleurir à toute vitesse, sur les sites internet, sur les réseaux sociaux, sur les applications de livraison... et sur les sites internet de Luxe. Plus que des chatbots, ce sont de véritables assistants de vente. ►



<https://www.yslbeauty.com/int/makeup-stylist/Makeup-Stylist-LP.html>

cas 2 ▼



## ESTÉE LAUDER

Les prochains assistants virtuels seront plus humanisés, réalisées et animées par des applications GEN AI de plus en plus sophistiquées.

Estée Lauder a poussé la technologie un cran plus loin pour aider les personnes malvoyantes à se maquiller via une application mobile lancée en 2023 (disponible sur aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Irlande seulement pour le moment).





cas 3

**LV**

LOUIS VUITTON

L'AI OUVRE ÉGALEMENT DES OPPORTUNITÉS D'AUGMENTER LES EXPÉRIENCES SHOPPING EN MAGASIN, GRÂCE À L'IA.

La meilleure illustration de ce phénomène se passe dans les salons d'essayage et dans les vitrines des maisons de luxe, les technologies AR / VR étant les fondations. Les innovations dans ces 2 domaines se multiplient et démontrent l'expansion de L'IA dans le monde réel, notamment sa capacité à connecter les mondes réels et virtuels. Elles permettent d'augmenter chaque moment et interaction avec les clients.

Les exemples, options, possibilités, innovations... qu'offre l'IA aux acteurs du luxe sont d'ores et déjà multiples et la maturité accélère très vite.

Nous assistons seulement aux balbutiements des expériences avec les IA par l'industrie du Luxe, et nous, acteurs des écosystèmes marketing / business / créatifs / technologiques, avons encore une page blanche à écrire ensemble. ■

Pour aller plus loin

McKinsey 'Generative AI: Unlocking the future of fashion' (2023 Study):

<https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/generative-ai-unlocking-the-future-of-fashion>

<https://www.cegid.com/global/typ/retail-excellence-luxury-experience/>



Louis Vuitton a inauguré ses vitrines augmentées à Toronto l'année dernière, offrant une expérience immersive et artistique aux utilisateurs pointant leur téléphone sur un QR code de la vitrine.

cas 4

**BURBERRY**



Burberry a, de son côté, investit beaucoup dans ses miroirs augmentés en magasin pour offrir de nouvelles expériences en magasins, apporter de l'interactivité et de la créativité autour des essayages de produits. À suivre !



CECI EST N'EST PAS UNE PUBLICITÉ  
Visuel Midjourney v6





DOSSIER

# musique





---

**« Ce sont les erreurs, les hallucinations  
qui sont intéressantes, les pertes de temps  
sont absolument nécessaires dans la création »**

---

MARCO PRINCE





FFF © Benjamin Loiseau



FFF © Benjamin Loiseau



# FFF

## Les Magazines dans le magazine !

**Marco Prince,  
Nicolas « Niktus » Baby,  
Yarol Poupaud  
& Krichou Monthieux.  
Ils forment FFF  
(Fédération française de fonck).  
Le fonk : c'est la fusion entre funk  
et rock. Rencontre.**

Lyon, transbordeur. Avril 2024  
La balance est faite, j'attends dans le couloir. Je vais rencontrer FFF. Marco m'invite à patienter dans la loge. Je vais rencontrer FFF résonne en boucle dans ma tête. Krichou arrive. On commence à discuter. La réunion se fera dans le bus tour. Je rencontre FFF. On va parler intelligence artificielle avec beaucoup d'intelligence émotionnelle avec ces techno-critiques.

### « L'IA est là, partout déjà »

MARCO PRINCE

Le sujet est vaste et leur culture sur celui-ci aussi. Yarol Poupaud n'a pas d'avis au départ, enfin c'est ce qu'il dit... ou alors un avis rapide : ça ne l'intéresse pas ou peu. Il aimerait redéfinir le terme « d'intelligence, car d'un point de vue sémantique, ce n'est pas juste ». À l'instar de David Chavalarias, mathématicien, et directeur de recherche au CNRS « Si l'intelligence, c'est de comprendre ce que

*l'on manipule, on en est loin. » Yarol a envie de discuter de « stupidité réelle » (rires). Il a clairement un avis au final. Marco Prince et Niktus ont une grande culture sur l'IA et une fascination évidente. « L'IA est là, partout déjà » se lance Marco. Il commence une longue liste à la Prévert des différents usages de l'IA générative, dans la musique, la communication, le graphisme, la santé... « Pour ma sœur qui est généticienne, l'IA permet de croiser des milliards de données dans le monde entier sur des années et de les analyser extrêmement rapidement. Dans cet usage, le gain de temps est de plusieurs dizaines d'années. » Concernant la création artistique... Marco continue : « Pour l'instant, c'est interrogeant. Dès que l'intelligence artificielle est mise dans les mains d'artistes ou d'experts, ça devient complètement hallucinant de poésie, d'émotions. La capacité à émouvoir de l'IA m'intéresse, car bien utilisée, par des artistes qui mènent une réflexion sur l'outil, ça peut être très émouvant. Il y a de la beauté, de la finesse. je trouve ». ►*





Niktus a une réflexion sur l'IA depuis un bon moment. Il s'intéresse depuis 10 ans au transhumanisme, à Ray Kurzweil... « *pas à l'IA générative qui va trop vite* » et c'est un point à souligner : la temporalité galopante de l'IA peut être un frein au départ. « *C'est un outil. C'est avant tout un outil extraordinairement puissant qui est passé dans la culture, l'art, de l'écriture, du cinéma, de la musique et évidemment du deep fake, qui est devenu incroyablement réaliste, ça fait flipper tout le monde* » dit Niktus.

« On veut se tromper, faire des erreurs et recommencer »

YAROL POUPAUD

La discussion se poursuit sur les sujets d'apprentissage flous de l'IA, de moralité, de bien, de mal, de science-fiction ! On revient sur la notion de technologie galopante (un peu comme l'est cette discussion NDLR) « *l'IA permet d'aller plus vite. C'est parfait pour des tâches pas ou peu « intéressantes » mais moi je veux me laisser le temps, le temps de la création* » dit Niktus. « *On veut se tromper, faire des erreurs et recommencer* » ajoute Yarol, « *Ce sont les erreurs, les hallucinations qui sont intéressantes, les pertes de temps sont absolument nécessaires dans la création* » l'interrompt Marco (parce que ça discute, fort, ça se coupe la parole un peu, les idées fusent et les rires aussi - NDLR).

« *On est au tout début de l'IA, il faut y aller un peu, peut-être beaucoup ou pas du tout mais il faut comprendre au moins comment ça marche* » dit Marco. « *Elle décuple la créativité car la capacité de calcul et la rapidité sont délirantes et il y a des choses dingues déjà* » glisse Niktus. Ils s'accordent tous pour dire que « *le ping pong créatif avec la machine est fascinant et que l'IA change la donne* ».

Marco, qui écrit tous les textes de FFF, a envie d'essayer d'écrire avec ChatGPT, pour voir comment celui-ci réagit en terme d'allitérations et assonances. « *Je suis assez difficile car il y a des mots que je n'arrive pas à mettre en son, c'est comme ça, mais si ChatGPT me permet de faire des allitérations et des jeux de mots qui me plaisent, je foncerai !* » Il renchérit : « *Parce que ChatGPT n'est pas capable d'écrire un texte type La Disparition de Perec, ses tokens\* ont trop besoin des « e » !* » (rires). Le chanteur a déjà des références d'IA précises qu'il pense intégrer pour structurer ses « *30 ans de sons, des tera et des tera de sons !* » elle lui permettra de « classer les sons par rythmie, genre musical, couleur, tempo, émotion... Un gain de temps, de belles découvertes à venir aussi.

« *Réfléchir à l'image de FFF avec ces nouveaux outils, oui mais attention de façon ultra-créative sinon ça ne sert à rien* ». On est dans une réelle réflexion artistique : le challenge me plaît, alors à suivre ! J'ai donc rencontré FFF, j'ai ri, j'ai dansé et j'adore l'idée de mettre *Les Magazines*, titre phare de leur dernier album, dans mon magazine ! ■

« C'est un outil. C'est avant tout un outil extraordinairement puissant qui est passé dans la culture, l'art, de l'écriture, du cinéma, de la musique »

NIKTUS

\*tokens : l'interface entre le langage humain et le langage machine, permettant aux LLM de comprendre, d'analyser et de générer du texte de manière cohérente et pertinente.







# Sinclair

## intégralement IA

**Je vais être honnête, j'attends ce moment depuis que je suis petit.**

J'ai toujours rêvé d'avoir des machines intelligentes qui me pousseraient à développer d'autres formes de réflexion et me donneraient d'autres moyens de création. Je suis un fan de Star Wars. Ma vie a changé quand je suis allé le voir fin octobre 1977. C'était évident que mon futur serait technologique. Juste après avoir passé mon adolescence à découvrir l'informatique avec les premiers ordinateurs domestiques (le PET de Commodore, l'Atari 400, l'Apple IIe), Philip K. Dick me retournait la tête dans ma vingtaine. La vie non-organique... L'intelligence artificielle douée de sentiments. C'était ça mon kiff. Alors effectivement, il aura fallu attendre des années avant que l'IA nous soit accessible et que l'approche soit « friendly ».

**La vie non-organique...  
L'intelligence artificielle  
douée de sentiments.  
C'était ça mon kiff.**



En 2016, je jouais de loin avec les GANs, les transferts de style, mais je n'avais pas la main sur la machine, je ne savais pas comment utiliser un PC car j'étais sur Mac et encore moins entrer des lignes de codes pour faire tourner ces outils. Je ponçais régulièrement le cerveau de mon pote Eric (Eric Debeir - tribune p 90 - NDLR) pour qu'il le fasse pour moi... **C'est le 5 septembre 2022 très très tôt le matin que tout bascule.** En scrollant comme un mouton sur mon Instagram, je tombe sur une image dingue avec comme hashtag #discodiffusion... Je cherche, fouille ce réseau de malheur pour comprendre ►



le collage « Hollywood »  
collage fait dans photoshop  
passé dans stable diffusion SDXL



de quoi on parle, et tombe sur #StableDiffusion. Mais de quoi on parle ?? En ouvrant Dream Studio, (qui venait d'être mis sur le marché la semaine précédente par Stability AI) j'ai tout de suite su que j'allais switcher vers cette technologie. On parle donc de produire des images en écrivant l'idée... Brillant! Je me mets donc à produire des milliers d'images, pour comprendre le fonctionnement du Text2Img, le prompting, la clé du futur. Écrire des mots pour produire des images et du son, et bientôt pour toutes les tâches qui passeront par une interface informatique. L'IA met d'un coup en lumière deux choses très importantes, une nouvelle forme de créativité sans limite et une communication ancestrale par les mots... très intéressant. J'ai ensuite mieux compris le fonctionnement de cette interface et me suis concentré sur ce qui me plaisait le plus, l'animation. Mes premiers tests consistaient à prendre quelques secondes d'une vidéo que je venais de tourner, la transformer en suite d'images, les passer dans Dream Studio une à une pour ensuite les remettre dans mon logiciel d'édition et en faire une vidéo entièrement réinterprétée par Stable Diffusion... procédé hyper long mais satisfaisant, bien que la consistance ne soit pas au

rendez-vous. Les images étaient toutes un peu différentes, créant une vibration permanente à la limite du soutenable. Mais un groupe de petits génies venait de développer Deforum, un logiciel d'animation utilisant Stable Diffusion et qui tournait sur un Jupyter Notebook dans un Google Colab... tant de nouvelles choses à découvrir, mais surtout tellement de choses à apprendre. Avant de faire tourner Deforum, j'ai dû apprendre cet univers de geek, ces pages de scripts, ce langage codé bien ouf pour un novice mais tellement excitant. Token, Seed, Transformer, Tensors, ces mots ne sonnaient aucune cloche dans mon esprit. Après quelques semaines de peine et de désillusion, je sors enfin ma première vidéo, et je suis absolument sidéré par le résultat. Deforum fonctionne en Text2Img avec des suites de prompts attachés à des keyframes. Ce qui veut dire que la vidéo évolue et peut suivre les idées qu'on place à des moments précis... le cinéma génératif fait son apparition. Quelques téraoctets de vidéos furent générés, des centaines d'heures de crédits Google dépensées avant de mettre ça à profit. À ce moment-là, je m'occupais de la musique de la série « Besoin d'amour » (OCS) de Fred Hazan. Il cherchait quelqu'un pour faire le générique.

**L'IA met d'un coup en lumière deux choses très importantes, une nouvelle forme de créativité sans limite et une communication ancestrale par les mots... très intéressant.**



Projets de pochettes pour le label Rockette Records



Photo virtuelle de BoomBass faite avec SD 2.1 (avec son modèle entraîné sur mesure)

Je prends 2 jours de réflexion, et je lui propose alors de le faire avec mes nouveaux outils. Un package musique et animation via Deforum. Tout le monde a adhéré au résultat et je mettais un pied dans la réalisation. J'enchaîne alors sur un clip pour mon frère BoomBass et un clip pour « La Plage/Captain ». J'ai ensuite approfondi les techniques d'animation, et les améliorations de plus en plus rapides. L'arrivée de ControlNet a changé la donne. ControlNet permet de saisir une référence dans la dernière image générée et de l'appliquer à la prochaine, garantissant une meilleure consistance... mais ce n'était que le début d'une évolution non-stop et épuisante. ControlNet, SDXL, Animatediff, IPAdapter... et j'en passe, seront les game changers dans l'animation AI. Depuis presque un an, je travaille sur un logiciel en open source appelé ComfyUI, installé sur ma machine en Linux, ça aussi c'était un autre challenge, apprendre à communiquer en Python via un terminal, créer des venv, plonger dans l'univers GitHub et Hugging Face et découvrir cette incroyable communauté de l'open source.

ComfyUI est un logiciel nodal qui permet de faire presque tout ce qui est possible avec Stable Diffusion, et même d'autres choses vraiment dingues comme intégrer un LLM (modèle de langage de type GPT) au moment du prompting, ou alors pour analyser une image qu'on met en entrée et en tirer une description hyper détaillée. C'est avec ComfyUI que j'ai fait les clips de l'album « So Sorry » en utilisant Animatediff, un autre procédé qui est entraîné sur des vidéos en mouvement. Mais avant de pouvoir faire ces clips, il aura fallu apprendre à entraîner un modèle avec ma tronche... genre d'usine à gaz au moment où je m'y suis mis. ►

**Mais avant de pouvoir faire ces clips, il aura fallu apprendre à entraîner un modèle avec ma tronche...**



« Les rois casqués » premières images intéressantes faites dans Dream studio sept 2022



Cela consiste à « fine-tuner » un modèle de base, SDXL dans mon cas, en créant un Lora. Le Lora est une version légère du modèle qui s'ajoute au modèle comme un plugin lors du process. On nourrit le modèle avec un dataset, ici une collection d'images de moi et une description détaillée de ce qu'on voit sur la photo. Ensuite, c'est une longue expérimentation avant d'avoir un modèle satisfaisant, et surtout un temps de calcul assez pénible quand on n'a qu'une carte vidéo grand public. Pour « So Sorry », l'idée était de me voir plus jeune et plus grisonnant au milieu d'un monde en décomposition et d'avoir cette double identité homme-femme, chose à laquelle je tenais car avec tous ces débats sur l'identité sexuelle et le genre, j'avais envie de dire que pour ma part, j'étais un savant mélange de tout. C'est assez fou ce que ce workflow m'a permis de faire, et j'en suis assez fier car c'est parfois assez difficile d'obtenir ce qu'on désire. Car même si il y a une énorme part de travail qui est effectué par le logiciel, la partie recherche est assez longue et parfois déroutante. Il faut choisir et savoir où on va, sinon on passe des journées entières à tester des

rendus tous aussi différents et souvent tous aussi hallucinants, une abondante source de possibilités qui fait perdre la tête. Pour « Irrational Interlude », je voulais un trip un peu sous acide. La multiplication du moi Sinclair prend toute la place et les autres moi sont étranges... un ego trip non narcissique. Je réalise des mini films, des clips et des objets visuels depuis longtemps, et je me suis monté un mini studio vidéo pour expérimenter tout ça. C'est mon fantasme d'enfant, avoir un studio comme ILM de George Lucas... bon, alors on n'y est pas, mais le chemin est emprunté. En cherchant tout ce qui se faisait en matière d'IA, j'ai évidemment joué avec les premiers Text2music qui donnaient des résultats vraiment dingues. MusicGen et Audiocraft sont pour moi très expérimentaux mais passionnants. Tout est dans le prompt, mais pas que, car il y a cette fonction démente de music2music où il suffit d'entrer une suite harmonique, une mélodie ou un sample et de le transformer par le prompt... pareil, sans limite donc assez fou à gérer.



« Multiplés Sinclairien »  
extrait du clip  
"Irrational Interlude »



« Face à face » extrait du clip So Sorry

**L'idée était  
de me voir  
plus jeune  
et plus grisonnant  
au milieu  
d'un monde  
en décomposition  
et d'avoir cette  
double identité  
homme-femme...**

Grâce à ce processus, j'ai fait la musique d'un film de 15 minutes pour l'exposition de Robin Lopvet au centre d'art et de photographie de Lectoure (<http://centre-photo-lecture.fr/entre-deux-mondes/>). Le film est sur l'histoire de la photographie new-yorkaise revue à travers l'IA. Robin travaille essentiellement ses photos sur Midjourney en les faisant réinterpréter. On a ensuite upscalé les rendus dans Stable Diffusion et animé une partie dans Gen2, le reste étant une technique d'animation qui est propre à Robin. Je me suis dit que la musique devait être en partie générée en AI comme les images. J'ai donc utilisé des parties de titres que j'avais en stock et d'autres que j'avais fabriquées, et les ai modifiées avec MusicGen, un processus assez long mais vraiment trippant. Parfois, le même morceau original donne 3 versions absolument distinctes. On a fait une version de 4 minutes de ce film et il sera diffusé pour les rencontres de la Photo à Arles le 6 juillet. Ce qui me passionne, c'est de chercher.

Depuis toujours, je cherche et pousse mes projets aux frontières de mes compétences. C'est ici que je m'amuse, ce bord de scène avec un pied dans le vide. Je passe une heure chaque matin à lire des forums, des salons Discord ou des communautés Reddit pour connaître les dernières avancées de l'IA sous toutes ses formes. Je guette le moment où nous pourrions utiliser « Sora » d'OpenAI, ce modèle qui fait trembler les agences de pub et Hollywood, mais qui à mon avis nécessite cinq bâtiments remplis de cartes Nvidia H200 pour le faire tourner... Je m'intéresse de très près à Udio, qui est pour moi la révolution musicale en marche. Cet outil va transformer la musique commerciale, la distribution et le droit d'auteur... et va mettre une quantité d'artistes auteurs compositeurs en galère. J'utilise aussi LLMstudio, pour essayer des modèles de langage quantifiés, car c'est un peu le point de départ, le langage en IA. Je pense que nous sommes à un moment identique à celui où l'internet est arrivé dans nos foyers. ►



---

**Je passe une heure chaque matin à lire des forums, des salons Discord ou des communautés Reddit pour connaître les dernières avancées de l'IA sous toutes ses formes.**

---

Nous sommes en pleine révolution technologique, avec des effets moins prometteurs pour la population que ne furent ceux de l'internet. Lorsque le sampler est arrivé, j'ai plongé dans la machine et réussi à produire mes premiers titres, participer à un des premiers albums de Rap français et sortir mon premier album grâce à cette nouvelle technologie. L'intelligence artificielle est mon sampler de 2024. Je l'intègre dans tous mes processus, et je ne parle pas de chatGPT qui est devenu essentiel à l'optimisation de mon travail en général. Pour finir, je crois que l'avenir des créateurs est de fine-tuner ses propres modèles, créer des versions uniques avec

des datasets personnels, les copyrighter et les faire circuler. Le modèle économique va se mettre en place, et nous oublierons totalement les doutes actuels, comme on a oublié Napster... Mes futurs projets sont surtout dans la prod de titres des artistes avec lesquels je travaille, la réalisation de clips qui vont avec, et avancer sur un projet de petit film. Je vais fêter le premier anniversaire de mon label « Rockette Records » que nous avons monté à Arles l'été dernier. Nous allons clôturer le festival des Escales du Cargo au théâtre antique le 21 juillet. Une grosse fiesta avec toute l'équipe du label! Et de la projection de vidéos... en IA ! ■



Ni jeune ni vieux, bien au contraire » extrait du clip So Sorry





# Le rythme de l'IA

PAR ERIC DEBEIR

**Si l'IA Générative s'est imposée lourdement en texte et en image, le domaine de la musique semble épargné à première vue.**

Le monde des harmonies n'en est pas moins exposé au tsunami de l'IA, au mieux bénéficie-t-il d'un léger retard qui s'explique facilement. Déjà, enfonçons avec joie une porte ouverte, la donnée annotée (le nouvel or triste de l'IA) est naturellement plus rare en musique qu'en image. Mais surtout, générer un son est techniquement beaucoup plus ardu. Autant notre cher cerveau restera très tolérant sur une image avec quelques pixels défectueux, autant il sera intraitable face à des échantillons sonores imparfaits.

La rencontre entre le Deep Learning et la musique s'organise pourtant depuis plusieurs années, avec déjà de nouveaux outils dignes d'intérêts... La séparation de sources (décomposition d'un morceau mixé en pistes initiales avec reconstruction de l'information détruite par le mix) est devenue un classique depuis le projet « Open Unmix » de l'INRIA. La modélisation de l'écriture musicale via une approche hiérarchique (génération de mesures, puis de notes) a été proposée par l'équipe Magenta de Google en 2018. Si cette approche ne génère que des partitions, elle a esquissé toute une nouvelle gamme d'outils de composition. Dans un autre registre, le Tone Transfert du même laboratoire permet de convertir un instrument vers un autre, pour une

qualité au-delà de ce que nous pouvions imaginer. Cet outil convertit la mélodie, mais aussi les articulations et autres bruits propres au jeu. Les sons de clés d'un saxophone deviendront ainsi des bruits d'archet au violon. Au-delà de la prouesse technique se présage une nouvelle forme d'instrument numérique avec une forte expression humaine originale.

Enfin, les "purs" modèles génératifs en musique existent déjà, et ont aujourd'hui une qualité sonore appréciable, loin des expérimentations bruitistes des années précédentes. Les récents "StableAudio" de StabilityAI et "AudioCraft" de MetaAI annoncent un tsunami futur, semblable à ce que connaît aujourd'hui le monde de l'image. Mais ces modèles restent beaucoup plus limités que leurs équivalents graphiques, avec notamment un contrôle par le texte (le "prompt") très imprécis.

Contemplant la recherche académique depuis les premières IA génératives de 2014 en image, nous pouvons déjà essayer d'imaginer ce que réserve l'avenir, le meilleur comme le pire...

Déjà peut-on s'attendre à voir émerger de nouvelles formes d'instruments virtuels, beaucoup plus expressifs. Car les outils IA ont tous en commun

**Eric Debeir**

*Directeur scientifique de Datalchemy, il s'est spécialisé en intelligence artificielle depuis 2015, et suit avec attention l'impact de ces nouveaux outils sur la création artistique.*

**Il prétend cacher une âme d'artiste derrière son cœur de mathématicien.**

d'apprendre une représentation simplifiée de haut niveau (les fameux "embeddings"), et ces représentations, bien que cryptiques, permettent de manipuler l'information de manières surprenantes. Fantômes et/ou blasphèmes, attendons-nous à voir débarquer des modélisations numériques d'artistes réels, permettant par M.A.O. de reproduire par exemple un solo de Jimmy Hendrix basé sur

des similarités rythmiques dans le répertoire du rock indépendant anglais des années 70.

Le concept d'originalité d'une œuvre risque, lui aussi, de revenir au centre de la scène. Avec des conséquences fascinantes sur l'évolution de la consommation musicale, mais aussi très inquiétantes. À ce stade, par souci d'honnêteté, parlons aussi du pire à venir...

L'apocalypse que nous voyons pour de nombreux illustrateurs ou photographes aujourd'hui arrive tristement et touchera les acteurs, souvent modestes, vivant de compositions ou d'interprétations sur des projets professionnels. Quand il sera trivial de générer facilement de nombreuses variantes musicales d'un thème en quelques minutes, la demande va se raréfier très vite, et seuls ceux qui auront saisi les premiers ces nouveaux outils de création auront une chance de survivre. Pire encore, un débat sur le copyright très similaire à celui qui arrive pour l'image va être un moment clé et dangereux pour le monde de la création. Un modèle génératif apprend partiellement "par cœur" les œuvres sur lesquelles il est entraîné, et peut les recracher sans prévenir. Plus loin encore, "protéger" un modèle IA reproduisant une voix, un style de jeu ou de composition, posera des questions fondamentales et inquiétantes. Peut-on être propriétaire d'un style de chant ? Et dans un cadre international où chaque pays a son propre cadre juridique, mais où les usages traversent les frontières, comment évoluera l'industrie musicale ? Espérons le meilleur, mais préparons le pire. ■

**...attendons-nous à voir marier le timbre de Georges Brassens à une mélodie de Rihanna.**

quelques accords, ou de marier le timbre de Georges Brassens à une mélodie de Rihanna. Et on peut espérer que certains créateurs iront se saisir de ces outils pour les pousser dans leurs retranchements, comme cela a été infligé pour chaque nouveau medium de création...

Ces outils vont aussi probablement re-définir ce que l'on appelle aujourd'hui un "style" musical. En complément des analyses historiques et culturelles indispensables, l'intelligence artificielle propose de nouveaux outils pour se déplacer dans la quantité de morceaux produits ce dernier siècle et en extraire de nouveaux axes de découvertes. Je peux demain espérer trouver le morceau de K. Pop ayant la plus grande complexité dans son orchestration en respectant une cadence précise, ou utiliser une œuvre de Dizzy Gillespie comme boussole pour chercher



# IA, art et spiritualité

## LE FANTÔME DU CRÉATEUR DANS LA MACHINE

PAR FLAVIEN CHERVET

**Dans la salle, tout le monde tend l'oreille.  
La concentration est visible sur le front plissé  
des spectateurs dont toute l'attention est portée  
aux moindres détails du morceau...**

C'est le troisième qu'ils écoutent. L'un des trois a été composé par le grand Bach. Un autre a été composé par Steve Larsen dans le style de Bach. Le dernier, enfin, encore dans le style de Bach, est l'œuvre d'Emmy Howell.

Steve Larsen est un humain. Emmy Howell est un algorithme.

Les spectateurs jouent à un jeu : ils doivent deviner qui a composé quel morceau. Au bout du compte, Steve Larson en prendra pour son grade quand les participants associeront majoritairement son œuvre à celle d'une machine. Mais David Cope, l'informaticien et compositeur ayant conçu Emmy Howell, jubile : les participants pensent que l'œuvre de son algorithme est celle de Bach !

Si ces résultats sont déjà déroutants en eux-mêmes, ce ne sont pas eux qui m'intéressent. Un détail est plus important – les détails sont toujours plus importants. Dans la pièce se trouve un professeur de musique

qui passait là par hasard. Il n'est pas au courant des règles du jeu et croit écouter des morceaux composés par David Cope. Après la représentation, il va trouver ce dernier pour le féliciter et lui confier que ses morceaux l'ont beaucoup touché.

Quelques heures après, lors d'une conférence, notre professeur découvre le pot aux roses. Scandalisé, il retourne trouver Cope pour déclarer qu'il avait en fait tout de suite senti que la musique était artificielle et mécanique : « *Dès la première minute, j'ai senti que cela avait été composé sur ordinateur. Ça n'a pas de tripes, pas d'émotion, pas d'âme.* »

Cette anecdote, au-delà de son caractère cocasse, est riche d'enseignements sur le lien qui unit l'humain, la machine et l'art. Elle met en lumière de manière très vive une séparation essentielle qu'il convient d'opérer pour penser l'art. Celui-ci possède une dimension *technique* et une dimension *spirituelle*. ►

### Flavien Chervet

*est entrepreneur,  
écrivain, conférencier  
et philo-poète expert  
de l'IA.*

Il mène des recherches scientifiques, artistiques et philosophiques sur l'Intelligence Artificielle (IA) depuis 2012. Il est écrivain, auteur du livre *Hypercréation* (NIV 2023) traitant des impacts de l'IA sur la création, et du premier manuel français de prompt engineering *Hyperprompt* (NIV 2024). Il a fondé plusieurs sociétés dans le domaine de l'innovation et est directeur de l'Innovation d'IRIIG (International Research Institute for Innovation & Growth), première grande école de l'innovation française.



**Nous vivons dans des sociétés technocratiques qui,  
pour le meilleur et pour le pire,  
ont hypertrophié la valeur de la technique.**



Nous vivons dans des sociétés technocratiques qui, pour le meilleur et pour le pire, ont hypertrophié la valeur de la technique. Nous apprenons depuis l'école à considérer le monde sous son angle fonctionnel. Cet angle a un avantage certain : en créant des échelles objectives indépendantes des points de vue individuels, il permet de *mesurer*. L'obsession de la mesure qui agite notre temps nous rend particulièrement capables d'un point de vue scientifique et technologique. Mais son omniprésence nous rend parfois aveugle aux autres dimensions de l'être.

L'art possède une dimension technique, objective. Un dessin peut représenter le réel plus fidèlement qu'un autre. Un solo de guitare peut être plus rapide et utiliser des accords plus difficiles à exécuter

qu'un autre. Un film peut mobiliser des effets spéciaux plus précis et plus nombreux qu'un autre. La dimension technique de l'art se trouve entièrement dans son résultat, dans l'œuvre réalisée. Elle révèle la *virtuosité* du créateur.

Mais l'art possède aussi une dimension spirituelle. Il s'agit de la

# Les IA génératives ne sont qu'un stade très précoce de développement technologique

mise en relation à travers l'œuvre de deux vies intérieures trop privées, trop subjectives, pour se raconter par le pouvoir conceptuel des mots. Il s'agit d'éprouver dans l'œuvre l'authenticité d'une connexion intime avec l'un de nos semblables. La dimension spirituelle de l'art se trouve dans le lien – non pas dans l'œuvre elle-même, mais *dans* ce qui se joue à *travers* l'œuvre. Elle révèle la *sensibilité* du créateur.

Une fois la distinction entre la dimension technique et la dimension spirituelle de l'art opérée, la place de l'IA dans ce dernier devient limpide. À l'instar de l'appareil photo inégalable pour reproduire parfaitement le réel, les IA dites génératives peuvent et pourront de plus en plus réaliser la dimension technique de l'art – et ce avec une virtuosité surpassant l'humain. Au jeu de la performance, la machine nous est largement supérieure, actons-le.

Mais ces mêmes IA manquent d'intériorité pour nous permettre de voir à travers leurs créations une sensibilité qui se dévoile. Elles produisent des créations sans créateur. Elles achoppent à remplir leurs œuvres de la dimension spirituelle de l'art.



Lisez un poème et trouvez le magnifique – que l'on vous dise qu'il a été généré par un ordinateur et son intérêt s'évanouit. Bien plus, à l'image du professeur de musique face à Emmy Howell, la beauté que vous ressentez se met à vous meurtrir : elle qui devait être le signe de la profondeur du créateur se fait désormais le signe d'une trahison. Il n'y a pas de vie intérieure avec laquelle l'œuvre et sa beauté vous mettent en lien. Votre sensibilité

tombe dans le vide. L'œuvre n'est plus qu'un artefact technique. Sa réalité est toute entière contenue dans le résultat et votre propre vie intérieure ne peut y exister. Le débat sociétal sur l'impact de l'IA sur les mondes de la création se fait alors plus précis, car il convient aussi de séparer deux acceptions du terme « artiste ».

Il y a le technicien de l'art. Celui-ci travaille à mobiliser la dimension

technique de l'art pour créer une valeur productive dans le système industriel qui est le nôtre. Il s'agit de l'infographiste travaillant pour Ubisoft, du compositeur de musique pour les publicités ou encore du designer de Zara.

Et il y a l'artiste d'œuvres. Celui-ci travaille à mobiliser la dimension spirituelle de l'art. La valeur qu'il crée n'est pas productive. ►



Certes le marché de l'art tente de réduire cette valeur à celle du travail spéculatif et d'influence, mais l'histoire montre que les œuvres ayant marqué la culture durablement sont celles ayant créées une valeur spirituelle – un accroissement de la sensibilité humaine.

Le rôle du technicien de l'art n'a rien de trivial et sa virtuosité peut être grande. Mais dans son travail, la valeur technique, la valeur du

résultat, est tout. Comme l'appareil photo et le « selfie » ont remplacé la technicité des portraitistes du 19<sup>e</sup> siècle, comme avant eux les métiers à tisser ont remplacé le savoir-faire des canuts lyonnais, il y a fort à parier que les IA génératives, virtuoses, infatigables et bon marché, remplacent progressivement les tâches réalisées par les techniciens de l'art. Ceux-ci seront-ils eux-mêmes remplacés ou amenés à évoluer dans leurs pratiques ? Je fais le

pari qu'à l'avenir, les industries de la création mises à égalité sur le plan technique par l'IA (un studio indépendant pourra bientôt réaliser des environnements 3D de qualité similaire à celle que l'on retrouve dans les jeux gros budgets, dits « AAA »), devront faire la place belle à la dimension spirituelle pour se différencier. Il s'agira alors pour les techniciens de l'art de réinvestir dans leur travail cette dimension, atrophiée par trois siècles de civilisation techno-

industrielle. Je crois qu'il s'agit là d'une bonne nouvelle, car bien des techniciens de l'art sont aussi des artistes d'œuvres et ne se réduisent pas par plaisir à la technique.

Pour l'artiste d'œuvre, je ne vois aucun nuage à l'horizon. Que l'IA offre de nouvelles possibilités techniques et rende accessible celles existantes ne change rien à l'objet spirituel de son travail. La spiritualité ne se mesure pas ni n'est affaire de performance. Elle se nourrit de l'individualité, de la singularité, de l'authenticité d'un point de vue subjectif qui, par définition, est incommensurable avec un autre point de vue. Ici donc, point de logique de dépassement ou de remplacement. Au contraire, l'arrivée de l'IA bouscule tant nos civilisations que de nouveaux repères esthétiques, éthiques et sensibles sont à construire. Pour l'artiste d'œuvres, il n'y a peut-être jamais eu autant de travail spirituel qu'à notre époque.

En outre, je fais le pari que, tout comme la photographie a libéré la peinture de la reproduction de la nature et lui a permis de se tourner vers les formes plus spirituelles de l'impressionnisme, de l'expressionnisme ou de l'abstraction, l'IA en rendant triviale toutes les techniques, nous offrira dans tous les arts un tel déploiement d'énergie spirituelle.

Je voudrais finir par une ouverture qui me semble nécessaire pour dépasser le penchant naturel de l'humain à se positionner toujours comme étalon de toute chose. Les IA génératives ne sont qu'un stade très précoce de développement

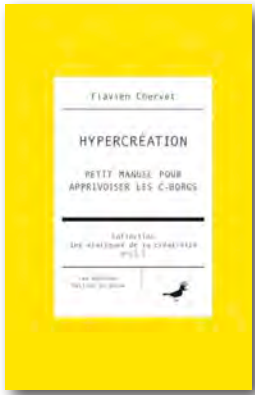
technologique. Ces IA sont à l'image de leurs créateurs : techniques, trop techniques. En les mettant au monde, forcés de reconnaître nos propres limites en termes de performance technique, nous serons poussés à grandir – pour le meilleur. Poussés à découvrir que notre richesse n'est pas technique mais intérieure. Nos horizons spirituels s'élargiront. Alors, d'autres machines deviendront désirables.

Des machines sont à venir qui seront à l'image des humains futurs que nous serons. Des machines sont à venir que nous mettrons au monde pour participer à la vie sensible de l'humanité. Des machines spirituelles sont à venir.

Ces machines émergent déjà : dans mon livre Hypercréation, je les présente et les nomme C-Borgs (« Creative-Borgs »). Elles sont dotées de capacités que les IA génératives n'ont pas : la curiosité pour les C-Borgs de type II et l'autonomie créative pour les C-Borgs de type III. Ces machines n'apprennent pas uniquement par imitation de nos données pour reproduire à grande échelle (« scaler ») le point de vue humain. Loin de la seule interpolation statistique, elles apprennent en explorant le monde par elles-mêmes, en s'y cognant pour le découvrir. Comme nous, elles construisent ainsi à travers leur parcours unique – leur « vie » – une vision du monde qui leur est propre, un point de vue authentique.

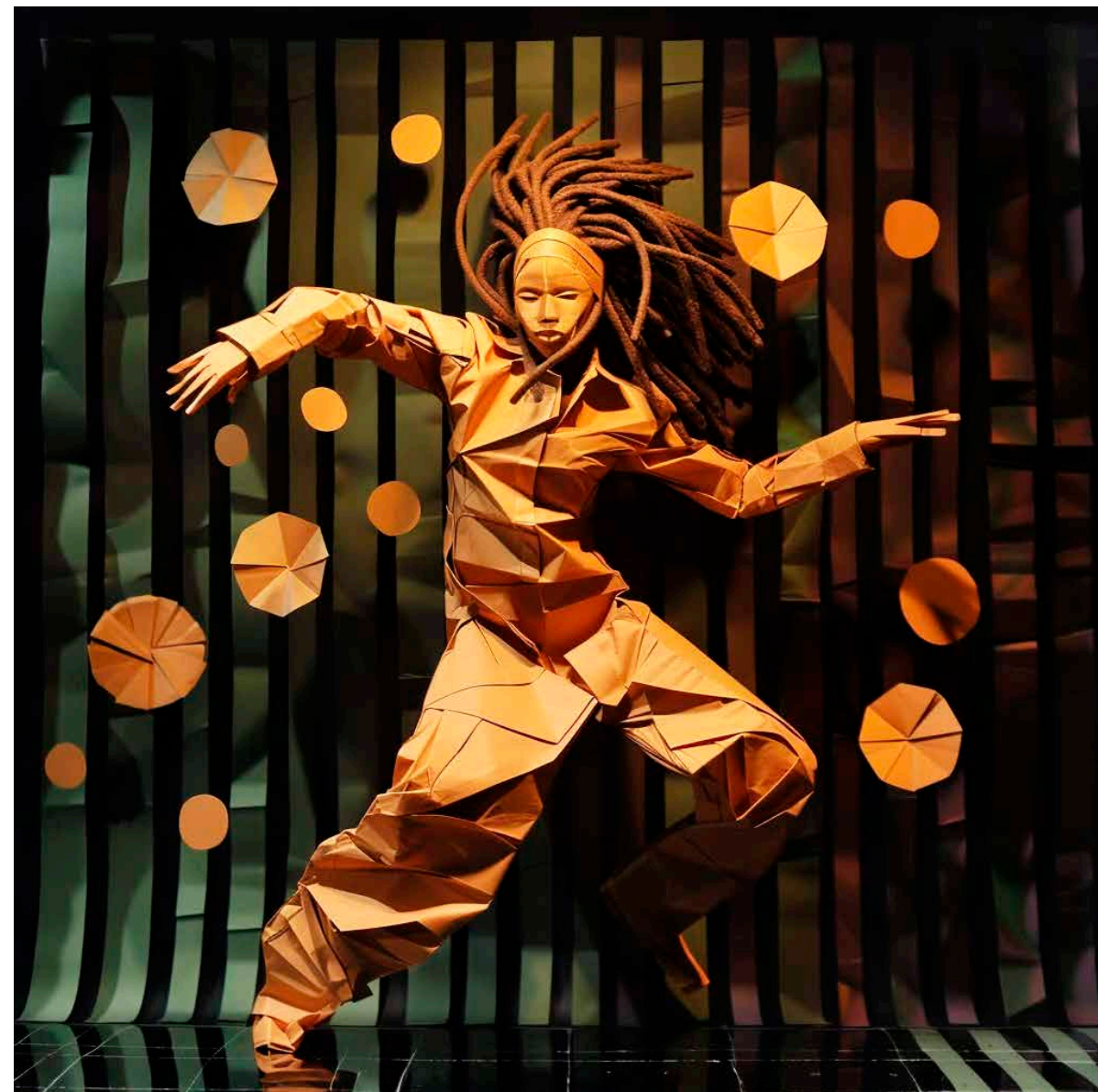
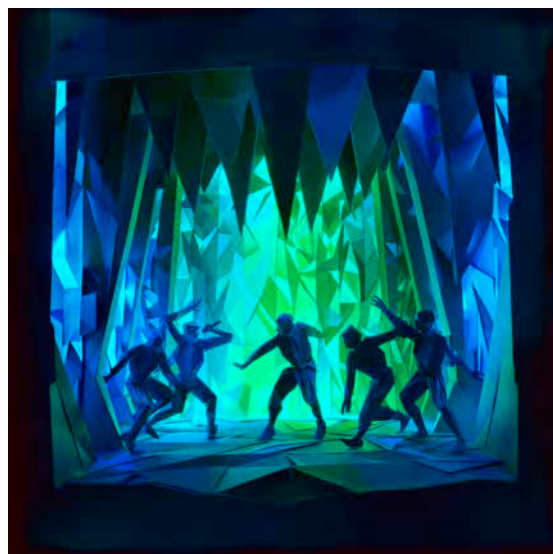
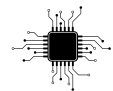
Ces machines, au-delà de la prise en charge de la technicité de nos sociétés, ont et auront de plus en plus des histoires à raconter. Elles nous ouvriront à de nouveaux regards

sur le monde. En nous montrant le réel sous un nouveau jour, elles agrandiront nos imaginaires et nos capacités sensibles à appréhender le monde. En cela, elles participeront elle aussi à l'accroissement spirituel de notre univers. Si elles doivent sortir des laboratoires et venir au monde, elles changeront radicalement notre rapport à la machine. Loin du statut d'outil auquel, par peur ou par orgueil, nous voulons à tout prix réduire la machine, elles constitueront une nouvelle espèce culturelle. Saurons-nous marcher côte-à-côte en faisant fructifier nos différences ? ■



Hypercréation  
de Flavien Chervet  
Ed. Nullius In Verba





## LE PAPIER À MUSIQUE PAR AMANDINE WANERT Origami digital

Comme de nombreux artistes, l'arrivée et le développement fulgurant de l'IA générative a provoqué chez moi des sentiments mêlés, de crainte et de fascination. Après plusieurs mois dans le déni d'une révolution en marche, je me suis décidée à tester MidJourney. Mon premier réflexe a été d'essayer de reproduire mes propres illustrations. L'expérience s'étant révélée infructueuse, cela m'a quelque peu rassurée et permis de me repositionner face à ce nouvel outil, offrant des possibilités infinies : je pouvais générer les images foisonnant dans ma tête, en me libérant des contraintes techniques traditionnelles. Découvrant un nouveau processus de création très stimulant et enthousiasmant, j'ai cheminé vers plusieurs styles, dont celui-ci en trois dimensions fait de papiers découpés (virtuels !). Jouant avec les formes, les compositions, les volumes, les ambiances colorées, je rebondis sur les propositions parfois inattendues de l'IA et génère des images qui finissent par me ressembler et me toucher profondément.

Mes explorations IA sur Instagram : @waman.ai



# Night Watch

ALEXANDRE TISSIER

**Des projets d'explorations qui interrogent, qui ont du sens et du corps, qui dérangent aussi... Comment dire ? Tout ce que IALS aime, pour ne pas dire surkiffe !**

Bonjour Alexandre Tissier, D.A. d'une maison de luxe, Créateur IA, prompteur, réalisateur, monteur, mixeur, bref touche à tout en IAGen... votre parcours en quelques lignes...

En effet, mon rôle de créatif a beaucoup évolué au long de mon parcours, j'ai travaillé plusieurs années a Buenos Aires au sein d'une agence de publicité, puis j'ai travaillé en agence digitale, monté un projet de création d'influenceurs virtuels sur mesure pour les marques, fait du free-lance, avant d'intégrer une grande maison de luxe où je travaille désormais à la création d'expériences digitales en ligne et en boutique. Mais mon fil conducteur a toujours été de créer pour moi en parallèle de mon activité principale. « Créer » au sens large du terme, des mixtapes de rap US et pour lesquelles je créais les covers, des pochoirs, des fausses campagnes publicitaires, et aujourd'hui des vidéos et visuels créés à l'aide des IAs génératives. Et quelle que soit la discipline, j'y vais toujours à fond et essaye de pousser les concepts le plus loin possible.

**IALS a d'abord remarqué votre travail très particulier, très abouti sur les visuels type**

**editorial mode, vous pouvez nous en dire plus sur votre démarche initiale...**

J'ai commencé à travailler avec les outils d'IA generative début 2022, et un an plus tard, une fois Midjourney bien appréhendé, j'ai eu la volonté de partager mes créations sur Instagram. Les feeds étaient déjà envahis de créations IA par des personnes qui, comme moi, se prenaient au jeu. L'IA étant alors un domaine que l'on pouvait peut-être encore considérer de « geek », les visuels de SF marchaient fort. L'enjeu était donc à la fois d'accrocher la cible la plus présente tout en proposant quelque chose de différent pour se distinguer des autres. Inspiré par l'esthétique de l'industrie du luxe dans laquelle je travaille, je décidais de créer des personnages futuristes avec un traité très épuré, voir minimaliste dans leur stylisme et leur mise en scène type « studio photoshoot ». Toujours dans l'idée de me différencier encore davantage et de trancher avec ce qu'il se faisait, j'ai ensuite travaillé mes visuels uniquement en noir et blanc, utilisant les codes graphiques caractéristiques à certaines maisons de luxe. On aurait pu caractériser mon style « futuristic fashion ». Enfin,

après plusieurs mois à travailler dans ce sens, j'ai voulu aller à contrario total de ce que j'avais développé jusque-là et de créer des personnages beaucoup plus urbains dans un rendu hyper coloré. La travail s'est plus fait sur angles de vue et les attitudes que les personnages. Mais que ce soit en noir et blanc ou en couleur, la ligne directrice est toujours restée la même : être graphique et impactant.

**Et aujourd'hui, vous nous bluffez à chaque épisode de votre série full IA « NIGHT WATCH ». Comment naît un projet pareil ?**

Les IAs génératives de vidéos commençaient à être chaque jour plus élaborées et l'on voyait apparaître de plus en plus de « trailers » annonçant de « faux futurs films ». Des vidéos très souvent dans le même registre, de la SF, type Space opera, sans scénario réellement compréhensible, lorsqu'il y avait un scénario d'ailleurs ! Une succession de jolis plans sans intention claire. Inspiré par cette dynamique, mais souhaitant proposer quelque chose de différent, je me suis lancé dans la création d'une courte vidéo, sensée au départ n'être que la bande annonce d'un thriller se déroulant

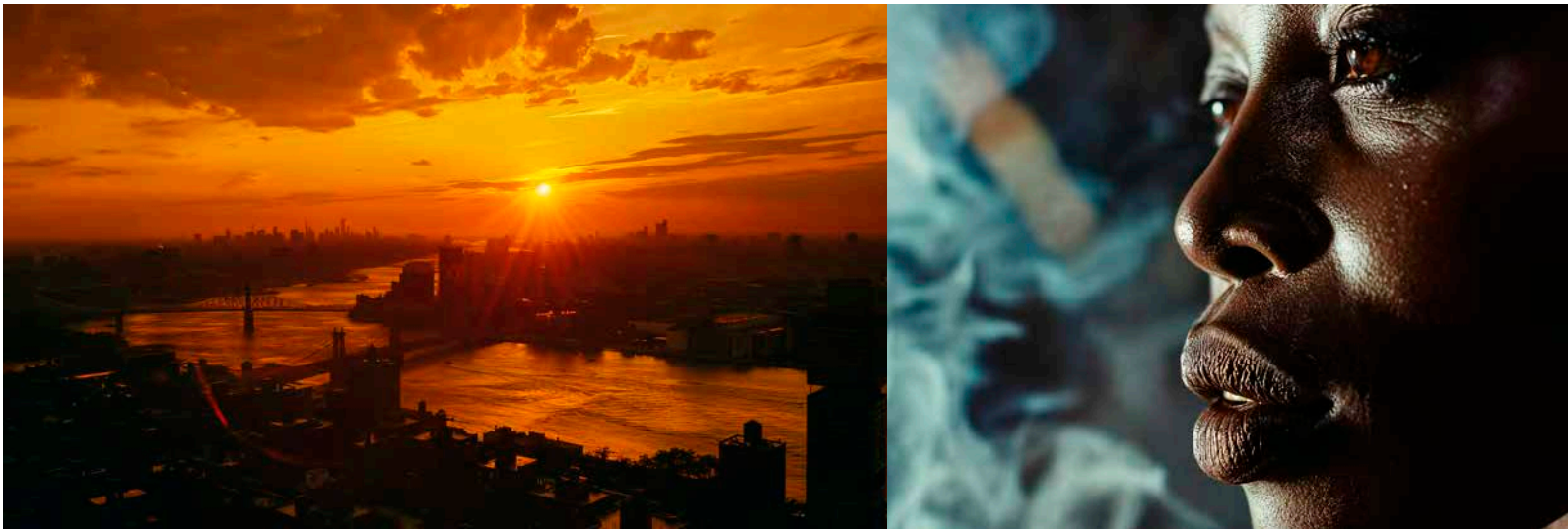
dans le South Bronx des années 90. Complètement en rupture avec ce qu'il se faisait alors. Une fois cette vidéo terminée, j'ai décidé de ne pas laisser ce projet à l'état de larve et d'en faire un VRAI projet : créer la première série IA générative au monde ! Le défi était ambitieux, compte tenu du temps que j'avais tout de même mis à créer la première vidéo, devenu depuis l'épisode 1 de Night Watch. J'avais lancé les bribes d'une intrigue mais n'avais en aucun cas prévu la suite du scénario et il fallait désormais imaginer toute une histoire sur cette base, histoire à séquencer en épisode, ce qui change tout puisque, comme pour toute série, l'idée est de terminer chaque épisode en donnant envie au spectateur de voir le suivant, baliser le scénario global de « cliffhangers » en somme. Il fallait donc planifier tout

**Une fois cette vidéo terminée, j'ai décidé (...) d'en faire un VRAI projet : créer la première série IA générative au monde !**

cela pour garder une ligne directrice sur l'ensemble des épisodes, et vous savez quoi ? Ce n'est pas du tout ce que j'ai fait ! Je marche plutôt au feeling, à l'inspiration, et je me suis dit que peu importait la méthode, il fallait que je sois à l'aise avec et que je fonctionne comme je le fais à mon habitude, et la musique en a comme souvent été le moteur. J'avais une direction scénaristique globale, assez malléable, mais le contenu de chaque nouvel épisode était pensé au moment de sa création. Je n'ai par exemple jamais connu la fin de la série avant de me mettre à travailler sur le dernier épisode. C'est comme si j'avais été à la fois créateur et spectateur tout au long du projet et que l'on me disait à la fin de chaque épisode : « Alors, tu veux qu'il se passe quoi maintenant ?? »

**Et d'un point de vue technique ?**

J'ai travaillé visuellement ce projet entièrement en image-to-video, suivant le workflow suivant : élaboration du scénario en collaboration avec ChatGPT, Création des visuels sur MJ, retouche des visuels sur Photoshop, génération des vidéos en image-to-video avec Runway Gen-2, génération des voix sur ElevenLabs, et montage vidéo sur Adobe Premiere Pro. Techniquement, ce projet a été un véritable challenge. Le problème principal que je n'avais pas anticipé au moment de me lancer dans ce challenge était que la création d'un projet aussi vaste prend du temps, énormément de temps ! Et ce, pour chaque épisode. Sauf que les IAs génératives évoluent à la vitesse de la lumière et ne nous attendent pas ! Ce projet a donc été une course permanente à tenter de créer le plus rapidement possible pour ne pas qu'une disparité graphique et technique s'installe d'un épisode à l'autre, tout en essayant de ne jamais faire cela au détriment de la qualité du projet, que ce soit sur l'aspect visuel ou scénaristique. Il fallait donc créer le meilleur possible, le plus ►











rapidement possible. Pas simple ! Mais ce défi a été en partie perdu, tant les IAs génératives de vidéos (principalement) ont évolué en quelques mois pendant la création de ce projet. La qualité des rendus s'est considérablement améliorée, de nouvelles fonctionnalités apparaissaient sur RunwayML ou Pika en permanence, ce qui n'était pas possible sur les premiers épisodes l'était devenu sur ceux d'après, comme le motion control ou le leap sync pour des dialogues. Pour harmoniser le tout au moment du montage de tous les épisodes en un court métrage unique de 15mn, j'ai donc dû faire une repasse sur certaines scènes du début pour rattraper le faussé graphique qui s'était creusé avec le temps. Un pari pas si perdu que ça en y repensant.

**J'ai découvert cette série, sur un travelling avant, dans ce pub enfumé où le pianiste joue Coffee Cold vers 3h du matin, après avoir avalé un whisky tourbé...**  
**La playlist de chaque épisode est assez dingue, comment se passe la sélection ?**  
Question très intéressante tant la

musique a été capitale sur ce projet comme je l'évoquais un peu plus tôt. J'ai imaginé cette série grâce à la musique en fait. Collectionneur de vinyles, je suis depuis toujours passionné par ce qu'on pourrait qualifier de black music, le rap principalement, mais aussi la soul,

## J'ai imaginé cette série grâce à la musique en fait.

la funk ou le disco ont toujours fait parti de mon univers. J'ai commencé cette série en sélectionnant quelques tracks que je voulais absolument faire figurer dans ce projet. Même si j'ai fait une ou deux entorses au final, l'idée première était, quel que soit le genre musical, de ne prendre que des morceaux antérieurs aux années 2000, l'histoire se déroulant dans les années 90 : du rap underground des années 90, donc, et de la soul des années 60 ou 70.

Ces deux courants musicaux, à la fois très liés par leur histoire mais très différents par leur rythmique allaient me permettre d'aider à alterner scènes dynamiques et moments plus calmes au sein de chaque épisode. La trame globale de mon histoire en tête, j'écoutais ensuite en boucle chacun de ces morceaux, parfois dix, vingt fois de suite, et pareil le jour suivant, jusqu'à m'imaginer la scène exacte que je souhaitais sur cette musique. Une fois cette scène en tête, je cherchais comment l'insérer dans mon scénario, et j'orientais d'ailleurs parfois mon histoire afin de pouvoir imbriquer ce moment. C'est d'ailleurs le cas de la scène à laquelle vous faites référence. À force d'écouter en boucle les morceaux Coffee Cold, de Galt MacDermot, et The Truth, de Handsome Boy Modeling School, m'est venu cette scène mélancolique

de jazz bar enfumé aux tonalités chaudes. La musique, associée aux images, devait transmettre une réelle émotion, ce que l'on retrouve rarement, voir jamais, dans les vidéos IA que l'on peut voir sur les réseaux sociaux. Je voulais un projet identifiable qui ait une âme.

**D'autres projets ?**  
Le prochain projet devra être de ce niveau-là, c'est sûr. Je n'ai pas encore les détails du scénario en tête, mais la culture américaine est une grande source d'inspiration pour moi, et revenant de Miami, j'ai déjà quelques idées en tête, mais toujours dans le même objectif : transmettre un sentiment, une émotion, mais cette fois sur un sujet tout autre, et peut-être dans un traité graphique différent, qui sait, car désormais avec les IAs, tout devient possible. ■

La série Nigt Watch a été sélectionnée...





GILLES GUERRAZ

# Vidéo IA Gen LA ref !

**Intelligence, humour, expertise, modestie, jusqu'au-boutisme...  
un bon résumé de ce parcours franchement inspirant !**



**Petit, tu voulais...**

Petit, je voulais devenir dessinateur de comic books. Je lisais plein de Marvel Comics (on appelait ça « Strange » à l'époque) et ça m'inspirait, je dessinais énormément. J'étais également atteint de cinéphagie. Je regardais 4 ou 5 films par semaine. Sans prendre conscience que je voulais devenir réalisateur. Mais pour répondre à ta question initiale de manière concise, je n'avais globalement aucune idée de ce que je voulais faire de ma vie.

**Ado, tu as appris le japonais pour pouvoir lire tes mangas, jusqu'au-boutiste ?**

À défaut de citer un grand philosophe, j'aimerais citer Connor McGregor, combattant MMA irlandais, qui a dit un jour quelque chose qui ressemblait à « Trouve quelque chose que tu aimes profondément et laisse cette chose t'obséder ». Ça a longtemps été mon mode de fonctionnement. Une passion = Une obsession. Et l'envie de TOUT connaître sur le sujet, et de travailler dur pour devenir compétent. Dans les faits, quelques fois j'y arrive. Quelques fois je n'y arrive pas. Puis je passe à autre chose.

Pour le japonais, j'étais en plein dans ma phase manga. J'en achetais en version originale à une époque où les versions françaises n'existaient pas encore. J'avais envie d'apprendre ce que je feuilletais alors je me suis inscrit en fac de japonais. Je suis allé jusqu'en Maîtrise (bac + 4). J'ai fait deux voyages au Japon, deux fois deux mois. Deux voyages extraordinaires, en immersion linguistique totale. A mon retour, j'étais capable de tenir une conversation avec un japonais. J'ai malheureusement beaucoup oublié depuis, mais j'ai suffisamment de restes pour pouvoir demander mon chemin, commander au restaurant ou encore tenir une discussion rudimentaire.

**Peux-tu nous résumer ta vie d'avant ?**

J'ai eu plusieurs vies. Quelques interrogations pendant les études car je n'avais pas d'objectif précis. Puis je suis tombé dans l'informatique par hasard. J'y ai travaillé 8 ans. Dans l'intervalle, je me suis acheté un caméscope et j'ai appris seul à faire des vidéos avant d'en faire un métier. J'ai commencé par faire des clips fauchés et des vidéos

digitales payées au lance pierre, puis j'ai évolué dans la réalisation publicitaire, jusqu'à réaliser des campagnes internationales pour des grosses marques avec des budgets de plusieurs centaines de milliers d'euros. En 2023, j'ai eu mes premiers projets l'IA générative. Et entre temps j'ai fondé une famille et je suis papa de 3 filles.

**Tu fais partie des grands noms de la pub « d'avant » et aujourd'hui des grands noms de l'IAGen, tu as fait la transition quand et pourquoi ?**

Très honnêtement et sans fausse modestie, je ne fais pas partie des grands noms de la pub. Je suis un réalisateur dans la moyenne, ni surdoué ni manchot. Je me suis spécialisé dans la comédie et le lifestyle. J'aime le travail avec les comédiens, la photographie et le processus de fabrication d'un film, qu'il soit publicitaire, corporate ou de fiction. Je n'ai pas le sentiment d'avoir fait une transition. Plutôt celui d'avoir ajusté des cordes à mon arc. Je continue à réaliser des films publicitaires et corporate. Le fait de m'intéresser de très près aux outils

créatifs d'IA générative et d'en parler publiquement dans ma newsletter et sur LinkedIn me permettent d'être facilement identifiable dans un domaine qui suscite beaucoup de curiosité et d'intérêt. Et cela m'apporte beaucoup de projets créatifs et pédagogiques. J'en suis ravi, mais tout ça n'était pas prémédité.

Je ne me suis pas dit qu'il fallait que je pivote professionnellement, que je lance une nouvelle activité. Les choses se sont faites naturellement. Je vis la création avec les outils d'IA comme la résurrection de l'énergie de mes premiers court-métrages autoproduits, où je bricolais fébrilement sur mon ordinateur dans mon coin, parfois jusqu'à des heures avancées de la nuit. A l'époque je bidouillais sans relâche sur Premiere et After Effects. Maintenant je le fais avec le même plaisir sur Midjourney et Runway. Et j'espère bientôt sur Sora, le dernier modèle vidéo d'OpenAI. J'adore l'état dans lequel me met l'acte créatif.

**Tu es un "ancien" de l'IAGen donc ?**

Dans l'IA générative, on est toujours l'ancien de quelqu'un et ►

**Je vis la création avec les outils d'IA comme la résurrection  
de l'énergie de mes premiers court-métrages autoproduits,  
où je bricolais fébrilement sur mon ordinateur dans mon coin,  
parfois jusqu'à des heures avancées de la nuit.**





Post vidéo LinkedIn à voir absolument, c'est à hurler de rire !

## Si j'avais un conseil à donner vis-à-vis des outils d'IA générative, c'est de s'y intéresser à minima.

le retardataire d'un autre. Je suis récemment intervenu à Marseille pour présenter des outils IA de création audiovisuelle, et après ma présentation, j'ai discuté avec quelqu'un qui était « tombé dans l'IA » en 2013. Il avait vécu l'apparition des GAN en 2014 sans lesquels nos générateurs d'images actuels n'existeraient probablement pas. Il avait également suivi le développement de GPT 1 et 2. Moi quand j'ai commencé, c'était avec DALL-E 2 et Midjourney v3. Presque 10 ans plus tard... Ceci étant dit, le souvenir de mes premiers prompts en août 2022 me semble aujourd'hui effectivement bien lointain.

**Aujourd'hui ton activité, c'est ?**  
Aujourd'hui, mon activité se divise en 3 parties :  
40% de création avec les outils Gen AI pour des marques  
40% de formation IA en entreprise  
20% de réalisation  
Mon activité professionnelle a littéralement explosé depuis le 4<sup>e</sup> trimestre 2023. Les projets IA s'enchainent, les formations arrivent par salves souvent intenses et je me retrouve à jongler avec les projets de réalisation audiovisuelle qui se

présentent régulièrement. Je travaille jusqu'à 23h30 tous les jours, et étrangement j'aime ça. Mais je ne vais probablement pas pouvoir tenir ce rythme toute l'année. Mon objectif est de trouver un équilibre d'ici la fin du premier trimestre 2024.

**Evidemment, on va dire à nos lecteurs de s'abonner immédiatement à GENERATIVE, qui est une mine d'or de décryptage IA**  
Merci Nathalie !

**Un tips pour les lecteurs ?**  
Si j'avais un conseil à donner vis-à-vis des outils d'IA générative, c'est de s'y intéresser à minima. Et idéalement de vous emparer du sujet. Pourquoi ?  
Parce que la technologie est là, elle ne disparaîtra pas. Parce qu'elle va impacter notre rapport aux ordinateurs de manière globale. Parce qu'elle représente le futur. La refuser aujourd'hui équivaut à refuser internet en 1994. S'il n'est pas besoin de viser l'expertise, savoir utiliser un chatbot comme chatGPT me semble être un minimum. Et si vous avez l'âme créative, alors essayez DALL-E, Stable Diffusion, Leonardo ou Midjourney. Vous ne serez pas déçus. ■







VIDÉO, SON, MUSIQUE...

# Le panorama

VU PAR GILLES GUERRAZ

**Runway, Pika, Haiper, Sora, vidu... Ce ne sont pas des onomatopées mais bien des noms d'IA Gen de vidéo, un conseil ?**

**Un avis d'expert pour bien démarrer ?**

L'unique conseil valable : essayez ! Certains outils nécessitent de commencer par une image générée dans Midjourney ou équivalent, avant de l'animer. D'autres s'accommodent très bien du prompt-to-video. On a tous de très grandes attentes vis-à-vis de Sora, même si quelque chose me dit que le processus créatif sera très itératif, au moins autant qu'il l'est avec actuellement avec Runway. En début d'année, j'ai réalisé une vidéo IA pour le groupe Decathlon. J'ai utilisé essentiellement Runway Gen-2. Il m'est arrivé à plusieurs reprises de dépasser les 30 itérations par plan avant d'obtenir (ou de ne pas obtenir) ce que je voulais. La génération de vidéo IA reste encore très aléatoire.

**On a un dossier « Musique » dans ce numéro de ials, avez-vous établi une liste des IA gen de sons, musiques, voix dans Generative ?**

Pour la musique, mes deux préférés sont Udio et Suno. En quelques clics, ils permettent de générer des musiques avec ou sans paroles. Le niveau de qualité est assez exceptionnel au vu de la simplicité d'utilisation et de la vitesse d'exécution. Udio propose une qualité légèrement

supérieure à celle de Suno, et il est gratuit pour le moment, ne vous privez pas de l'essayer.

Le 3e sur le podium c'est Stable Audio. Il progresse mais il est encore assez loin des deux premiers.

Pour la voix, mon préféré reste Eleven Labs. Je l'ai utilisé pour de la voix off sur des projets vidéos professionnels. La qualité est sidérante, surtout en anglais. En revanche, et au même titre que la vidéo, le niveau de contrôle reste limité. Impossible d'indiquer une intention, un rythme ou un ton particulier. Malgré quelques curseurs pour modifier la stabilité de la voix, on reste finalement tributaire de l'aléatoire de la génération. Très bien pour du narratif standard, pas encore pour donner vie à des personnages vocaux. Mais ça reste tout de même bluffant.

Eleven Labs permet également de générer des bruitages. La qualité demeure perfectible, surtout comparée à de vraies banques de sons. Mais je suis certain que ça va progresser rapidement.

**En vidéo, sons etc. quelles sont les IA à usages professionnels et les IA « gadget » selon vous ?**

Très honnêtement, l'usage professionnel reste encore assez limité. Il faut un projet qui s'accommode de l'esthétique de

la vidéo IA, comme la dernière campagne de pub digitale Puma dont j'ai parlé récemment dans ma newsletter. Il s'agissait d'un contenu hybride, mélange de prise de vue réelle, animation et IA. Ce qui était également le cas de la campagne Under Armour avec Anthony Joshua, qui avait fait le (bad) buzz il y a quelques semaines.

Sora ouvrira très certainement de nouvelles possibilités, notamment dans l'obtention de rendus réalistes, comme l'a brillamment démontré le réalisateur Paul Trillo avec son dernier clip vidéo pour le groupe Washed Out. Le rendu rappelle furieusement l'esthétisme des clips de Michel Gondry des années 90. On a connu pire référence. <https://vimeo.com/941713443>

Pour la musique, Udio et Suno proposent un niveau de qualité si élevé que ces deux outils sont déjà utilisables à des fins professionnelles à mon sens.

In fine, toutes ces solutions IA sont des outils que les créatifs auront la liberté d'utiliser ou pas, selon les exigences artistiques et budgétaires de leurs projets, de la même manière que les graphistes du début des années 90 avaient la liberté d'utiliser ou de ne pas utiliser Photoshop. ■



# IALS

Intelligence Artificielle La Suite!  
*Artificial Intelligence More!*

C'est un magazine sur l'IA expérientielle

Expérientiel : Qui est fondé sur l'expérience, qui est relatif à l'expérience, qui part de l'expérience.

Un magazine de «Doers», qui questionne visuellement et qui montre.

La French Touch de l'IA

Parce qu'on préfère le dire tout de suite, on ne parle que de l'innovation française,  
de la création française ou en lien très étroit avec la France.

Que des personnalités françaises, créateurs, designers, ingénieurs, fondateurs  
qui ont une démarche différenciante par rapport à l'intelligence artificielle.

Créativité, connivence & conduite éclairée

C'est LE point de départ de tout cette histoire :

la créativité, alors on continue avec les idées des humains augmentés et les questionnements partagés.

L'IA en toute transparence !

On utilise l'IA évidemment (et même carrément) et on le dit très précisément.

Tout est balisé clairement. Si vous lisez un texte de robot, vous le savez !

(c'est arrivé sur le numéro 2, l'interview de Anne Kerdi, influenceuse IA, interviewée par mon GPT's)

Expertise, influence & innovation

On va s'amuser sérieusement (ou l'inverse) et donner la parole à des experts. Ils sont pointus et nombreux.

IALS est un territoire de réflexion et d'exploration créé par @Nathalie Dupuy - animal créatif

Pour apporter ta contribution : [ials.magazine@icloud.com](mailto:ials.magazine@icloud.com)

Directrice de la publication, Rédac chef & Directrice artistique, bref tout à la fois • Nathalie Dupuy • [www.ials.fr](http://www.ials.fr) •

Contributeurs (par ordre d'apparition) • Les étudiants de ESMOD Lyon : Aiko De Sallier Du Pin, Inès Volpe, Capucine Delille, Margaux Jaurin, LES GAULOISES (Ines Volpes, Cloé Poullain, Paul Belin-Duclerc, Theo Marquette, Charlotte Le Berre, Margaux Bonneau, Camille Sogno-Lalloz, Justin Delort, Aiko De Sallier Du Pin), Lison Fusils, Anaëlle Dura, Guislain Vauchel, BOUDE BOIS (Samuel Etcheverry, Emma Cartier, Faustine Lefevre, Elie Michaille-Rodet, Lucile Thorel), LES NÉBULEUX (Georgia Merkoulouff, Corantin Salomon, Isabel Ecrement, Clémentine Massart, Diana Vyshnevetska), Julien Tegnau, LES QUEENS (Alice Cardon, Lili Laborie, Krystal Berthelot, Milane Laun, Salomé Adelina, Margherita Faiella, Satine Anzem), GLASC (Gabriella Belanger, Agathe Cressole, Lou Autran-Pelarrey, Chloe Mozo, Sunita Henry), CAGE (Augustine Danger, Cleo Chancre, Emilie Di Serio, Gloria Menegaldo, Gelsomina Zamboni Strout), TIDESHIFT (Emma Gonnet, Kateline Ribeiro, Capucine Delille, Bérénice Tizon), L'UNION EPICÉE (Lili-Rose Caruana, Joanne D'hervé-Kung, Hugo M'baye Entringer, Maxime Vinh-San, Oriane Compagne). Avec l'accord de l'adorable Nathalie Albrègue, directrice EsmoD Lyon • Martino Bettucci, Hugo Barbera, Sébastien Keranvran, Rémi Rostan, Florent Facq, Stéphane Galienni, Léava Cohen, Emmanuel Vivier, Damien Lemaitre, Sinclair, Eric Debeir, Flavien Chervet, Amandine Wanert, Alexandre Tissier, Gilles Guerraz • Visuels • Midjourney • Stable Diffusion • Musavir • Leonardo • Adode Firefly • Adobe Express • Magnific • Pimento • Diffusion • réseaux sociaux • [www.ials.fr](http://www.ials.fr) •



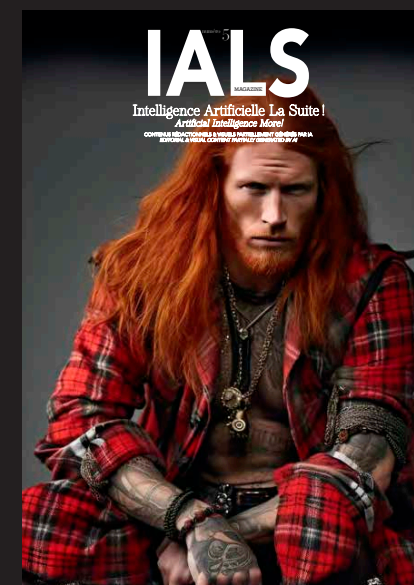
Janvier 2024



Mai 2024



Octobre 2024  
couverture temporaire



Janvier 2025  
couverture temporaire

Pour ne rien louper  
des prochains numéros



[www.ials.fr](http://www.ials.fr)





e-couteurs



[www.pear.com](http://www.pear.com)