

numéro 4

IAALS

MAGAZINE

Intelligence Artificielle La Suite!
Artificial Intelligence More!

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

GROS PLAN

BE INK
& IA MARKETING

L'INNOVATION MADE IN FRANCE

A studio photograph of three women. In the foreground, a woman with short, straight white hair is shown in profile, looking upwards. Behind her, a woman with long, straight black hair is also looking upwards. In the background, a woman with long, straight blonde hair is looking upwards. All three women are wearing light pink or peach-colored blouses. The background is a solid, warm-toned wall.

LES
FEMMES
DE
L'IA

AVIS D'EXPERTES

INGÉNIEURES, CHERCHEUSES,
PROSPECTIVISTES, AVOCATES,
EXPLORATRICES, AUTEURES,
DESIGNERS, CRÉATIVES...
ELLES ONT LA PAROLE !

NUMÉRO SPÉCIAL



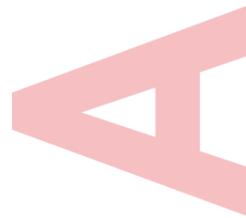


EN COUVERTURE

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

sommaire

numéro 4



5 — ÉDITO
PAR NATHALIE DUPUY | Quand une tenue...

6 — CULTURE
LAURA SIBONY | Filtre d'intelligence
À LIRE | La sélection de IALS

16 — MODE
18 — Khardiata Dia · Zoé Couede
Emilie Triaire · Capucine Thiou
Editorial étudiants Esmod
26 — INCLUSIVITY_AI_PROJECT | Editorial
30 — Evany Collob | Ashfall | Projet étudiant
34 — Maria Vinagre | À la carte!
40 — Neila Romeyssa | La Boss!
52 — Nathalie Dupuy | Editorial dans l'herbe
60 — Léava Cohen | Luxe, calme et technologie

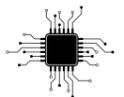
French Tech
68 — Lydie Catalano | Visionnaire
72 — Jeanne Le Peillet | Engagée!

DESIGN
78 — Mathilde Patoizeau | Designer



© Mathilde Patoizeau

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



Contenu 100% IA



Contenu IA / Humain



Contenu 100% Humain

IALS

Intelligence Artificielle La Suite!
Artificial Intelligence More!

DOSSIER

- 86 — ANGELA NASER | États des lieux
- 92 — MURIEL GARNIER | Laboratoire de l'Égalité
- 94 — ISHRAF ZAOUÏ | Point de vue
- 98 — HANNA MERGUI | Ingénieuse transmission
- 102 — MARIE DOLLÉ | Le Selfpessionnisme
- 104 — ÉLISABETH GRAVIL | Geek, mais pas techno-béate!
- 108 — CAROLINE ZELLER | Tribune
- 110 — AUREORE SAUVIAT | IA & Droits



© Elisabeth Gravi



© Alys Thomas

ART

- 112 — CAROLINE ZELLER
Reprendre la main sur la création
- 118 — Alys Thomas | Vision de photographe
- 128 — Floriane Bont | Simplicité visuelle
- 134 — Morgane Soulier
Mêler rencontres et innovations
- 138 — Catherine Aubin | Un an après...

Business

- 142 — Marie Robin | Chef de meute
- 144 — Emma et Chloé Pariente | Show Time
- 148 — Lucie Dhorne | Innovation pédagogique mais pas que...
- 154 — Anne Bluteau | Participer au changement
- 158 — Justine Morin | Youtubeuse
- 160 — Élodie Hughes | La faille spatio-temporelle, c'est elle!

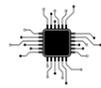


Influence

- 164 — Éloïse Rouet | Influenceuse, notre pote de chez Adobe
- 168 — Laurie Zingaretti | El'fluenceuse
- 174 — Martino Bettucci | Qu'IA t-il eu de 9?

Directrice de la publication, Rédac chef & Directrice artistique, bref tout à la fois • Nathalie Dupuy • www.ials.fr •
Visuels : Midjourney • Seelab • Pimento • Ideogram • Leonardo • Adode Firefly • Adobe Express • Magnific avec l'aide bienveillante de ChatGPT
Diffusion : réseaux sociaux • www.ials.fr •
IALS est un territoire de réflexion et d'exploration créé par @nathalie_dupuy_ · animal créatif
Pour apporter ta contribution : ials.magazine@icloud.com





Merci Seelab, Pimento et Mijourney !

[édito]

NATHALIE DUPUY

Quand une tenue devient un symbole,

Lors de mes premières invitations pour des tables rondes, je me suis rapidement aperçue que j'étais systématiquement la seule femme du plateau. J'ai commencé à porter une veste léopard (un peu par provocation), une fois, deux fois, puis... à chaque fois.

une carapace,

Lorsque les tables rondes sont devenues des talks, des masterclasses ou des prises de parole devant une foule importante, cette veste, ce costume, cette combinaison en velours côtelé ou encore tous ces accessoires léopard... se sont transformés en une armure symbolique. Ils me permettent de laisser mes doutes de côté et d'affronter mon stress.

un acte militant presque, puis un magazine entier

Rassembler plus de 30 femmes, un record, un tour de force et un travail de longue haleine. Un magazine 100 % féminin – en faisant abstraction de la rubrique de Martino Bettucci, qui, pour l'occasion, se trouve à la fin du magazine – c'est compliqué à monter !

D'abord, les femmes se rendent (ou sont) moins disponibles. On sent vraiment la vie de famille en toile de fond. Les rendez-vous ne sont pas calés rapidement. Ensuite, il y a ce fameux complexe de l'imposteur. Encore et toujours, il est clairement présent. Être une femme dans la tech, qu'il s'agisse de développer, de créer une entreprise ou d'exploiter l'intelligence artificielle, revient souvent à se poser la même question : "Suis-je légitime ?" Elle est plus ou moins appuyée, mais presque systématiquement évoquée. Enfin, les femmes sont peu nombreuses. Dans ce numéro, je les montre. Elles sont en photo, et, évidemment, certaines ont envoyé leur avatar.

J'ai rassemblé 33 femmes sur 176 pages et j'en suis hyper fière !

Qu'elles soient auteures, prospectivistes, visionnaires, étudiantes, directrices artistiques, artistes en IA, stylistes, exploratrices, ingénieures, designers, photographes, chercheuses, avocates, formatrices, influenceuses... elles ont toutes un point commun : elles vont à mille à l'heure, et il est parfois difficile de les suivre !

J'espère que vous prendrez autant de plaisir à lire ce magazine que j'en ai eu à le réaliser. J'ai ressenti des shoots d'énergie tout au long de cette aventure, et j'espère qu'il en sera de même pour vous !

Bonne lecture !



Filtre d'intelligence

LAURA SIBONY

Il y a des têtes chercheuses et des têtes penseuses, Laura fait partie des deux catégories. Fantaisiste ? Certainement pas ! Elle manie avec humour, délicatesse, expertise et pédagogie tous ces concepts sous formes de contes, brèves et histoires courtes. Une rencontre vivifiante pour l'esprit !

Peux-tu résumer ton parcours avant l'IA en quelques lignes...

J'aime bien l'idée d'un « avant l'IA » ! C'est vrai que ma découverte de l'IA avait tout d'une rencontre. Je faisais une thèse professionnelle sur la recommandation en littérature, avec pour question directrice : « comment savoir que quelqu'un aimera un livre, alors qu'il ne l'a pas lu ? » J'avais travaillé en institut d'études qualitatives, à la recherche des ressorts des actions, j'avais déjà un peu écrit (une pièce de théâtre, des nouvelles...), et je m'intéressais donc à ce qui fait qu'on aime un livre. Pourquoi certaines lectures résonnent-elles tellement ? Qu'est-ce qui fait qu'un livre reste parfois avec nous, comme un ami ou un mentor ? Pour résumer rapidement, je voulais créer le Tinder du livre. Et c'est donc en me penchant sur le matching par similarités que j'ai découvert l'IA, au Lab de Google Arts & Culture.

Tu découvres donc l'IA par la pratique, c'est bien cela ?

Oui, complètement : je n'avais aucune formation informatique, et je découvrais tout d'un coup comment des technologies d'apprentissage automatisé pouvaient numériser des

chefs-d'œuvre, trouver des liens entre eux, les organiser par similarité visuelle, et en somme les rendre plus accessibles à des publics qui ne seraient pas spontanément allés au musée.

J'ai travaillé sur des projets de génération de pose pour la chorégraphie, de numérisation d'archives, sur une application qui trouvait votre sosie parmi les collections de portraits...

Tu parles souvent de biais artistiques, peux-tu préciser ta pensée ?

Je découvrais les capacités techniques de l'IA en même temps que ses enjeux. L'exemple le plus frappant est justement celui d'Art Selfie, l'application qui trouve votre sosie dans l'histoire de l'art. Assez rapidement, les gens qui la testaient se rendaient compte que les personnes de couleur avaient des matchs peu flatteurs, souvent des esclaves ou des courtisanes, ou moins pertinents. L'IA n'est pas raciste : c'est la base de données qui ne représente pas et n'a pas vocation à représenter l'ensemble du monde.

**Raconter l'IA plutôt que de l'expliquer
pour parler au grand public.**



Le portrait est à l'origine un art très occidental, coûteux et somptuaire. Le fait de numériser un tableau et de le rendre accessible sur Google Arts & Culture l'est encore plus. Mais pour un utilisateur actuel, c'est évidemment un biais, et une injustice, de présenter des matchs moins pertinents aux personnes en fonction de leur couleur de peau. Ce qui m'a particulièrement étonnée, c'est que nous avons les portraits sous les yeux, et nous ne en étions pas rendu compte... Avec ce projet, j'ai vraiment pris conscience de l'importance cruciale de la diversité dans les équipes -pas de la diversité pour faire bien, mais de la diversité qui est nécessaire pour confronter des points de vue et des vécus différents.

À HEC, tu inities à l'IA par le biais de l'art...

Depuis six ans maintenant ! On comprend tellement mieux ce qu'est un pattern ou de l'apprentissage non-supervisé lorsqu'on voit le lien entre une nature morte de Van Gogh et une carte de la péninsule anatolienne du XVI^e siècle. Le cours a évidemment beaucoup évolué en six ans, mais il s'agit toujours de montrer, avec des données artistiques, visuelles ou musicales, les principaux concepts de l'IA, et d'en révéler les enjeux plus généraux : éthiques, écologiques, sociaux. L'IA enrichit notre compréhension de l'art, et l'art révèle les mécanismes de l'IA. C'est passionnant d'enseigner au croisement des deux.

Peux-tu nous en dire plus sur ce que tu appelles les « IA négligées »...

Aujourd'hui, lorsqu'on parle d'IA, on pense surtout ChatGPT. J'encourage bien sûr à tester les IA génératives, à les adapter à ses usages, mais je ne voudrais pas qu'elles fassent oublier les IA qui nous structurent au quotidien : celles qui nous évitent d'être noyés sous les spams, celles qui sécurisent nos comptes bancaires, qui reconnaissent des caractères sur des photos, des visages sur la vidéosurveillance ou des tumeurs sur des radiographies. Ces IA déterminent l'information qu'on voit sur les réseaux sociaux, par exemple, en cherchant ce qui aura le plus de chances de nous retenir sur la plate-forme ; elles sélectionnent nos découvertes musicales, nos recommandations de film... Il ne suffit pas d'en parler, mais

c'est la première étape pour ne pas s'enfermer naïvement dans des bulles de filtre, et ignorer qu'on ne voit qu'une infime partie de l'information disponible.

Tu as un avis très intéressant sur l'effet miroir des bulles de filtres, tu veux nous en dire plus

Merci ! La désinformation, les rumeurs, les incitations à la haine existaient avant l'IA. Mais l'IA met dans toutes les mains la possibilité de créer rapidement et à grande échelle de fausses informations crédibles et à les rendre virales. Pas parce que Meta, Alphabet et les autres auraient intérêt à répandre la désinformation, mais d'abord parce que la majorité de leurs revenus proviennent de la publicité, ciblée grâce à nos données. Ces données, c'est nous : ce sont nos préférences, nos réseaux d'amis, nos opinions. Je suis toujours étonnée de voir à quelle vitesse on a collectivement oublié l'affaire Cambridge Analytica. En somme, comme

c'est gratuit, c'est nous le produit : les réseaux sociaux, pour retenir les usagers sur leur plate-forme, ont tout intérêt à amplifier les mécanismes qui nous font rester, en particulier l'effet miroir. On aime voir du contenu qui nous ressemble, qui va dans notre sens et confirme nos intuitions. Mais lorsqu'on ne voit plus que ça, on s'enferme dans une bulle de filtre, dans un univers parallèle où tout le monde est de notre avis, ce

qui ne reflète pas le monde réel. C'est pour cela qu'avant d'expliquer ou de juger l'IA, je voulais la raconter.

C'est un peu l'histoire du battement d'aile du colibri, dans un autre domaine, merci de porter cette parole.

Oui, c'est évidemment insuffisant, mais c'est un début. On ne change pas un complotiste en lui exposant la mécanique du conspirationnisme. Quand Molière voulait dénoncer l'hypocrisie religieuse, il n'a pas écrit un essai de 500 pages, il a créé le Tartuffe. J'essaie moi aussi de raconter l'IA, d'en montrer les différents visages, plus ou moins positifs, charge à chacun de juger.

Dans Fantasia, tu nous racontes, c'est un recueil de contes sur l'IA...

Et même plusieurs contes, récits, brèves, nouvelles...

Quand Molière voulait dénoncer l'hypocrisie religieuse, il n'a pas écrit un essai de 500 pages, il a créé le Tartuffe.

Ces IA déterminent l'information qu'on voit sur les réseaux sociaux, par exemple, en cherchant ce qui aura le plus de chances de nous retenir sur la plate-forme ; elles sélectionnent nos découvertes musicales, nos recommandations de film...

Certains textes sont plus proches de l'essai, d'autres du dialogue. J'ai cherché, pour chaque facette de l'IA, la forme qui convenait le mieux. Lorsque j'interroge les évolutions de l'IA, les promesses qu'elle fait et celles qu'elle ne pourra pas tenir, le débat contradictoire m'a semblé adapté. Pour illustrer la place des petites mains dans l'IA, j'ai jugé plus utile de raconter une anecdote qui m'est arrivée, lorsque je travaillais à Google : j'ai passé une semaine à filtrer une base de données. Ça a donné le chapitre « Pénis et croix gammées », évidemment.

C'est un livre passionnant.

Merci ! J'espère surtout qu'il inspirera des discussions passionnantes, parce que je veux raconter l'IA pour susciter des réflexions, des débats et des remises en question. C'est un champ de recherche qui révolutionne tant de domaines, qui porte tant d'enjeux, qui a tant de facettes qu'on ne peut se contenter de le juger de façon monolithique.

Tu dis qu'au-delà des changements technologiques, l'IA touche d'autres secteurs, lesquels ?

Pour moi, la révolution de l'IA est d'abord une révolution des usages. Un exemple souvent très peu contesté : l'usage de l'IA dans la médecine. Tout le monde est d'accord sur le fait que pouvoir réduire de 30% le taux de cancers colorectaux d'intervalle grâce à des technologies de reconnaissance d'images est une excellente chose. Seulement ces technologies sont développées au Japon et coûtent cher. Ces investissements mènent les cliniques à se regrouper en immenses pôles de santé, gérés par des administratifs plus que par des médecins. L'enjeu de la place de l'administratif dans la médecine et du regroupement des structures de santé est immense, lié au développement de l'IA, mais il suscite des réflexions qui dépassent la simple compréhension

technique. On aurait pu parler des enjeux écologiques, sociaux, juridiques, de l'impact sur l'information, sur la manière de faire des rencontres et des découvertes...

Et encore au-delà ? Tu parles de changements métaphysiques ?

Et au-delà, les développements récents de l'IA ont été permis par deux phénomènes majeurs : l'amélioration des capacités de calcul et l'explosion de la production et du stockage de la donnée. Or, ces données, c'est nous. Il y a plus de savoir dans une clef USB que dans la bibliothèque d'Alexandrie, et pourtant on ne sait pas ce que USB signifie. On fait plus de rencontres en une journée sur LinkedIn que nos grands-parents en un an. Plus de données, c'est aussi plus de possibilités, de rencontres, de missions, de chemins qui s'ouvrent. Et ça va jusqu'à créer de nouveaux caractères, en tous cas c'est l'objet de mes deux derniers romans [en cours] : montrer ces personnages très contemporains qui passent de l'un à l'autre, d'une aventure à l'autre, d'une mission à l'autre, parce qu'ils le peuvent, jusqu'à oublier ce qu'ils cherchent. Et à l'inverse ceux qui, pour fuir ce FOMO [Fear Of Missing Out], se réfugient dans les traditions d'un passé fantasmé. C'est en tous cas notre rapport au monde qui évolue, lorsque son cadre technique évolue. On compare quelquefois l'IA à un couteau, capable de couper un fruit ou de tuer une personne, selon l'usage qu'on en fait. La comparaison est juste, mais il faudrait ajouter : et le plus souvent, on ne sait même pas qu'on a le couteau dans les mains. Il structure déjà la manière dont on reçoit l'information, dont on découvre des profils, des musiques... et donc la manière dont on se construit.

Merci pour cet échange inspirant.



FANTASIA

de Laura Sibony

Éditions Grasset

« Une révolution a lieu sous nos yeux, grâce à nous, sans que nous la voyions. La croissance exponentielle des capacités de stockage de la donnée modifie profondément nos sociétés. »

L'intelligence artificielle optimise la batterie de nos portables et sécurise nos comptes en banque, elle donne accès au savoir et propage la désinformation, elle promeut l'éducation et favorise la triche. Elle peut le meilleur et le pire, de la médecine au droit, de l'art à la cuisine.

À travers une série d'anecdotes, d'épisodes méconnus, de contes et de dialogues, Laura Sibony raconte l'I.A. – ses concepts, ses enjeux et ses promesses. Une partie d'échecs avec Napoléon, une expérience sociale en Micronésie, une machine à distinguer les fromages, la recette du grand amour, des hackers, des CAPTCHA et Poutine en décolleté : il en ressort un portrait riche, vivant et surprenant de l'intelligence artificielle.

Ce ne sont que des aperçus, mais qui éclairent, avec humour et pédagogie, ce que l'I.A. change aujourd'hui, ce qu'elle ne changera pas, ce qu'elle est. Sous toutes ses facettes.

Diplômée de Sciences Po, de la Sorbonne et d'HEC, Laura Sibony a travaillé pour Google Arts & Culture, avant d'enseigner, par la pratique, l'intelligence artificielle dans des Grandes écoles et en entreprise.



HYPERARME

de Flavien Chervet

Éditions Nullius in Verba

Vous ne le savez pas encore, mais l'IA est l'enjeu géopolitique le plus important de l'histoire de l'humanité. Nous nous trouvons devant une alternative vertigineuse. Prenons-nous le chemin du Projet Manhattan : faire de l'IA la plus dangereuse arme de destruction massive de l'histoire ? Ou bien le chemin du CERN : faire de l'IA l'occasion de la plus grande coopération internationale de l'histoire ?

La réponse dépend d'une autre question : saurons-nous contrôler les superintelligences de demain ?

Le livre Hyperarme trace une histoire de l'avenir à court et moyen-terme de l'IA en partant de ses nouveaux usages militaires. Ce faisant, il dévoile les luttes d'influence géopolitiques à l'échelle de la planète, qui bouillonnent en coulisse de notre monde. Après la lecture d'Hyperarme, vous comprendrez pourquoi Microsoft vient d'acheter une centrale nucléaire, et ne verrez plus l'IA comme un gadget cool de la Silicon Valley. Précommande sur <https://hyperarme.com/>



LUXE & INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : Opportunités et révolution des usages

de Stéphane Galienni

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 ?



COMMENT RÉUSSIR VOTRE STRATÉGIE DE TRIPLE ACCÉLÉRATION

de Vincent Ducrey et Emmanuel Vivier

Éditions Thebookedition

Le livre 'Comment réussir votre stratégie de triple accélération' édité par le HUB Institute est une ressource incontournable pour les entreprises qui cherchent à prospérer dans un monde en constante évolution. Il met en lumière l'importance d'une transformation réussie à trois niveaux essentiels : IA/digital, durable, et organisationnel. Comment appréhender l'intelligence artificielle en tant qu'accélération de son organisation plutôt qu'en menace ? Comment faire du développement durable la base d'une croissance axée sur l'innovation et la responsabilité ? Comment imaginer le futur des organisations et l'implémenter en faisant preuve d'agilité et d'audace ?

Mode

KHARDIATA DIA · ZOÉ COUEDEL | Editorial étudiants Esmod
EMILIE TRIAIRE · CAPUCINE THIOU | Editorial étudiants Esmod
INCLUSIVITY_AI_PROJECT | Editorial
EVANY COLLOUB | Projet étudiants
MARIA VINAGRE | Interview et Portfolio
NEILA ROMEYSSA | Interview et Portfolio
NATHALIE DUPUY | Editorial dans l'herbe
LÉAVA COHEN | Inspiration



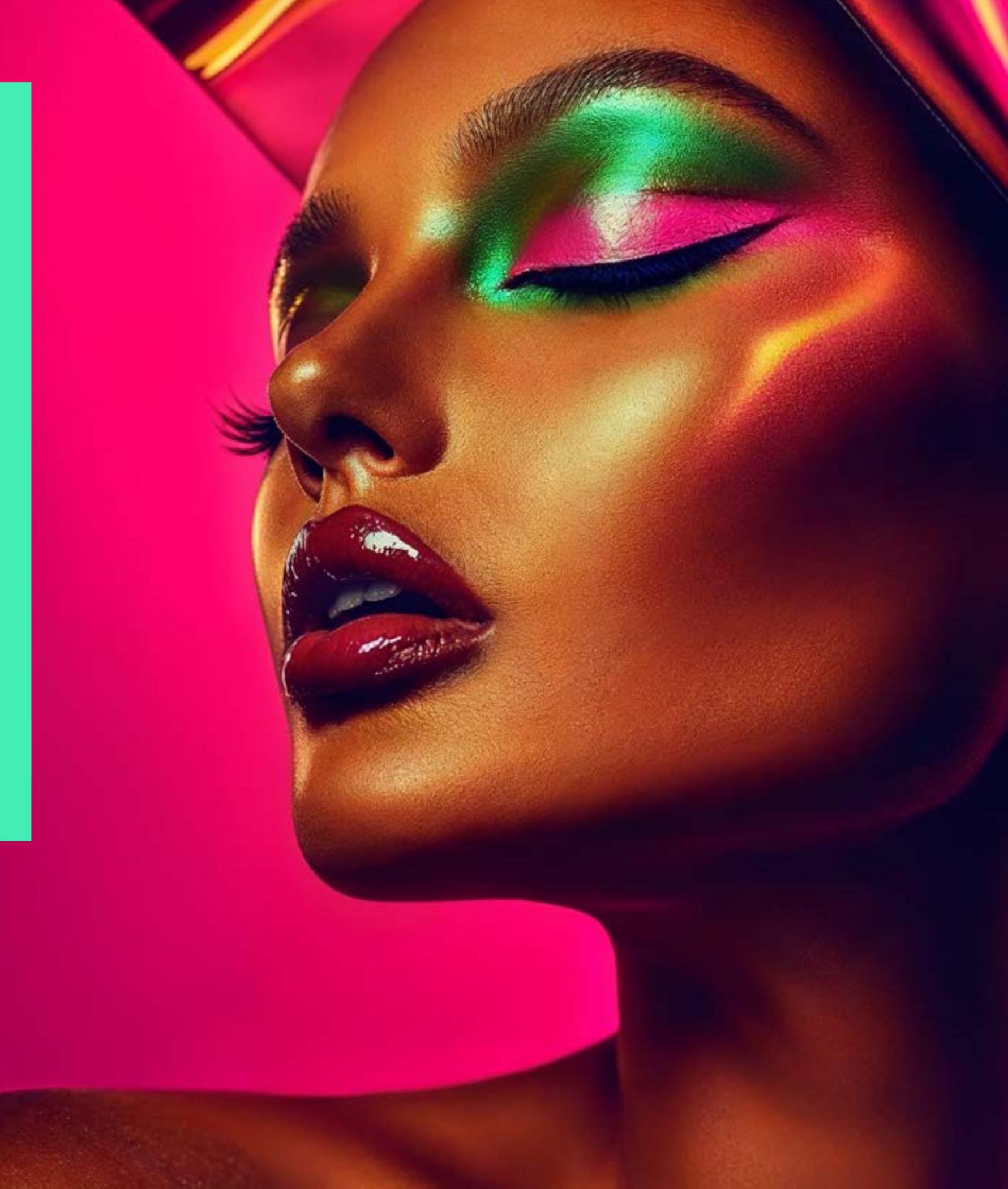


KHARDIATA DIA

Troisième année Fashion Design | Esmod Lyon



ZOÉ COUEDEL
Troisième année Fashion Design | Esmod Lyon





ÉMILIE TRIAIRE

Troisième année Fashion Design | Esmod Lyon





CAPUCINE THIOU

Troisième année Fashion Design | Esmod Lyon





ASHFALL

par Evany Coulloud

Etudiante en troisième année Fashion Business | EsmoD Lyon

Lors de mon stage dans une boutique distribuant les produits Rick Owens, j'ai eu l'opportunité de plonger au cœur de l'univers de cette marque fascinante. Ce contact direct avec ses créations et son univers m'ont permis de comprendre les codes qui définissent réellement Rick Owens. Après plusieurs mois de travail quotidien avec les produits de la marque et un suivi attentif de son évolution, une question évidente m'est venue à l'esprit : pourquoi une ligne de maquillage, qui paraît être une extension naturelle de cet univers, n'a-t-elle pas encore été lancée ?

Depuis, cette réflexion nourrit une ambition personnelle : imaginer une ligne de maquillage qui incarnerait parfaitement l'essence de Rick Owens. Ce mémoire a pour but d'explorer cette idée en répondant à la problématique suivante :

COMMENT UNE LIGNE DE MAQUILLAGE POURRAIT-ELLE S'INTÉGRER ET ENRICHIR L'UNIVERS ESTHÉTIQUE, STRATÉGIQUE ET COMMERCIAL DE RICK OWENS TOUT EN RESPECTANT SON ADN ET SES VALEURS FONDAMENTALES

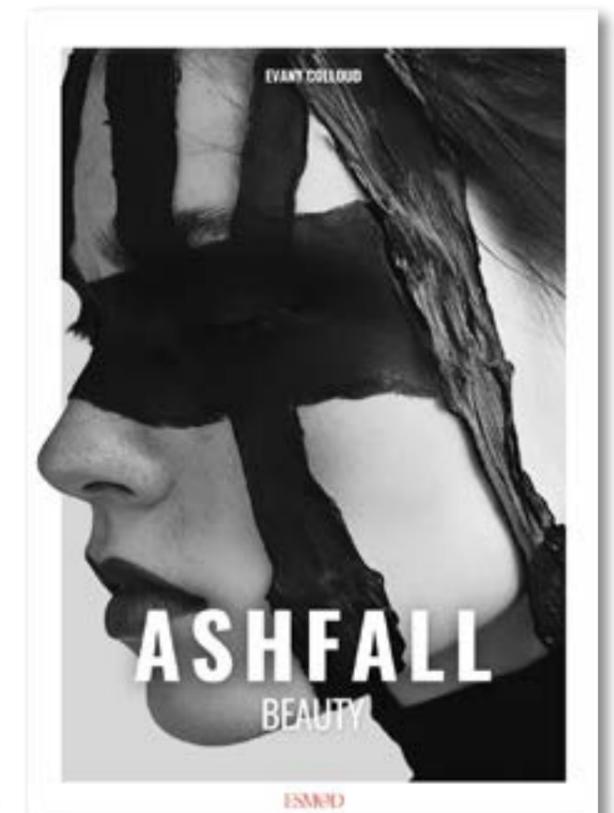
La ligne de cosmétiques Ashfall arrive telle une éruption, après laquelle tout est réduit en cendres, c'est dans cet instant de destruction que réside le potentiel de reconstruction. Ashfall n'est pas seulement une collection, c'est une déclaration qui renverse les codes, qui se débarrasse des conventions et proposent une nouvelle façon d'envisager la beauté où chaque produit devient un outil d'expression personnelle, libre et infini.

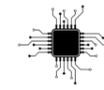
A travers Ashfall, les frontières de genre s'effacent et la beauté se décline dans sa forme la plus pure, sans étiquettes. Chaque produit, chaque texture et chaque couleur devient un outil, une arme de transformation pour briser toutes les normes. Il ne s'agit plus de se conformer mais de se libérer pour incarner sa propre vision du monde.

Voici la promesse d'Ashfall : une beauté brute, sans jugement, qui permet à chacun d'exprimer sa singularité sans aucune contrainte.

Bien plus qu'une gamme de cosmétiques, Ashfall est une rébellion, un bouleversement des codes, une reconstruction vers la beauté de demain.

Zoom sur...
un projet étudiant







"À LA CARTE"

Maria Vinagre

*Styliste de mode | AI Creative | Consultant créatif | Couverture de Vogue AI | Passionné de cuisine
Amateur d'art et de choses irrationnelles | Paris et Barcelone*

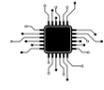
La première fois que tu as touché une IA ou que tu as travaillé au sein d'un collectif qui travaille en IA ? L'émotion que tu as ressentie si tu t'en souviens ?

C'est une excellente première question, hehe ! Je dois avouer que mon premier contact avec l'IA s'est fait de manière assez détendue. À l'époque, j'étais en vacances d'été, et mon esprit était plutôt tourné vers la plage, le

soleil et un bon livre. Je n'avais pas vraiment l'intention de plonger dans un nouveau monde créatif.

Mais tout a changé lorsque j'ai vu les premières images de notre projet prendre vie (notamment la couverture pour VOGUE). Cela a été une véritable révélation : j'ai ressenti une montée d'enthousiasme, comme si quelque chose de nouveau et d'excitant venait d'être découvert.





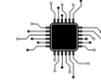
I HAVE

NO IDEA

WHAT
I'M DOING

WITH THIS

RADISH



À partir de ce moment, l'envie d'en savoir plus et de m'investir davantage a été immédiate. Ce fût un moment à la fois beau et marquant. Je me suis rendue compte que, grâce à l'IA, j'explorais une toute nouvelle manière d'exprimer ma créativité. C'était comme ouvrir une porte vers un univers où les possibilités semblaient infinies, et cela a complètement transformé ma façon de concevoir le processus artistique.

Cependant, ce qui reste constant dans mon travail, c'est une forte connexion à la conscience artistique et à l'authenticité.

Tu promptes depuis peu de temps, qu'est-ce qui t'as fait franchir cette étape ?

Le désir de croissance personnelle et l'envie de prendre les choses en main m'ont toujours motivée. C'est pourquoi, en ayant déjà ma marque de vêtements, *À La Carte*, qui nécessitait fréquemment du contenu pour le branding, j'ai vu une opportunité. Je me suis dit : pourquoi ne pas le faire moi-même ? Cela m'a poussé à explorer de nouvelles compétences et à sortir de ma zone de confort. En travaillant sous la guidance d'un maître, j'ai été initiée à l'IA. Très rapidement, j'ai compris que cet outil n'était pas seulement un support technique, mais une porte ouverte sur un terrain de jeu illimité. J'ai commencé à expérimenter, à imaginer, et à créer des visuels sans contrainte ni barrière. Cette liberté totale m'a permis d'explorer des formes de créativité que je n'aurais peut-être jamais envisagées auparavant, ajoutant une nouvelle dimension à mon travail artistique et à ma marque.

Le thème de tes explorations IA ?

Étant une véritable passionnée de mode, mes créations sont naturellement influencées par cet univers. La mode est pour moi un langage, un moyen d'exprimer des idées, des émotions et des récits. Mais il y a aussi un autre aspect de ma vie qui m'inspire profondément : la cuisine. En tant qu'amatrice de cuisine, j'adore expérimenter, jouer avec les textures, les

couleurs et les formes. Ce qui est fascinant, c'est que lorsque je fusionne ces deux passions – la mode et la cuisine – cela donne naissance à des projets uniques et surprenants. Cette combinaison me permet de sortir des sentiers battus, de créer des récits visuels et artistiques où ces deux mondes s'entrelacent harmonieusement. Chaque fois que je mêle ces deux univers, il en ressort toujours quelque chose de merveilleux, une sorte d'alchimie créative qui dépasse les attentes.

As-tu un message dans tes créations IA ? Si oui lequel ?

Certaines, oui, ont une signification profonde, tandis que d'autres sont purement esthétiques. L'art, après tout, est un reflet direct des états d'âme et de l'humeur créative du moment. Ce n'est pas toujours un processus linéaire ou intentionnel ; parfois, ce qui compte, c'est simplement de créer pour le plaisir de créer, sans chercher à attribuer un sens particulier.

Cependant, ce qui reste constant dans mon travail, c'est une forte connexion à la conscience artistique et à l'authenticité. Pour moi, l'importance de rester fidèle à soi-même est essentielle. C'est cette fidélité à ses propres valeurs, à ses émotions et à sa vision du monde qui donne à l'art sa véritable profondeur. Chaque création, qu'elle soit porteuse d'un message ou simplement esthétique, reflète une part de soi, et c'est là que réside la beauté de l'expression artistique.

Tu te sers aussi de l'IA pour illustrer ta marque de monde « à la carte Paris »...

Oui, bien sûr. Comme je l'ai mentionné plus tôt, c'est ma marque qui m'a permis de faire ce saut important vers la pratique, en dépassant le simple cadre théorique. *À La Carte* est devenue l'espace parfait pour expérimenter, apprendre et appliquer tout ce que j'avais toujours imaginé dans un contexte réel. Cela a été un moment transformateur, où ma créativité a trouvé un nouveau sens et une nouvelle direction. L'art que je crée pour *À La Carte* a une connotation fortement surréaliste. Mon objectif est de maintenir vivant ce sentiment de rêve, où chaque pièce raconte une histoire qui transcende la réalité quotidienne. Je cherche à créer une expérience visuelle et émotionnelle qui empêche le rêve de s'arrêter, qui inspire et transporte ceux qui interagissent avec mes créations.

Chez *À La Carte*, nous ne vendons pas seulement des vêtements ; nous vendons des rêves. Nous nous adressons à des clients qui valorisent l'exclusivité et recherchent quelque





La situation des femmes dans l'IA est un sujet essentiel. Historiquement, elles ont été sous-représentées dans le domaine de la technologie, ce qui n'affecte pas seulement les opportunités professionnelles, mais aussi le développement de systèmes plus inclusifs et équitables.

chose d'unique : des pièces qui ne se contentent pas de vêtir, mais qui racontent également des histoires et se connectent à leur identité.

Ton avis sur le statut de la femme dans l'IA, c'est pour toi un sujet, un non-sujet ou THE sujet ?

La situation des femmes dans l'IA est un sujet essentiel. Historiquement, elles ont été sous-représentées dans le domaine de la technologie, ce qui n'affecte pas seulement les opportunités professionnelles, mais aussi le développement de systèmes plus inclusifs et équitables.

Le manque de diversité dans les équipes d'IA peut perpétuer des biais et limiter l'innovation. C'est pourquoi il est crucial d'encourager la participation active des femmes, non seulement en tant que collaboratrices, mais aussi en tant que leaders.

Pour ma part, j'ai la chance de connaître de nombreuses femmes extraordinaires qui travaillent comme artistes dans le domaine de l'IA. Elles sont un exemple puissant de la manière dont la créativité et la technologie peuvent se combiner pour transformer notre vision du futur.

Pour moi, c'est un sujet fondamental, car l'équité et l'inclusion sont les bases nécessaires pour construire un avenir technologique éthique et représentatif de toute la société.

Le nombre d'heures maximum que tu as passé à prompter en une journée ?

Jusqu'à 12h !

Ton tips à offrir aux lecteurs de IALS ?

Ne vous laissez pas conditionner par vos idées préconçues et surtout, n'ayez pas peur de la nouveauté. L'intelligence artificielle est une révolution en marche, mais c'est avant tout un outil, un outil puissant qui peut devenir un véritable allié. Cependant, tout dépend de la manière dont vous l'abordez. Si vous apprenez à bien l'interpréter, à la comprendre et à entretenir une relation saine avec elle, l'IA peut non seulement vous aider à optimiser vos processus créatifs, mais également à explorer et à développer de nouvelles formes de création que vous n'auriez peut-être jamais envisagées.

C'est un peu comme ce qui s'est passé dans les années 50 avec la photographie dans le monde de la publicité. À cette époque, elle a transformé la manière dont les campagnes étaient conçues, offrant des possibilités infinies pour raconter des histoires, capter l'attention et provoquer des émotions. Aujourd'hui, l'IA est dans une position similaire : c'est un nouvel outil qui, lorsqu'il est utilisé de manière réfléchie, peut libérer votre créativité au lieu de la limiter. Il s'agit d'un partenariat entre l'humain et la machine, une collaboration qui ouvre des portes vers des territoires encore inexplorés.

Une actu à nous partager ?

Pour le moment, je travaille sur un webinaire dédié au stylisme de mode et à l'intelligence artificielle, en collaboration avec une entreprise spécialisée dans l'IA. Ce projet vise à explorer les défis actuels auxquels l'IA est confrontée, en particulier lorsqu'il s'agit de reconnaître les matériaux et les textures. Ce sont des aspects essentiels dans le domaine de la mode, car chaque tissu, chaque texture raconte une histoire et influence l'esthétique d'un projet...

Je ne manquerai pas de vous tenir informés dès qu'il sera disponible !



La Boss !

Neïla Romeyssa

*AI-powered Artist | Auteure | Poète
Fondatrice de Neïla Romeyssa Studio*

La première fois que tu as touché une IA Gen ?

L'émotion que tu as ressentie si tu t'en souviens ?

C'était début 2023, et je me souviens d'un mélange d'émerveillement et de vertige. J'avais l'impression de franchir une frontière, d'entrer dans un espace créatif infini. C'était comme découvrir un langage secret qui donnait vie à mes idées presque instantanément. Une sorte de coup de foudre technologique.

Une sorte de coup de foudre technologique.

Que ressens-tu aujourd'hui lorsque tu prompts ?

Une immense curiosité. C'est toujours une forme de dialogue avec l'IA, une danse entre ce que j'imagine et ce qu'elle interprète. À chaque prompt, j'ai l'impression de lancer une bouteille à la mer, et les résultats sont souvent aussi surprenants qu'enrichissants. C'est un mélange d'anticipation, de contrôle et de lâcher-prise.

Si tu étais un style artistique (surréalisme, impressionnisme, minimalisme...), lequel choisirais-tu pour représenter ton travail ?

Je serais le surréalisme, sans hésiter. Mon travail cherche à explorer l'intangible, à créer des images où réalité et imaginaire s'entrelacent. Avec l'IA, je peux construire des mondes qui défient les lois naturelles, en essayant de (presque toujours) incorporer cette fameuse touche de poésie.

Si tu étais une forme géométrique, laquelle serais-tu ?

Un cercle. Parce qu'il représente l'unité, l'infini, et une forme douce et accueillante, comme une bulle. Le cercle représente aussi une certaine continuité que je trouve ! Comme le processus créatif que je vis avec l'IA.

Comment te définis-tu ?

Je me définis comme une créatrice hybride. L'IA n'est pas mon identité, mais elle fait partie de mon processus. Si je devais choisir, je dirai peut-être "AI-powered artist", parce que je m'appuie sur l'IA comme sur un pinceau ou une caméra, mais je préfère m'extraire de ces labels et vivre la création sous toutes ces formes.

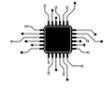
Où peut-on voir tes œuvres ?

Principalement sur mon Instagram, et sur le site du studio, où je partage mon univers et mes travaux pour les marques. On peut aussi retrouver les campagnes sur les sites et/ou réseaux sociaux des marques.

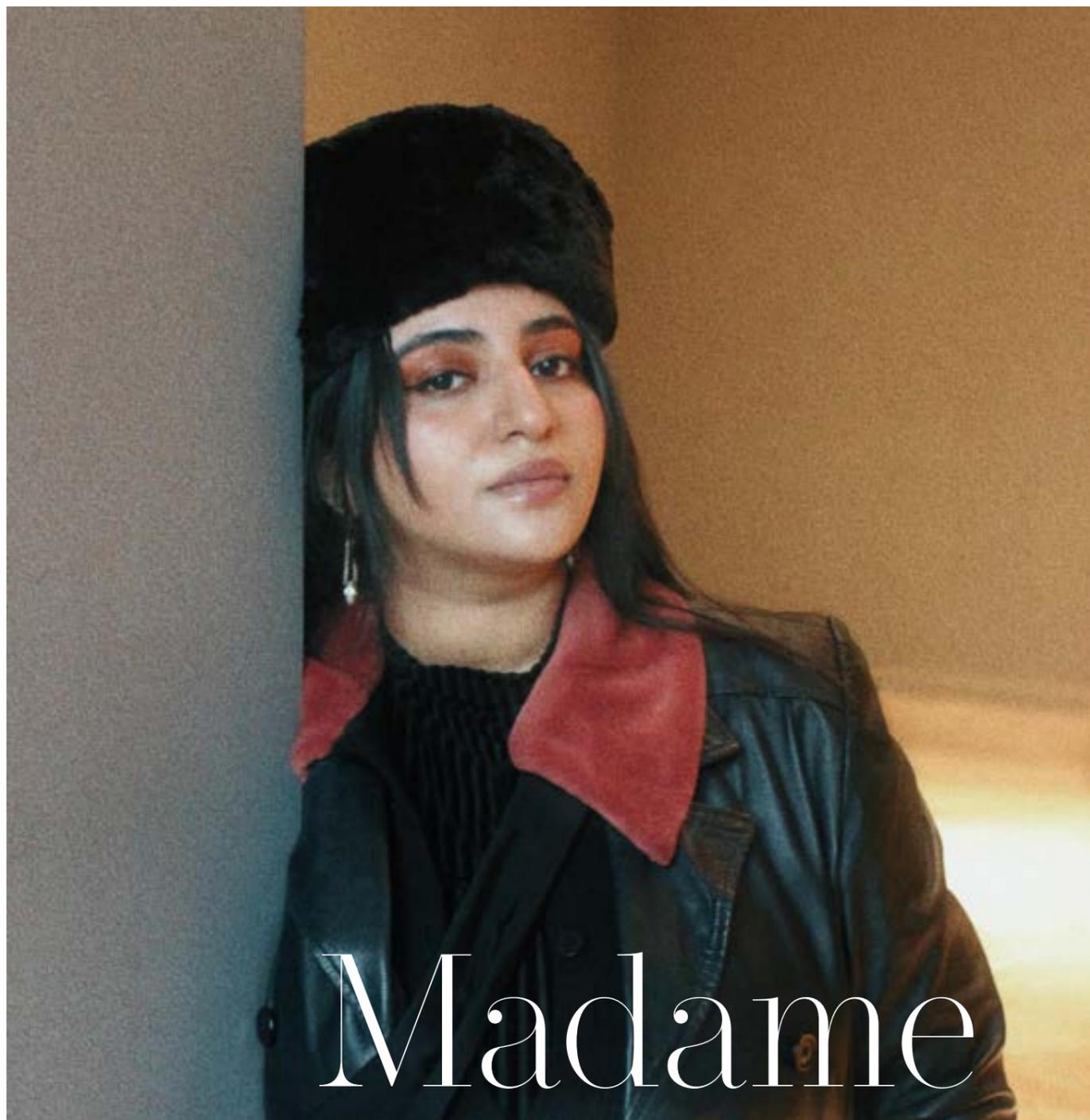
Tes IA préférées ?

Midjourney, Stable Diffusion & Flux.

Faites confiance à vos intuitions. L'IA répond à vos mots, mais elle ne capte pas toujours l'intention derrière eux. Chaque prompt est comme une note sur une portée : assemblez-les avec soin, laissez votre curiosité guider la mélodie, et regardez la magie opérer. N'ayez pas peur de vous perdre, c'est souvent dans les écarts que naît la poésie.







Madame

Neïla...



Il y a des personnalités qui vous procurent une émotion, qui vous bouleversent, vous ne savez pas dire pourquoi, c'est juste ainsi. Neïla en fait partie.

Petite, ta famille te surnommait « Microsoft » car tu passais ta vie devant l'ordinateur de ta maman, qui était dans la technologie.

De ton papa, tu as été baignée dans les mots et les images de part son job de journaliste photo-reporter.

Est-ce qu'aujourd'hui, tu n'es pas tout cela à la fois en tant que IA créatrice ?

Je pense que oui, j'essaie de percevoir mon travail comme comme le reflet de ce chemin que j'ai inconsciemment pris dès l'enfance, où la technologie et la littérature s'entremêlent, car j'ai toujours évolué entre ces deux mondes. Mon père (qu'il repose en paix), journaliste et photographe, m'a appris à voir le monde à travers les mots et à saisir l'instant avec de vieux appareils photo des années 90. Ma mère, ingénieur en informatique puis directrice d'une agence de communication, m'a transmis une certaine rigueur mais aussi une passion pour la technologie. Je pense que cette dualité se manifeste aujourd'hui dans ma quête d'une esthétique où la poésie rencontre la technologie. Je puise dans cette richesse d'influences pour explorer de nouvelles émotions. Et j'avoue que j'aime voir chaque projet comme une invitation à transcender les normes établies et à redéfinir les limites de la créativité.

Il y a beaucoup d'émotions dans tes images, certains clients doutent même quand tu leur affirmes que c'est de l'IA.

Comment travailles-tu cela ? Est-ce une volonté de ta part ?

Je pense que ça vient avant tout de ma volonté de raconter des histoires qui ont du sens. L'IA, pour moi, c'est une machine qui devient progressivement une extension de moi, elle me permet d'essayer de rendre visible l'intangible, d'effleurer des émotions universelles tout en restant fidèle à mon propre langage créatif. Je commence toujours par explorer l'intention : ce que je veux faire ressentir, l'atmosphère, l'histoire qui trotte dans mon esprit. Ensuite, vient une phase d'expérimentation où l'IA devient ma réelle partenaire; le prisme qui traduit mes idées. Je ne sais pas si mes images

bouleversent ou intriguent, je suis dans ma bulle et n'en sort que très rarement, mais ce que je sais, c'est que l'émotion vient toujours du vécu. La façon dont chacun utilise (ou pas) son émotion est importante, parce que l'émotion est une signature, presque un manifeste.

Tu as écrit un roman « Brûleurs » aux éditions JC Lattès en février 2023.

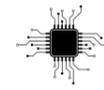
Il n'a rien à voir avec l'IA et pourtant, tu as été remarqué par Konbini, pourquoi ?

Navrée je ne saurai pas répondre à cette question, je ne sais pas pourquoi ils m'ont remarqué... (rires).

Tu as un univers très riche et très créatif pour ton jeune âge, c'est troublant, une dernière question : la place de la femme dans l'IA, as-tu un avis sur la question ?

Mon avis c'est qu'il y a encore un chemin à parcourir pour que les femmes soient pleinement représentées dans cette révolution. Nous sommes là, mais je sens notre présence presque timide. Je me souviens d'un événement auquel j'ai été invitée où on m'a dit : « On aimerait que tu sois parmi nous, il manque une femme qui fait de l'IA », et je pense sincèrement que cela reflète un problème profond. Je voudrais que les femmes soient des actrices incontournables et non pas des cas d'exception, parce que le but n'est pas de corriger des biais ou d'équilibrer les statistiques. Le plus important, à mes yeux, c'est d'inscrire nos empreintes dans un domaine qui façonnera les récits de demain. Et c'est en multipliant ces voix féminines que nous pourrions faire de l'IA une safe place. Parce qu'à mes yeux, une disruption est censée briser les codes établis, non les perpétuer ! C'est pour cette raison que je place tant d'espoir dans la révolution de l'IA : elle a le pouvoir de redéfinir les règles et d'ouvrir des horizons véritablement nouveaux.





ials **MODE IA**

Nathalie Dupuy

Variations

**Tour du monde des IA Gen
sur un thème imposé et herbacé dans le cadre de
INCLUSIVITY_AI_PROJECT**









Ideogram



Adobe Firefly

Luxe, calme & technologie

PAR LEAVA COHEN

La fille qui parle d'IA et de Luxe

Décodeuse de Tendances | Board Women In Tech France | Ambassadrice Vivatech 2024

C'est vrai qu'en 2025, à presque 28 ans, dire qu'on est pionnière de quelque chose, c'est presque comique. Souvent, ce mot fait penser aux grandes inventions des siècles passés, aux biographies des figures qui ont marqué l'histoire. Mais peut-être qu'un jour, quand je raconterai l'essor de l'intelligence artificielle générative à mes petits-enfants, et ce terme prendra tout son sens.

J'étais là, dès le début, en 2022, quand je bidouillais avec les outils IA comme Midjourney et ChatGPT. À l'époque, je passais du temps sur les plateformes sans vrai but, poussée par une curiosité naturelle et l'envie de créer de belles choses. J'étais fascinée, extrêmement curieuse de cette nouvelle technologie : enfin un moyen de donner vie à toutes les idées créatives et farfelues que j'avais en tête.

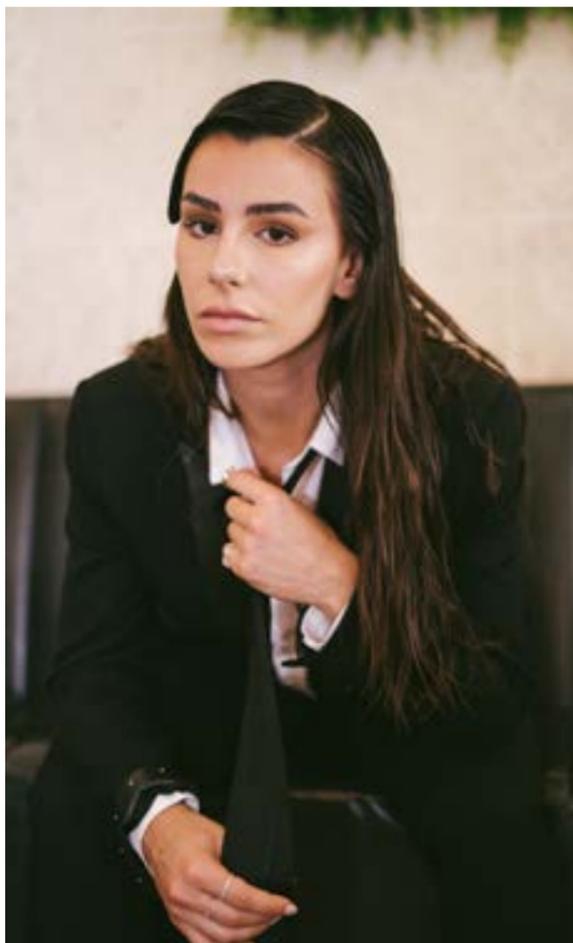
Tout a commencé avec la création d'une image d'une boutique *Moncler*, en forme de doudoune géante, perchée au sommet d'une montagne. Après 200 000 vues sur LinkedIn, j'ai compris qu'il y avait là un sujet à creuser. Les gens adorent voir du beau, de l'extraordinaire, et imaginer que ça pourrait exister. C'était une fausse boutique, générée par IA, mais dans les commentaires, les gens se prenaient au jeu, proposaient des concepts créatifs, des idées marketing, voire des emplacements en montagne pour réaliser ce projet.

À la suite de ça, d'autres idées sont nées, comme un pop-up *McDonald's* signé *Yves Saint Laurent* sur les Champs-Élysées, qui a suscité la curiosité de 250 000 personnes. Ces projets sont fictifs, mais une communauté grandissante se montrait curieuse et avide d'en savoir plus sur cet « outil magique » : l'intelligence artificielle.

On me demande souvent : « Quels sont tes prompts ? » En réalité, je n'en ai pas de spécifiques. J'explique à l'intelligence artificielle ce que j'ai en tête, je parle des formes, des matières, des textures, du décor, de la lumière, des ombres, de la perspective. J'utilise beaucoup d'adjectifs, comme un directeur artistique déterminé à transmettre sa vision.

Vous pouvez retrouver toutes ces images sur Instagram @_HouseofFlame_ ou sur LinkedIn. Léava Cohen. Bienvenue dans mon univers !

J'ai compris qu'au XXI^e siècle, nous qui pensions avoir tout vu en matière de technologie, nous n'en sommes qu'au début. Le monde ne cesse d'évoluer, et de nouvelles opportunités apparaissent chaque jour. Il y a de la place pour tout le monde, il faut juste savoir saisir les bonnes occasions. Certains concepts conviennent à certaines personnes, et d'autres concepts à d'autres. Il suffit de trouver le bon match. Je n'aurais jamais imaginé devenir une « Women in Tech ». Je suis plutôt littéraire, j'adore les langues, je ne suis pas très



bonne en maths et pas scientifique pour un sou. Donc pour moi, la technologie, ce n'était même pas en rêve.

Mais on oublie parfois que la technologie inclut l'informatique et le digital. J'ai fait mes études en marketing digital et me suis spécialisée dans le luxe. C'est par ce biais que j'ai intégré la tech, en réalisant que je pouvais y apporter des innovations au service des campagnes marketing dans l'industrie du luxe.

On pense souvent que luxe et technologie sont deux mondes différents, opposés même. C'est vrai que le luxe est très lié à la tradition, alors l'innovation peut sembler paradoxale. Mais, en fait, le luxe combine parfaitement tradition et innovation. Les grandes maisons possèdent un savoir-faire sou-

vent ancestral, des techniques traditionnelles, un héritage transmis de génération en génération. Intégrer l'innovation sans perturber ces valeurs est complexe, mais pour rester leaders, les maisons de luxe doivent s'adapter et intégrer le digital.

Cela peut se faire à travers des processus internes pour optimiser la chaîne de valeur, mais aussi en utilisant la technologie pour repousser les limites de la créativité et de la productivité. On utilise Internet plutôt qu'une encyclopédie pour nos recherches, alors pourquoi ne pas combiner intelligence artificielle et intelligence humaine pour aller plus vite et plus loin ?

De nombreuses maisons de luxe se sont lancées dans le digital, notamment avec leur arrivée dans le Web 3/ Metaverse. Elles créent des expériences immersives, en réalité virtuelle ou augmentée, et développent des jeux en ligne et univers parallèles pour toucher un public plus jeune – le public de demain. Ce tournant vers le digital crée une communauté plus soudée, plus active, plus réceptive. C'est une nouvelle façon de toucher son public, de lui proposer des expériences interactives immersives, qui renforcent le sentiment d'appartenance.

Cela permet aussi d'améliorer l'expérience client, que ce soit en magasin ou en ligne, en hyperpersonnalisant les interactions entre la marque et le client. Les innovations digitales permettent des échanges individualisés, sur mesure, particulièrement adaptés à l'industrie du luxe.





Aujourd'hui, nous sommes très peu à parler de l'intégration de l'IA dans le luxe. Je connais une seule autre personne qui s'y intéresse, mais nos profils sont très différents : un homme d'une cinquantaine d'années (NDLR : Stéphane Galienni), et moi, une femme dans la vingtaine. L'industrie du luxe est curieuse, mais encore frileuse sur le sujet. Les rares marques qui ont expérimenté l'IA dans leurs campagnes ont eu des retours mitigés. Je pense notamment à *Lancel* et *Undiz* qui, à mon avis, auraient pu prendre plus de temps pour créer des visuels esthétiques et respectueux de leur histoire.

C'est ce genre de sujets que j'aborde dans les formations que je donne en entreprise et à l'université, où j'enseigne aux étudiants les nouvelles innovations. Je n'ai pas le profil type de la formatrice, et c'est ça qui est génial aujourd'hui : grâce aux nouvelles innovations, il n'y a plus de « tête de l'emploi ».

On peut être jeune et expert dans son domaine. Je fais partie de la génération Z, on nous appelle souvent les « digital natives ». C'est un atout dans le digital ! Bizarrement, c'est peut-être le seul domaine professionnel où être jeune est un avantage. Et le fait que je sois une femme est aussi un atout, car peu de femmes parlent de technologie – c'est assez marketing, donc ça plaît.

D'un côté, tant mieux pour moi ; de l'autre, c'est dommage. Dommage qu'il y ait si peu de femmes qui se sentent légitimes à entrer dans cette industrie. Dommage que seulement 18 % des postes dans la tech soient occupés par des femmes dans le monde. Nous n'avons pas été assez encouragées à explorer ces sujets, ni à réaliser que nous avons tout autant notre place pour faire évoluer cette industrie.

J'espère que nous vivons un tournant, où de plus en plus de femmes se motivent à rejoindre cette industrie en constante évolution. Ce secteur est vaste : on peut très bien travailler en ressources humaines, marketing, commercial, sans être une scientifique pure et dure. Nous avons besoin de tout type de profils et de compétences. C'est un secteur ouvert à ceux et celles qui ont une appétence pour le digital, que ce soit dans le cadre d'une reconversion ou d'une première expérience.

Arrêtons de penser que la tech est réservée aux hommes. Si vous ne vous sentez pas invitée, alors moi, je vous invite ! Bienvenue dans le monde de la Tech, Mesdames !



A photograph of three diverse women standing in a city setting. The woman on the left is Black with a large afro, wearing a blue blazer over a black top. The woman in the center is Asian with long black hair, wearing a white hoodie. The woman on the right is white with long brown hair, wearing a red top. They are all looking towards the camera with serious expressions. The background is a blurred city street with buildings.

French Tech

IA MARKETING | Lydie Catalano
BEINK DREAM | Jeanne Le Peillet

Visionnaire

Lydie Catalano a développé son IA propriétaire chez elle, près de Valence. Le data center est dans le salon. C'est une figure de la french tech qui ne mâche pas ses mots, n'hésite pas à clasher de temps en temps sur le réseaux aussi. Elle a des choses à dire et elle le fait.

IA MARKETING Lydie Catalano

C'est l'histoire d'une jeune femme qui a baigné dans les arts plastiques (professeur), la finance, la stratégie digitale et e-commerce (Master), puis l'intelligence artificielle (CEO de deux solutions IA Medical et IA marketing), j'ai bien résumé ?

Peux-tu nous en dire plus ?

Mon parcours est le reflet d'une quête constante de sens et d'impact. De professeure d'arts plastiques à CEO de start'up, chaque étape professionnelle a nourri ma vision et ma compréhension des enjeux sociétaux. Mon immersion dans le monde documentaire, notamment au sein du Service Médico-Psychologique Régional de la Maison d'arrêt de Lyon, m'a révélé la puissance transformatrice des images et des mots. Les événements de Charlie Hebdo en 2015 ont été un électrochoc, me poussant à me réinventer.

Cette transition vers la finance et

le marketing n'était pas un hasard. Elle m'a permis de tisser un lien entre ma sensibilité artistique et ma fascination pour la technologie. Aujourd'hui, à la tête d'IA Medical et d'IA Marketing, je combine ces expériences pour développer des solutions d'intelligence artificielle qui ont du sens. Mon objectif ? Mettre la technologie au service de l'humain, en restant fidèle à mes valeurs et à ma vision d'un impact positif sur la société et les entreprises.

Quelle est la technologie ?

Nous avons fait le choix stratégique d'une architecture technologique qui allie performance et



souveraineté. Notre solution repose sur deux piliers technologiques qui garantissent performance et contrôle total de vos données.

Pour la génération de texte, notre partenariat avec Microsoft nous permet d'exploiter des modèles de langage (LLM) de pointe, hébergés exclusivement en France Centrale. Un choix qui assure non seulement l'excellence technologique, mais aussi le respect strict des normes françaises et européennes.

La génération d'images, quant à elle, s'appuie sur des modèles open source performants comme Flux Dev 1 et Stable Diffusion, que nous déployons sur nos propres infrastructures en France. Cette approche nous confère une agilité exceptionnelle et vous garantit une conformité RGPD sans compromis, avec une maîtrise absolue de vos données.

Cette architecture hybride incarne notre vision d'une IA performante, souveraine et respectueuse.

D'où vient cette idée ?

Répondre à un besoin. Lors de mon expérience en marketing chez Accenture, j'ai constaté que personnaliser le parcours utilisateur est essentiel. Au travers des premiers test avec l'IA, j'ai remarqué que cela était utile pour renforcer le lien avec la marque, améliorer le taux de conversion et faciliter le travail des équipes. En adaptant l'expérience à chaque utilisateur, on crée des interactions plus significatives, ce qui maximise l'impact des actions marketing. C'est comme cela qu'est naît IA Marketing.

Quels sont ses points forts ?

On pourrait te dire que nous sommes uniques sur le marché actuellement ? Tout simplement parce que nous avons 4 ans d'expérience dans les IA

et nous avons installée les modèles les plus performants sur le marché. Nous privilégions la création de contenus extrêmement qualitatifs tout en respectant la protection des modèles. Aucun LoRA ne peut être généré sans que notre client en soit propriétaire, préservant ainsi le savoir-faire de chacun et garantissant des créations uniques et protégées.

Contrairement à la majorité des fournisseurs, nous n'accordons pas de licence d'utilisation. Nos clients et partenaires détiennent l'entière propriété des contenus générés, incluant tous les droits de reproduction, modification et distribution. Cela leur assure un contrôle complet sur leurs données, tant entrantes que sortantes.

Elle s'adresse à qui ?

Notre ambition chez IA Marketing est de créer un écosystème dynamique où l'IA devient un véritable levier de croissance. Notre expertise s'adresse à une communauté diverse mais exigeante : Les agences et créatifs indépendants nous font confiance pour enrichir leurs services. Nous leur apportons des outils d'IA générative sur mesure qui décuplent leur capacité d'innovation. Les directions marketing des grands groupes trouvent en nous

un partenaire qui comprend leurs enjeux de souveraineté des données. Loin des solutions SaaS standardisées, nous leur offrons une alternative sécurisée pour maintenir leur leadership. Les TPE et PME, accèdent grâce à nous à une technologie de pointe sans investissement démesuré. C'est la démocratisation de l'IA au service de la performance marketing.

Pour faire quoi ?

Pour préserver les emplois et faire prospérer les entreprises L'intelligence artificielle doit être un amplificateur de talents, pas un remplaçant. Dans un monde où la standardisation menace la créativité, nous prenons le contre-pied en développant des solutions qui préservent et valorisent l'expertise humaine.

Et comment, concrètement ?

Concrètement, nous mettons à disposition de nos clients et partenaires trois solutions Notre Étude de Marché avancée révolutionne la compréhension client avec une analyse proactive des tendances et une segmentation ultra-précise. Résultat ? Nos clients constatent une augmentation de 17% de leur rétention utilisateur. Notre solution Content & Social Media génère des contenus personnalisés tout en garantissant votre propriété exclusive. Les chiffres parlent d'eux-mêmes : +44% de taux de clics sur vos clients actuels, et un impressionnant +140% sur vos prospects.

Mon objectif ? Mettre la technologie au service de l'humain, en restant fidèle à mes valeurs et à ma vision d'un impact positif sur la société et les entreprises.



Nos clients et partenaires détiennent l'entière propriété des contenus générés, incluant tous les droits de reproduction, modification et distribution. Cela leur assure un contrôle complet sur leurs données, tant entrantes que sortantes.

Enfin, notre module Innovation Produit booste votre créativité avec des brainstormings assistés par l'IA et une veille tendances pointue. L'impact est direct : +30% de marge par produit.

Ces résultats prouvent la puissance de la synergie entre l'IA générative et l'expertise humaine. C'est ainsi que nous concrétisons notre mission : faire prospérer les entreprises tout en préservant les emplois.

Qu'est-ce qui t'anime ?

Résoudre des problèmes !
Voir comment l'intelligence

artificielle révèle des insights inédits qui nourrissent des stratégies marketing innovantes et efficaces.

Cette fusion entre analyse data et créativité stratégique n'est pas qu'un processus technique - c'est là que se révèle notre imagination. C'est l'expert qui donne du sens aux données et déroulent des actions concrètes. C'est ce moment magique où l'IA enrichit notre compréhension du marché et catalyse notre créativité stratégique qui me passionne.

Pour moi, chaque défi est une opportunité de repousser les

limites de ce que l'IA peut apporter aux équipes marketing.

Quel est ton avis sur les solutions Open Source ?

L'open source est pour moi bien plus qu'une option technique - c'est un choix stratégique et éthique fondamental. Je suis convaincue que c'est la voie à suivre pour une IA responsable et créative.

Cette approche nous permet de garantir deux choses essentielles : la transparence totale et la personnalisation poussée. En développant sur des modèles open source, nous pouvons adapter finement les algorithmes aux besoins spécifiques de chaque client, sans être prisonniers des limitations des plateformes propriétaires.

Dans le domaine artistique, qui me tient particulièrement



à cœur, l'open source est une libération créative. Il me permet d'échapper à la standardisation esthétique imposée par les grandes plateformes. Je peut intégrer mon style à l'algorithme, pour créer des nus artistiques, représenter une vraie diversité de portraits - bref, sortir des sentiers battus et avoir une IA au service de la créativité.

C'est cette liberté qui permet de développer des stratégies de contenus qui respectent vraiment l'ADN de chaque projet.

Une IA complètement propriétaire est-elle aussi performante qu'une IA open source ?

Il faut définir la notion de performance et d'IA propriétaire.

Mon expérience terrain m'a démontré une réalité plus nuancée. Là où les solutions propriétaires imposent leurs règles et leurs filtres, nos solutions basées sur l'open source s'adaptent précisément à vos besoins. Nous façonnons l'IA pour qu'elle excelle dans votre domaine spécifique, avec une fiabilité accrue sur vos cas

d'usage.

La véritable performance réside dans la liberté créative et la maîtrise totale de vos contenus. Chez IA Marketing, nous vous garantissons la propriété complète de vos créations - un avantage considérable par rapport aux licences restrictives des solutions SaaS. Certes, cette approche demande un investissement initial en temps et en expertise, mais le retour sur investissement est indéniable : des créations qui vous appartiennent vraiment, qui respectent votre vision et qui évolue selon vos besoins.

Tu as eu des prix ?

J'ai eu l'honneur de faire partie de la première promotion Gen AI de Microsoft, une reconnaissance qui valide notre expertise dans l'IA générative.

Ma sensibilité aux enjeux de santé s'est concrétisée par deux succès: le Hacking Health, où notre solution pour lutter contre l'isolement étudiant a été primée, et l'Appel à Projet PAIR, récompensant

notre approche novatrice de l'IA générative dans l'accompagnement post-chimiothérapie.

Mon travail documentaire a été reconnu par la Région AURA avec la bourse de l'écriture documentaire, tandis que mon parcours de reconversion a été distingué par le Prix Agipi et l'incubation Orange Femmes Entrepreneures

Ces reconnaissances sont un marqueurs importants quand on souffre du syndrome de l'imposteur des personnes reconvertie.

Quel est pour toi l'avenir de l'IA à court ou moyen terme ?

À court terme, nous assistons à une démocratisation accélérée des outils d'IA, qui deviennent plus accessibles et performants. Mais le véritable enjeu n'est pas technique - il est humain. L'avenir appartient aux entreprises qui sauront créer une synergie intelligente entre les capacités de l'IA et l'expertise humaine.

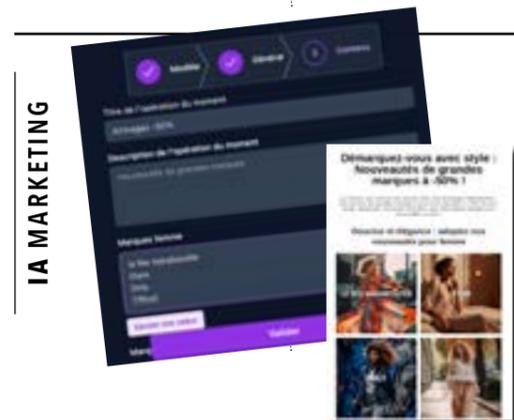
À moyen terme, je prévois une évolution vers des solutions plus spécialisées et contextuelles. L'ère des outils génériques touche à sa fin. Les entreprises qui réussiront seront celles qui développeront des applications d'IA sur mesure, respectueuses des données et alignées sur des objectifs business précis.

Le futur de l'IA n'est pas dans le remplacement, mais dans l'augmentation des capacités humaines. C'est cette vision que nous mettons en œuvre chez IA Marketing - une IA au service de l'humain, pas l'inverse.

Un grand Merci Lydie.

DATES CLÉS

	2020	2021	2022	2023	2024
IA MEDICAL	<p>CRÉATION D'IA MEDICAL</p> <p>Premier Chatbot dédié à la continuité pédagogique avec IBM</p>	<p>Premier Chatbot dédié à la recherche de ressources pour la prévention du suicide</p>		<p>Lancement d'Alix le chatbot des aidants et de Cathy le chatbot pour lutter contre le harcèlement scolaire</p> <p>Lauréat du programme GEN AI avec Microsoft</p>	<p>Lancement de Cogitoscope lauréat de l'appel à projet PAIR des HCL et Métropole de Lyon</p>



CRÉATION D'IA MARKETING

Premier sujet sur l'optimisation produit avec la création de la chaussure Maelle pour l'équipe Nordways qui a doublé sa valorisation avant son rachat.

CRÉATION D'IA MEDIA,
notre solution de création de contenu

Commercialisation des 3 briques Analyse de marché, Innovation Produit et Création de contenus



Engagée !

Jeanne Le Peillet a développé une techno du nom de Beink Dream. Elle est partout ! Elle passe à "Qui veut être mon associé ?". Elle enchaîne les prix, plus d'une dizaine en deux ans. Valeurs, vision et audace. Interview à 1000 à l'heure.



Chez nous, nous avons une conviction forte : le processus de pensée humaine est irremplaçable.

BEINK DREAM Jeanne Le Peillet



Peux-tu te présenter en quelques lignes...

Je suis ingénieure et docteure en biotechnologies et génétique, mais aussi artiste graphique. Mon parcours a été profondément influencé par une immersion précoce dans un univers artistique riche, qui a affiné ma sensibilité et ma capacité à percevoir le monde sous un prisme créatif. Le dessin a toujours été pour moi un moyen de réflexion, de compréhension et d'apprentissage, ainsi qu'un puissant moyen de communication. Pendant plus de 10 ans, en parallèle de mes travaux scientifiques, j'ai notamment développé et breveté une technologie de disque dur à ADN pour encoder et stocker des données numériques dans l'ADN, et j'y ai encodé la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, ainsi que la Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne.

j'ai notamment développé et breveté une technologie de disque dur à ADN pour encoder et stocker des données numériques dans l'ADN, et j'y ai encodé la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen, ainsi que la Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne.

droits de l'homme et du citoyen, ainsi que la Déclaration des droits de la femme et de la citoyenne. Ce brevet est désormais exploité par Biomemory), j'ai créé des visuels scientifiques et techniques pour des laboratoires et des multinationales.

Et je me suis rendue compte d'une chose : ce n'est que lorsque le commanditaire voit enfin ce qu'il avait en tête qu'il commence à avoir de nouvelles idées, à élaborer de nouvelles solutions. Seulement voilà : le visuel est statique et n'accompagne pas le processus de réflexion. C'est donc à l'issue de ma thèse que je me suis attelée à cette tâche : permettre aux visuels d'évoluer aussi vite que notre pensée !

Quelle est la technologie précisément ?

De quel constat est-on parti ? Une image vaut mille mots. Pourquoi ? Plusieurs raisons l'expliquent. Les images s'ancrent dans la

mémoire à long terme, tandis que les mots restent en mémoire à court terme. Notre cerveau traite les images 60 000 fois plus vite que le texte, et il lui suffit d'un dixième de seconde pour en saisir le sens. Ces chiffres sont appuyés par des recherches publiées dans Political Communication. C'est pour cette raison que les publications avec des images génèrent 650 % d'engagement supplémentaire et que 80 % de notre communication est visuelle. Or, si huit secondes suffisent pour esquisser une idée, il faut trois minutes pour la décrire en mots – et ce n'est jamais aussi précis. Mais voici le hic : 90 % des gens affirment ne pas savoir dessiner. Vous en faites peut-être partie. Et parce qu'ils ne savent pas dessiner, ils perdent 80 % de leur temps à formaliser leurs idées au lieu de les développer, les partager ou les concrétiser. Pourtant, 100 % des gens peuvent

esquisser des idées et savent griffonner. Chez nous, nous avons une conviction forte : le processus de pensée humaine est irremplaçable. Mais comment l'accompagner, le rendre plus fluide et l'amplifier ? Aujourd'hui, passer de l'idée abstraite à un visuel numérique exploitable est une tâche chronophage. Elle exige des capacités d'abstraction et de concrétisation, ainsi que des compétences graphiques qui varient selon les individus. Surtout, cela mène souvent à la création de visuels statiques, incapables de suivre et de soutenir le processus de réflexion dynamique qu'ils déclenchent dans notre esprit une fois notre idée enfin visualisée.

Comment Beink Dream répond à cette problématique ?

Notre solution : permettre à tous les visuels griffonnés, quelle que soit leur nature, de se transformer instantanément en visuels



Visuels tirés de la vidéos de présentation de Beink Dream



Visuels tirés de la vidéos de présentation de Beink Dream

Ce qu'il faut retenir de Beink et qui est notablement différenciant : Beink est visuel. Il est inutile de savoir "prompter", et il s'agit de la seule IA générative d'image existant sur le marché capable de respecter l'intention visuelle de son utilisateur.

numériques professionnels et surtout modifiables par tous et instantanément, par le simple fait de griffonner. Que ce soit pour créer des graphiques, des infographies, ou retranscrire de la pensée dynamique en vidéo. Beink est une suite logicielle universelle pour tous les métiers,

permettant à chacun d'avancer en autonomie dans ses réflexions. Les visuels évoluent instantanément pour accompagner la pensée, facilitant un échange d'idées et de concepts fluide, quels que soient les domaines. C'est cette approche qui permet de passer de l'idée à la production instantanée, et qui a séduit les multinationales avec lesquelles nous travaillons aujourd'hui !

Peux-tu décrire l'innovation IA et ses points forts...
Nous développons des modèles d'IA générative pour accompagner l'utilisateur dans la création de visuels capables de retranscrire parfaitement son intention. Les visuels produits peuvent aussi

bien être des images, animations, graphiques, logigrammes, diagrammes, infographies, en fournissant au départ des photos, dessins, croquis papier ou brouillons griffonnés sur l'écran, collages d'images. Un style peut être appliqué, permettant de respecter l'ADN de marque de chaque entreprise, ou de s'inspirer de moodboards. La base de cette technologie a déjà fait l'objet d'un brevet déposé le 14 mai. Ce qu'il faut retenir de Beink et qui est notablement différenciant : Beink est visuel. Il est inutile de savoir "prompter", et il s'agit de la seule IA générative d'image existant sur le marché capable de respecter l'intention visuelle de son utilisateur.

C'est d'ailleurs pour cette approche profondément novatrice et différenciante que nous avons été labellisés DeepTech avec l'obtention de la Bourse French tech Emergence, mais aussi que nous avons été sélectionnés pour l'oral de sélection de l'appel à projet "Accélérer l'usage de l'IA dans l'économie" du plan France 2030, avec un consortium que nous avons monté et qui réunit BNPParibas, OVHcloud, OnePoint, Sanofi, SCAI, Sorbonne Université.

Beink Dream s'adresse à qui précisément ?
Imaginons la scène : un designer et un fabricant industriel, en désaccord sur les contraintes techniques vis-à-vis des designs

C'est aussi un moyen de se faire comprendre instantément : nous sommes capables de comprendre un visuel en moins d'1/10 de seconde !

attendus. Grâce à Beink Dream, ils peuvent itérer visuellement, peaufiner les détails en temps réel jusqu'à trouver un terrain d'entente. Plus besoin d'interminables explications, de dossiers écrits à rallonges, de barrières de langues ou d'expertises : juste des résultats prêts pour la production.

As-tu un autre exemple précis ?
T'est-il déjà arrivé d'avoir une question en tête et au moment où tu la poses à voix haute, la réponse te vient instantanément ? Réfléchir à voix haute aide beaucoup. Et bien avec Beink Dream je propose de « réfléchir à yeux ouverts »,

de visualiser ce qu'on a en tête pour accélérer notre processus de réflexion, la genèse de nouvelles idées et de nouvelles solutions jusque-là inatteignables. C'est aussi un moyen de se faire comprendre instantément : nous sommes capables de comprendre un visuel en moins d'1/10 de seconde !

La réflexion humaine est irremplaçable, tu en es certaine ?
Le cerveau humain, c'est si complexe ! Même avec toutes les techniques d'imagerie cérébrale qui se développent, on a encore tant à découvrir. Et il y a toutes les particularités de chacun : la



dyslexie, le fait d'être gaucher ou droitier, le langage, notre culture, notre vécu, tout ça façonne notre façon de penser, notre imaginaire – Orwell l'a bien montré dans 1984. Alors, tu penses vraiment qu'on pourrait remplacer ça ?

Effectivement !

Qu'est-ce qui t'anime au fond ?

La conviction que les plus grandes innovations ne peuvent naître que de la croisée des disciplines, des idées et des expertises. Et pour qu'elles se croisent et se comprennent, il faut un langage commun, universel, inclusif : le dessin.

Sur les sujets qui fâchent habituellement (souveraineté des données, écologie...) quelle est la position de Beink Dream ?

Je pense qu'il n'est pas possible, aujourd'hui, de démarrer un projet sans réfléchir à des manières de minimiser notre impact environnemental, ou à le valoriser. Dès sa création, Beink Dream a

été pensée en frugalité, et c'est un choix que nous ne regrettons absolument pas ! Par ailleurs, la souveraineté des données est un sujet clef dans les sujets de géopolitique mondiale. Nous avons à cœur de nous affranchir de la dépendance, mais aussi d'aller faire des modèles d'IA transparents et non biaisés, qui va à l'encontre de l'uniformisation des résultats des IA générative. Un combat qui rend l'équipe Beink plus créative de jours en jours !

Tu as eu énormément de prix en assez peu de temps ?

Plus d'une dizaine en l'espace de 2 ans. Parmi les principaux, il y a :

- Le Prix pépite
- Le Prix BtoB Rocks
- Femme en Vue de VoxFemina
- 101 Femmes de Matignon
- Lauréate Réseau Entreprendre
- Grand Prize, remis par Business France Tech lors du CES 2025

Quel est pour toi l'avenir de l'IA à court ou moyen terme ?

À court ou moyen terme, l'IA sera partout, ou presque, souvent de manière invisible. Dans quelques années, on n'en parlera plus comme d'une nouveauté : elle deviendra la norme, à condition que des régulations solides soient mises en place, ce que j'espère vivement. Toutefois, deux défis essentiels méritent toute notre attention. D'une part, le coût écologique de ces technologies, sur lequel nous devons constamment innover pour le réduire. D'autre part, l'importance de préserver et valoriser la singularité de chaque humain, car l'IA ne doit pas uniformiser nos contributions, mais au contraire libérer du temps pour nous permettre d'imaginer, collaborer et créer ensemble. C'est cette synergie entre technologie et humanité qui déterminera l'avenir.

Un grand merci Jeanne, on va suivre tes actualités de près !



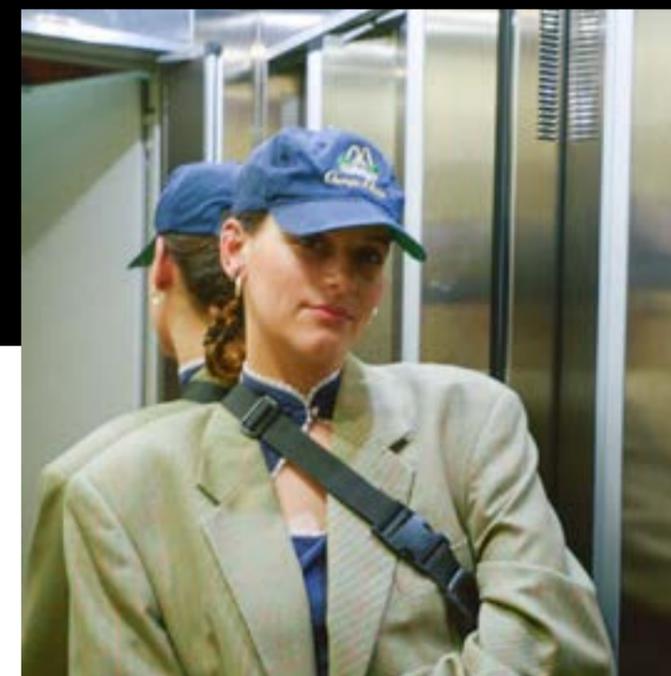
© Photos Quentin Laborde

Grand Prize, remis par Business France Tech lors du CES 2025



LES
FEMMES
DE
L'IA
NUMÉRO SPÉCIAL

IALS



Designer

Mathilde Patoizeau

*Project manager | AI creative
Co-founder Atelier Bellepaire*

Ta bio en quelques lignes ?

Moi, c'est Mathilde Patoizeau, 28 ans et originaire de Bretagne. Diplômée d'un Bachelor en design d'espace, suivi d'un master en réalité virtuelle, j'ai débuté ma carrière en tant que cheffe de projet architecte. Pendant cinq ans, j'ai imaginé, dessiné et réalisé des projets allant de l'appartement parisien aux scénographies de festivals, en passant par la conception de bureaux pour des start-up tech.

La première fois que tu as touché une IA Gen ?

Juillet 2023 : le mois où tout a basculé ! Après avoir quitté mon poste à Paris, j'ai passé quelques semaines de transi-

tion entre Paris et Bruxelles, entre mon ancienne vie professionnelle et mes nouvelles ambitions. Un après-midi caniculaire, trop chaud pour mettre le nez dehors, j'ai décidé de tester Midjourney. Intriguée par cette appli qui mettait en scène le Pape en doudoune streetwear, j'ai plongé dans l'inconnu avec une bonne dose de curiosité.

L'émotion que tu as ressentie, si tu t'en souviens ?

Un vrai choc ! Je n'y croyais pas. La flexibilité et le photoréalisme de l'outil m'ont tout simplement bluffée. J'ai commencé avec un prompt très vague, un peu timide. Puis, j'ai vite compris la puissance de l'outil et, fascinée, j'ai passé

la journée à visionner des tutos sur YouTube. Moi qui adore écrire mais ne sais pas dessiner, j'ai senti que j'avais enfin trouvé le moyen d'exprimer mes idées visuellement.

Que ressens-tu aujourd'hui lorsque tu prompts ?

Au début, c'était un jeu : je promptais sans attentes, avec une excitation pure, accueillant chaque création comme une surprise. Aujourd'hui, j'ai un regard plus affûté, je viens avec des attentes. Mes compétences de designer enrichissent

**Un vrai choc ! Je n'y croyais pas.
La flexibilité et le photo-réalisme
de l'outil m'ont tout simplement
bluffée visuellement.**

mes prompts ; je cherche à donner un sens à mes créations, à les intégrer dans ma vision du monde et de l'art.

Le thème de tes explorations IA ?

L'architecture et le design mobilier ! J'adore créer des structures, explorer des textures, inventer des formes. Mon rêve ? Voir l'une de mes créations prendre vie un jour. Ma bibliothèque d'objets, prêts à être fabriqués, est déjà bien remplie.

As-tu un message dans tes créations ? Si oui, lequel ?

Pas de message lourd à porter, simplement le souhait de vous inviter à découvrir un peu plus de moi, à travers mes créations.

Ton avis sur le statut de la femme dans la tech : un sujet, un non-sujet ou the sujet ?

Je ne viens pas de la tech, donc je n'ai pas une image très précise de ce milieu. Mais, touchée par la cause féministe, je fais attention à la façon dont mon travail est perçu, autant dans le monde virtuel que réel. J'aimerais voir plus de femmes s'autoriser à coder, prompter, analyser des données. Je pense qu'on est sur la bonne voie ! Notre voix est très importante, ne l'oublions pas. Women always do it better !

Comment te définis-tu ?

AI Artist, définitivement. Et avec un peu de chance, un jour, AI Designer !

Où peut-on voir tes œuvres ?

Sur Instagram : @mathildepatoizeau. Et, je l'espère bientôt, dans des expositions !

Le nombre d'heures maximum que tu as passé à prompter en une journée ?

6 heures, je dirais ! Et c'est déjà pas mal. Avec un outil aussi fascinant, il faut savoir s'imposer des pauses pour ne pas se perdre dans ses infinies possibilités.

Tes 7 IA préférées ?

Je n'en utilise pas encore 7 au quotidien, mais voici celles qui m'accompagnent dans mon processus créatif et professionnel : Midjourney, ChatGPT, Perplexity, Runway et Adobe Firefly.

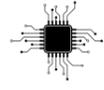
Ton tips à offrir aux lecteurs de IALS ?

Lancez-vous sans but précis, explorez l'IA à l'aveugle, et vous comprendrez vite tout son potentiel.

Une actu à nous partager (ta prochaine conférence, masterclass...)?

J'organise une exposition le 21 novembre à Paris, intitulée « Rolls, Pipes and Wires », qui explore le processus créatif de l'IA dans le design. Peut-être que le magazine ne sera pas publié d'ici là, mais si cela vous intrigue, écrivez-moi !









État des lieux

ANGELA NASER

Pétillante, enjouée, optimiste, Angela Naser, présidente France de Women in tech® nous fait un point sur la place de la femme dans le technologie.

PRÉSIDENTE FRANCE DE WOMEN IN
TECH® | DIRECTRICE FINANCIÈRE
MONDIALE AUX NATIONS UNIES |
TECH DIPLOMACY | RELATIONS
STITUTIONNELLES | RELATIONS
DIPLOMATIQUES | PR | RSE |

Angela, peux-tu nous résumer ton parcours en quelques lignes...

D'origine syrienne et libanaise, je suis arrivée en France à l'âge de 8 ans, et je suis immédiatement tombé follement amoureux de Paris et de la France du fait de son histoire, sa littérature, son architecture mais surtout sa liberté. Je cite souvent Romain Gary qui dit « Je n'ai pas une goutte de sang français, mais la France coule dans mes veines », je trouve que cela me représente totalement.

J'ai commencé à travailler relativement jeune, à l'âge de 16 ans dans une usine en tant que conditionneuse, et j'ai enchaîné les « petits jobs » : caissière à Monoprix, Superviseur à Pizza Hut, etc., je dis souvent que c'est ces jobs qui ont fait

ce que je suis aujourd'hui et c'est ceux dont je suis le plus fière. Aujourd'hui je suis consultante auprès des Nations Unies en tant que CFO, ancienne COO chez General Electric Capital Finance et CMO au sein du groupe BPCE.

Après des études en finance et marketing, j'ai débuté ma carrière à 23 ans dans la finance, gravissant rapidement les échelons chez General Electric Capital Finance j'ai ensuite dirigé des initiatives de transformation digitale au sein du groupes bancaires comme BPCE

Engagée dans l'action politique, j'ai contribué aux campagnes présidentielles et législatives de 2017 et 2022.

Depuis novembre 2023, je dirige Women in Tech France, promouvant l'inclusion dans les secteurs STEAM*. Je suis également active dans des actions humanitaires avec plusieurs ONG ou associations (Restos du Cœur, Le Refugee Food et La Chorba).

Un parcours impressionnant ! Aujourd'hui, Directrice de Women in Tech, principale organisation mondiale pour l'inclusion, la diversité... Quelle est la mission de WIT ?

Women in Tech est une ONG mondiale dédiée à la promotion et à l'autonomisation des femmes dans le domaine de la

*STEAM : Sciences, Technology, Engineering, Mathematics





Depuis novembre 2023, je dirige Women in Tech France, promouvant l'inclusion dans les secteurs STEAM.

technologie. Fondée en 2018 par Ayumi Moore Aoki (qui est moitié japonaise moitié brésilienne et qui a grandi en Afrique du Sud) pour répondre aux inégalités de genre dans les secteurs STEAM.

Women in Tech agit à travers des programmes de mentorat, des formations, des événements de réseautage, et des campagnes de sensibilisation (comme Beyond Ceilings en collaboration avec Women UN et l'agence We Are Young). Elle est présente dans 62 pays et compte 400 000 membres dans le monde, avec des chapitres nationaux (comme Women in Tech France) qui organisent des événements et initiatives locales pour soutenir l'égalité des genres en technologie.

Un mot sur la présidente Ayumi Moore Aoki ?

Ayumi Moore Aoki est la fondatrice et présidente de l'ONG Women in Tech qu'elle a fondée en 2018, WIT est dédiée à l'égalité des genres dans le domaine des technologies. Basée en France mais active à l'international, Women in Tech œuvre pour renforcer la représentation féminine dans le secteur tech.

Originaire du Brésil et du Japon, ayant grandi en Afrique du Sud et mère de quatre enfants, Ayumi Moore Aoki possède un parcours assez éclectique. Elle est reconnue non seulement pour sa capacité à rassembler des communautés et des influenceurs tech autour d'enjeux de diversité, mais aussi pour son engagement actif auprès des Nations Unies et des gouvernements afin d'impulser des changements systémiques. Sous sa direction, Women in Tech a mis en place des programmes de mentorat, de formation, et de sensibilisation dans plus de 62 pays, permettant à des milliers de femmes et de jeunes filles de s'orienter vers des carrières technologiques et numériques.

Ayumi est aussi régulièrement invitée comme conférencière dans divers forums internationaux (Davos, OCDE, UNESCO, Women UN). Elle est convaincue que la diversité dans la tech est non seulement une question de justice sociale, mais aussi un levier économique majeur. Pour elle, ce n'est pas qu'une mission, c'est un appel à transformer les industries

de l'intérieur et à s'assurer que l'innovation profite à toutes et à tous.

En somme, Ayumi Moore Aoki, c'est la tornade douce mais infatigable qui souffle un vent d'égalité dans les secteurs de la technologie à l'échelle globale – et qui fait en sorte que personne ne l'oublie.

Comment fonctionne WIT, quelles sont ses actions concrètes ?

Women in Tech agit à travers plusieurs initiatives concrètes pour encourager l'inclusion et soutenir les carrières des femmes dans la technologie :

- **Création de centres d'apprentissage :**

Au Brésil, au Burundi et en Afrique du Sud, ainsi que des refuges sûrs où les enfants peuvent acquérir des compétences techniques fondamentales et avancées.

Tech Zambia a ouvert un centre dans une zone rurale à 2h de Lusaka. En plus d'apprendre aux enfants à piloter des drones, nous avons donné à la communauté accès à l'EAU, grâce à la conduite d'eau installée dans nos locaux par LIWAI. Cette conduite d'eau est la première du village de 1000 habitants.

À ce jour, nous avons fait don de plus de 350 ordinateurs et ordinateurs portables à des écoles de zones défavorisées en Inde et en Afrique du Sud, leur donnant ainsi accès à des compétences numériques vitales et à des opportunités éducatives, notamment des cours de codage, de robotique et d'informatique.

De plus, nous proposons des cours d'alphabétisation numérique aux enfants et à leurs mères dans les communautés marginalisées d'Afrique et du Brésil. De la maîtrise des bases de logiciels comme Word et Excel à la création de comptes Gmail, en passant par la rédaction de CV, de candidatures et la maîtrise globale de l'informatique.

Au Cap-Vert, notre Kid's Lab a engagé 150 enfants âgés de 6 à 12 ans, en se concentrant sur la robotique, l'informatique de base et la programmation.

- **Programmes de mentorat et d'accompagnement professionnel :**

Women in Tech propose des programmes de mentorat en connectant des femmes en début de carrière ou en reconversion avec des mentors expérimentés dans le domaine technologique. Ces mentors offrent des conseils pratiques, un soutien au développement de compétences, et aident les participantes à élargir leur réseau professionnel.

- **Formations et ateliers :**

Pour combler l'écart de compétences et préparer les femmes aux métiers de la tech, l'organisation offre des formations techniques et des ateliers. Ces formations couvrent des sujets variés, allant du codage et de la cybersécurité à l'intelligence artificielle et à la gestion de projets technologiques. Les ateliers incluent aussi des compétences non techniques, comme le leadership et la négociation.

70 000 personnes ont bénéficié de nos certifications en compétences technologiques et professionnelles et nos programmes de mentorat.

- **Événements de réseautage :**

Women in Tech organise régulièrement des événements de réseautage, des conférences, et des hackathons pour rassembler les communautés technologiques locales. Ces événements offrent aux femmes la possibilité de rencontrer des leaders du secteur, de partager leurs expériences et de créer des opportunités professionnelles.

- **Programmes éducatifs et collaborations avec les écoles et universités :**

L'organisation collabore avec des écoles et des universités pour sensibiliser les jeunes filles aux carrières technologiques. En France, par exemple, Women in Tech travaille avec l'académie de Créteil pour aider les lycéennes à trouver des stages et à explorer les opportunités dans la tech dès le secondaire.

- **Campagnes de sensibilisation et de défense de l'égalité des genres**

Women in Tech mène des campagnes, comme « Beyond Ceilings », pour sensibiliser le grand public et les entreprises aux enjeux de l'inclusion et de la parité dans les métiers technologiques. Ces campagnes visent à changer les perceptions et à promouvoir des environnements de travail plus équitables.

- **Programmes d'entrepreneuriat et de financement**

Pour les femmes qui souhaitent lancer leurs propres

entreprises dans la tech, Women in Tech propose des programmes de soutien entrepreneurial, notamment en partenariat avec des investisseurs et des institutions. Ces initiatives visent à aider les entrepreneures à lever des fonds, à développer leurs projets, et à créer des startups prospères.

- **Partenariats avec les entreprises et les gouvernements**

L'organisation collabore avec des entreprises, des

Ces formations couvrent des sujets variés, allant du codage et de la cybersécurité à l'intelligence artificielle et à la gestion de projets technologiques. Les ateliers incluent aussi des compétences non techniques, comme le leadership et la négociation.

gouvernements et des ONG pour créer des initiatives de diversité et d'inclusion. Ces partenariats permettent de faire évoluer les politiques internes et de créer des environnements de travail favorables pour les femmes dans le secteur technologique.

Nous venons de signer un partenariat avec Google et le gouvernement péruvien pour diplômer plus de 50000 femmes au Pérou.

Et un partenariat avec Elite Robotics aux Philippines pour le tout premier Robot Camp dans le pays

Ces actions concrètes permettent à Women in Tech d'avoir un impact direct sur la carrière et la formation des femmes dans la technologie, tout en contribuant à une transformation durable vers une plus grande égalité des genres dans le secteur.





Actuellement, environ 32.8 % des emplois dans les secteurs de haute technologie en Europe sont occupés par des femmes.

Quelles sont vos actions en France ?

En décembre nous organisons un Hackathon avec plusieurs lycées d'Ile de France public et privé au sein de l'École 42 qui nous prête gracieusement leurs locaux et cela dans le but de briser les murs entre ces jeunes, de faciliter la communication entre eux car ils ont difficilement les moyens de se rencontrer même s'ils sont tous en IDF.

Et aussi d'encourager ces jeunes talents à choisir des projets qui les passionnent et qui ont un impact positif sur leur communauté scolaire et aussi à penser de manière créative et à intégrer des technologies telles que l'IA, l'Internet des objets (IoT) ou la réalité virtuelle pour maximiser l'impact de leurs projets écologiques et Tech.

Nous avons aussi signé des partenariats avec des grandes écoles de la tech comme l'École Cube, Le Wagon, Cléo Academy, École des Ponts Business School et EBU (European Business Institut of Luxembourg) et cela dans le but de faciliter l'accès aux formations à notre communauté avec des prix extrêmement attractif, sachant que pour être membre de Women In Tech c'est totalement gratuit il suffit simplement de s'inscrire sur notre HUB (<https://wit-h.com>)

Nous organisons aussi de Meet & Greet régulièrement en collaborations avec des partenaires de la tech comme The SandBox ou AWS (Amazon) dernièrement avec un thème autour de l'IA, la tech, les fintech ou la finance et cela dans le but de faciliter les échanges/ networking et créer des belles opportunités pour nos invités qu'ils soient étudiants, cadres, en reconversions, entrepreneurs, professeurs, etc.

As-tu les chiffres officiels du pourcentage de femmes dans la tech ?

En 2024, la place des femmes dans la tech reste limitée, tant en France qu'en Europe. Actuellement, environ 32.8 % des emplois dans les secteurs de haute technologie en Europe sont occupés par des femmes.

En France, la présence des femmes dans les métiers de la tech reste faible malgré des efforts croissants pour réduire les écarts. En 2024, seulement environ 17 % des emplois numériques sont occupés par des femmes, un chiffre bien en deçà de la parité souhaitée. De plus, leur présence dans des postes techniques se limite souvent aux rôles d'accompagnement, tandis que dans des fonctions techniques pures, comme le développement ou l'ingénierie logicielle, elles sont sous-représentées.

Au niveau des postes de direction, les chiffres sont encore plus bas : environ 18,5 % des cadres dans la tech sont des femmes, mais ce pourcentage chute à 13 % au sein des équipes dirigeantes des entreprises du FrenchTech120, un groupe qui réunit les start-ups les plus performantes en France. Parmi ces entreprises, presque la moitié n'ont aucune femme dans leur équipe exécutive, et seules 22 % d'entre elles ont des femmes dans des postes de direction. Cela montre un décalage structurel où, même si des femmes entrent dans la tech, leur progression vers des rôles de pouvoir est freinée par des obstacles significatifs.

Tu es pétillante, solaire, vive ! Tu nous embarques dans ton aventure. Si des femmes veulent rejoindre WIT, quelle est la démarche ?

Merci beaucoup !

C'est très simple il faut s'inscrire sur notre HUB WIT-h (<https://wit-h.com>) et nous suivre sur nos réseaux sociaux.

Un message à faire passer aux femmes qui lisent ce magazine ?

Osez sortir de votre zone de confort, osez vous trompez et surtout entourez-vous de personnes positives qui vous élèvent et vous encouragent dans vos rêves les plus fous
Mon mantra c'est une citation de Mandela « Soit je Gagne, soit j'apprends »

Je peux vous confier que j'ai beaucoup appris. (rires)

Merci Angela.

<https://women-in-tech.org>

IALS

LES FEMMES DE L'IA

NUMÉRO SPÉCIAL





Laboratoire de l'Égalité

MURIEL GARNIER

LABORATOIRE DE L'ÉGALITÉ –
RESPONSABLE DU PROGRAMME
"LES FEMMES ET L'IA"

Peux-tu tout d'abord nous retracer ta bio en quelques lignes.

Je suis Ingénieure informaticienne et j'ai commencé ma carrière professionnelle dans le numérique ou Systèmes d'Information fin des années 1970. Les années 70/80 où nous étions 35 à 40 % de femmes dans le numérique. Ce qui m'intéressait c'était l'usage de ces technologies dans l'industrie, dans la société et la valeur qu'elles apportent et comment les maîtriser.

Pendant 20 ans j'étais dans des cabinets conseil spécialisés en Stratégie de Systèmes d'information et les vingt ans dernières années Directrice des Systèmes d'Information dans l'industrie nucléaire.

Je me suis retrouvée très seule en tant que femme et donc me suis engagée au Laboratoire de l'Égalité pour proposer des solutions pour attirer les jeunes filles dans le numérique dont l'Intelligence Artificielle.

Qu'est-ce que le Laboratoire de l'Égalité ?

Association fondée en 2010 pour promouvoir l'égalité entre les femmes et les hommes dans le monde du travail.

Quel est son rôle et combien y a-t-il d'adhérents-es ?

Son rôle a été de rassembler des experts de différentes disciplines (Sociologie, enseignants, entreprises, institutions



publiques) pour travailler sur toutes les problématiques qui concourent aux inégalités femmes-hommes : éducation, parentalité, leadership, retraites, santé des femmes au travail, IA, aidantes,...

Les travaux qui consistent à proposer des actions concrètes sont publiés dans des livres, des guides de l'égalité et des pactes pour l'égalité.

Aujourd'hui c'est un réseau de 1500 experts.

Concernant notre sujet qui est l'intelligence artificielle, quelles sont les actions qui ont été menées par le Laboratoire de l'Égalité ?

Les travaux qui consistent à proposer des actions concrètes sont publiés dans des livres, des guides de l'égalité et des pactes pour l'égalité.

Aujourd'hui c'est un réseau de 1500 experts.

En 2017 nous avons alerté les institutions publiques sur les biais de genre dans les algorithmes et base de données aussi nous avons participé au Rapport de Cédric Villani.

En 2019, nous avons publié le livre « L'Intelligence Artificielle, pas sans elles » avec deux chercheuses (Aude Bernheim et Flora Vincent) qui utilisaient déjà l'IA (collection Egale à Egal).

En 2020 nous avons publié un Pacte pour une IA égalitaire entre les femmes et les hommes pour sensibiliser et faire agir l'écosystème de l'IA : entreprises, recherche, écoles, médias, société civile.

En 2024, nous avons publié un guide de bonnes pratiques pour une IA égalitaire entre les femmes et les hommes à partir d'une enquête où nous avons collecté les actions déployées par les entreprises, les instituts de recherche et les écoles d'enseignement supérieur.

Nous animons des conférences à partir de ces travaux dans les entreprises, les écoles et toute partie prenante de l'IA.

Nous nous sommes rencontrées lors de la sortie de mon magazine expérimental IELS qui aurait pu illustrer ce rapport !

Ton magazine expérimenté avec l'IA est l'illustration parfaite des actions que nous mettons en avant dans les écoles et les entreprises. L'IA est une révolution technologique qui est omniprésente

dans notre vie professionnelle et privée et il faut maîtriser ces outils.

Ton magazine en est l'exemple parfait car c'est la maîtrise de ces outils qui t'a permis de créer un nouveau magazine. L'IA est un outil pour augmenter la force intellectuelle comme les outils industriels ont permis d'augmenter la force physique.

Quelle est ta vision pour les générations futures ?

Les jeunes filles en intégrant les filières STEM (Sciences, technologie, Ingénierie, Mathématiques) et les femmes en intégrant ce secteur doivent s'emparer de ces outils car c'est le secteur le plus en croissance, le plus rémunéré.

Elles vont pouvoir s'exprimer comme toi en créant de nouveaux services, de nouveaux produits, accompagner la transformation de la société par leurs qualités de pilotage de projet, de gestion du changement.

Les compétences techniques ne sont pas nécessaires car de nombreux métiers sont connexes aux métiers techniques comme Community Manager, Digital marketing manager, responsable de l'éthique IA, coach IA, ... et dans des domaines comme la santé, l'environnement, l'agriculture, l'industrie.

Et deux tiers des métiers ne sont pas encore connus.

Quel est le message à leur transmettre ?

Les femmes ont besoin de l'IA car c'est un enjeu économique pour elles mais l'IA a besoin de femmes car le monde ne peut pas se transformer sans la moitié de l'humanité.

Osez, allez-y en observant tous les cas d'application de l'IA et maintenant de l'IA générative car vous vivrez une aventure passionnante.

Merci Muriel.





Point de vue

ISHRAF ZAOUÏ

"Dans l'intelligence artificielle avant que ce soit à la mode" comme Ishraf Zaoui aime le dire. Elle nous offre sa vision sur le sujet.

DIRECTRICE DE LA CHAIRE DE RECHERCHE EN INNOVATION DIGITALE ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE
INSEEC - LYON

Ishraf, peux-tu tout d'abord nous retracer ta bio en quelques lignes. J'ai suivi un parcours académique classique avec des études couronnées d'un doctorat en science de gestion avec une double spécialisation : Marketing et Système d'information. Mon travail portait sur l'influence des technologies digitales sur le comportement du consommateur. La technologie m'a toujours fascinée. La façon dont les personnes réagissent aux technologies est un sujet d'analyse captivant. Après avoir enseigné et accompagné des entreprises pendant plus de 20 ans en Marketing stratégique et digital, j'ai été naturellement attirée par l'IA, dont l'utilisation commençait à se développer davantage dans les entreprises. En 2017, j'ai intégré la Chaire de Recherche en Innovation Digitale, Data Science et IA qu'on venait d'inaugurer à l'Inseec grâce au soutien financier de Cegid et d'Esker. J'ai suivi

une formation au MIT Sloan & MIT CSAIL sur l'Intelligence Artificielle et son impact sur les stratégies d'entreprise afin de maîtriser la problématique de l'IA. Après 7 années de recherches au sein de la Chaire sur l'impact des technologies et de l'IA sur les individus et les métiers, j'en prends la direction en septembre 2023.

En quoi consiste ton poste de directrice de la Chaire de recherche en Innovation Digitale et Intelligence Artificielle ?

En tant que Directrice de la Chaire, je dois concilier trois dimensions : la recherche, l'entreprise et l'enseignement. Concrètement, j'anime une équipe qui étudie comment les technologies et l'IA transforment la vie des individus et le monde du travail tout en assurant la gestion et l'obtention des financements nécessaires à nos travaux. Notre objectif est simple : comprendre les impacts de ces technologies pour mieux accompagner leur adoption. Depuis 2017, nous menons des projets avec des entreprises pour tester et valider nos hypothèses sur le terrain. Par exemple, nous observons comment l'introduction du digital et des technologies d'IA modifient les métiers, quelles nouvelles compétences émergent, ou encore comment assurer une transition éthique et responsable.



Ces observations alimentent ensuite nos formations pour préparer les étudiants et les professionnels aux changements à venir. C'est un cercle vertueux : la recherche nourrit la pratique, qui elle-même enrichit notre compréhension de ces phénomènes.

Nous assistons à un tsunami de nouvelles technologies. Il y a des nouvelles toutes les semaines, quelle est ta position sur ce sujet ?

Ouh là ! Il y a trop de choses ! on ne sait plus où donner de la tête. A peine commence-t-on à maîtriser une technologie, qu'une nouvelle vient la balayer avec de nouvelles performances et de nouveaux défis ! Cela peut créer une certaine anxiété de courir toujours derrière la dernière nouveauté sans vraiment avoir eu le temps de maîtriser les outils existants. Toutes les nouvelles technologies ne sont pas

nécessairement pertinentes pour chacun. Il est préférable de se concentrer sur celles qui apportent une réelle valeur ajoutée à vos activités. Il ne faut surtout pas se lancer tête baissée, mais il faut prendre le temps d'évaluer ces technologies en fonction des besoins de chacun.

As-tu des informations précises sur l'impact écologique de cette arrivée massive ?

Je pense que l'impact sur l'environnement est l'un des principaux défis du développement exponentiel de l'IA. Les datacenters consomment beaucoup d'énergie. Selon l'Agence internationale de l'énergie, leur part de consommation représente 2% de l'énergie mondiale, et il est prévu que cette proportion double d'ici 2026. Il en va de même pour l'entraînement des modèles d'IA de grande envergure qui nécessite une puissance de calcul considérable. Bien que Google et Microsoft aient pour objectif de devenir neutres en carbone d'ici 2030, leurs émissions de CO2 ont augmenté de plus de 40% ces dernières années, principalement en raison de la construction de nouveaux datacenters nécessaires au fonctionnement de l'IA. Afin de relever ce défi, les grandes entreprises technologiques s'efforcent de créer des modèles plus performants en optimisant leurs

Notre objectif est simple : comprendre les impacts de ces technologies pour mieux accompagner leur adoption.



algorithmes ou en achetant des millions de crédits pour compenser leurs émissions en constante augmentation. Il est également important de sensibiliser les individus à l'utilisation raisonnable de l'IA. Il est essentiel de noter qu'une demande avec ChatGPT nécessite entre 10 et 100 fois plus d'énergie qu'une recherche Google traditionnelle. Il est temps d'assurer une transparence totale concernant l'impact environnemental des systèmes d'intelligence artificielle et de mettre en place un cadre réglementaire qui favorise les pratiques respectueuses de l'environnement.

Quelle est ta vision pour les générations futures ?

Un sentiment mitigé. J'oscille entre optimisme et vigilance. D'un côté, les nouvelles générations vont profiter de l'apport de toutes ces technologies qui facilitent la vie, qui contribuent à résoudre de nombreux problèmes dans de nombreux domaines. D'un autre côté, ces progrès s'accompagnent de défis majeurs, qui peuvent mener à affaiblir certaines capacités cognitives, réduire l'esprit critique et limiter la créativité s'ils deviennent trop dépendants. Une réflexion approfondie et la régulation de l'usage de ces technologies sont nécessaires. Un équilibre est essentiel. Cet équilibre doit commencer dès l'école en promouvant une éducation qui allie technologie éthique et développement des compétences humaines fondamentales, tout en établissant des garde-fous pour garantir la protection de la vie privée et des libertés individuelles. À nous d'écrire cet avenir.

As-tu un avis sur la place de la femme dans l'IA ?

La place des femmes en IA est le miroir des disparités observées dans la Tech. Même si nous possédons de grandes compétences et apportons des contributions significatives, nous restons sous-représentées à tous les niveaux, de l'équipe de développement aux postes de direction. Cette réalité est inquiétante dans la mesure où l'IA est un domaine qui façonne, tout de même, notre futur. Pas assez de femmes, pas assez visibles, pas assez mises en avant ! Le syndrome de

La diversité dans l'IA est plus qu'une question de justice : c'est un impératif pour se prémunir contre les biais dans les systèmes d'IA et garantir l'équité pour toute la société.

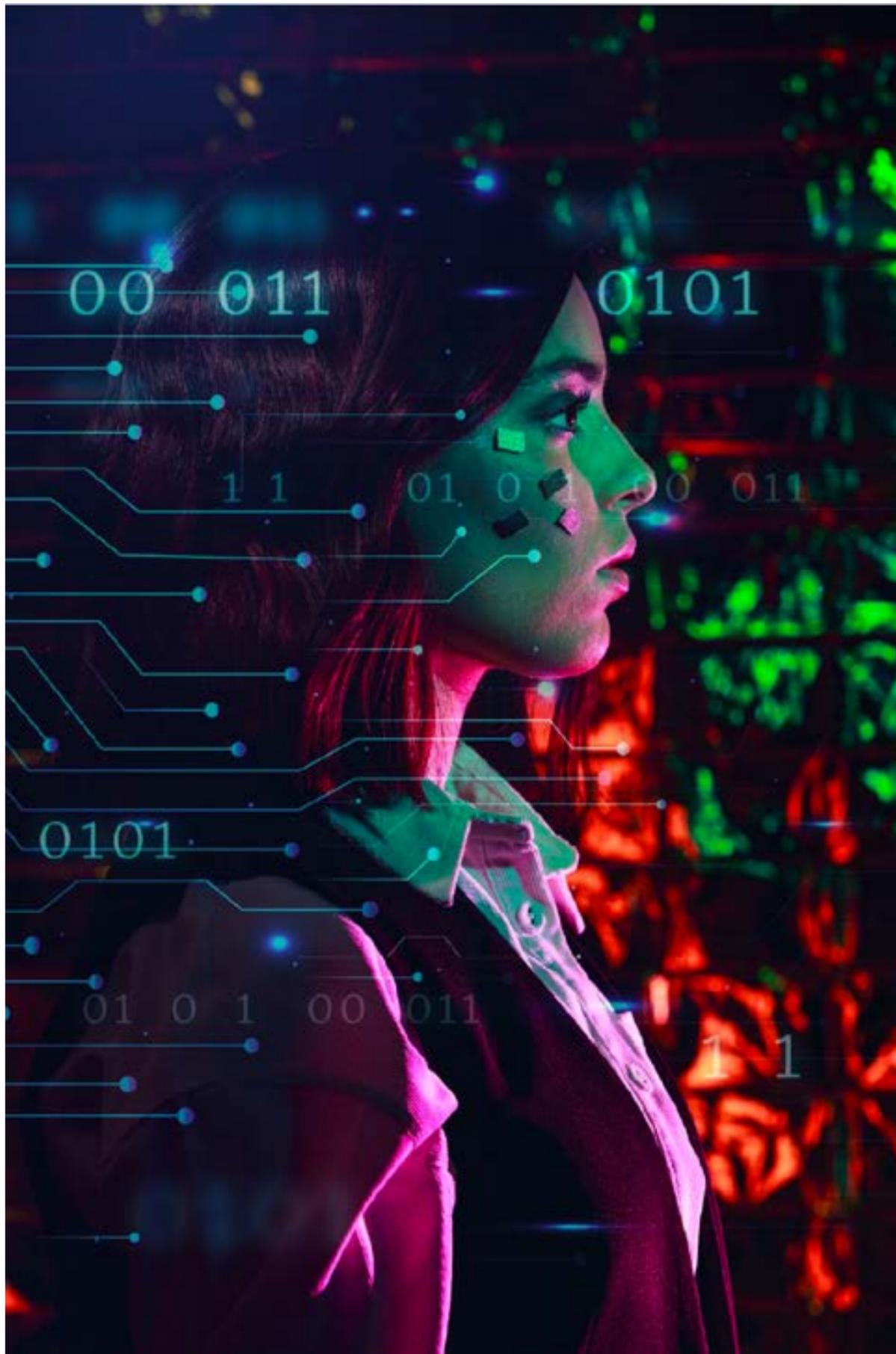
l'imposteur décourage de nombreuses femmes de montrer leurs compétences ou de postuler à des postes à responsabilité. Le manque de visibilité des modèles féminins dans l'IA et des discriminations culturelles persistantes en sont les causes principales. Pour changer cela, des actions collectives sont nécessaires. Les femmes doivent non seulement être solidaires, mais aussi s'investir dans des réseaux de soutien et de mentorat. Leur contribution à l'IA ne se limite pas au développement technique : elles sont également actives dans l'éthique de l'IA, la recherche, l'éducation, la sensibilisation et la vulgarisation des techniques. Il est important de mettre en lumière les pionnières et les dirigeantes actuelles, d'inciter les filles à s'orienter vers les formations en IA et de favoriser un milieu de travail plus inclusif. Les entreprises et les établissements devraient soutenir activement ce changement en mettant en place des politiques concrètes pour recruter, retenir et promouvoir les femmes. La diversité dans l'IA est plus qu'une question de justice : c'est un impératif pour se prémunir contre les biais dans les systèmes d'IA et garantir l'équité pour toute la société.

Merci Ishraf.



LES
FEMMES
DE
L'IA
NUMÉRO SPÉCIAL

IALS



La seule femme de la promo IA à Polytechnique et Bam !

HANNA MERGUI
PHOTOS J. BARANDE

INGÉNIEURE IA @SONIO |
ECOLE POLYTECHNIQUE |
CREATRICE DE L'EXPOSITION
"AIXPLANATION"

Alors on commence par le volet professionnel, tu es ingénieure IA dans le domaine prénatal, tu peux nous en dire un peu plus ?

Bien sûr, je travaille dans une startup qui s'appelle Sonio, spécialisée dans le domaine du dépistage prénatal par intelligence artificielle. J'ai travaillé un moment sur l'estimation du poids foetal, ce qui consiste à développer des réseaux de neurones qui s'appuient sur les images échographiques et les biométries du fœtus (mesures sur l'image) pour obtenir une estimation plus précise du poids au moment de l'examen et à la naissance.

Le but est d'enseigner et de transmettre avec un support nouveau, ludique et original.

Je me lance maintenant dans un projet de recherche de trois ans visant à générer, à l'aide de l'IA, des images échographiques et des vidéos de malformations prénatales rares. Pour expliquer brièvement, lorsque l'on entraîne une IA, on a besoin d'une grande quantité de données. Mais le problème avec les malformations rares, comme leur nom l'indique, est qu'il y a très peu de cas dans le monde. Cela rend l'entraînement des IA pour les reconnaître quasiment impossible. Pour pallier ce manque de données, je vais travailler sur des modèles capables de générer de fausses images représentant ces cas rares et d'utiliser ces données synthétiques pour entraîner par la suite des modèles de détection.

Cela pose énormément de questions sur les volets éthiques, médicaux, sociétaux...

Énormément. On travaille étroitement avec des comités d'éthique, avec des médecins... on a aussi une équipe qui s'occupe de tout le côté réglementation (en santé c'est extrêmement compliqué). Mais le résultat est incroyable. J'ai vraiment l'impression de mettre mes compétences au service d'une belle cause, et ça se rapproche de mes valeurs.

C'est passionnant ! Tu as créé une exposition à but pédagogique, raconte-nous ça ?

Oui exactement, j'ai une double casquette IA et art !



Tes expos photos sont réalisées avec un photographe et tu te mets en scène pour vulgariser ou au contraire explique des sujets très complexes sur l'IA, c'est bien ça ?

C'est ça, l'exposition couvre un large panel de sujets et s'adresse à différents publics, débutants ou non. Le but est d'enseigner et de transmettre avec un support nouveau, ludique et original. J'ai des œuvres qui expliquent la base d'un réseau de neurones, la place de la femme dans la tech, l'intelligence émotionnelle... mais également ce qu'est un espace latent, comment trouver un équilibre entre coût d'entraînement et impact environnemental, etc. J'essaie de toucher à tous les sujets.

Quand j'étais encore étudiante à Polytechnique, je me suis rendu compte qu'il était assez compliqué de parler de ce que je faisais et d'expliquer le principe de l'intelligence artificielle à mon entourage. Bien sûr, c'était avant le boom ChatGPT...

Comment est née cette idée assez géniale ?

Quand j'étais encore étudiante à Polytechnique, je me suis rendu compte qu'il était assez compliqué de parler de ce que je faisais et d'expliquer le principe de l'intelligence artificielle à mon entourage. Bien sûr, c'était avant le boom ChatGPT (même si je constate que cela reste tout aussi compliqué pour une grande majorité de la population).

J'ai eu l'idée de créer une exposition photographique pour vulgariser l'IA et démystifier les thématiques qui l'entourent. J'ai donc proposé le projet au photographe de Polytechnique, J. Barande, qui a tout de suite apprécié l'idée. L'exposition s'appelle Aixplanation et comporte une vingtaine de photos où je me mets principalement en scène.

De fil en aiguille, le projet s'est fait connaître, et nous avons pu participer à plusieurs expositions et obtenir pas mal de

retombées dans la presse !

Où peut-on voir l'expo ?

Malheureusement, je n'ai pas d'exposition fixe, mais je participe régulièrement à des conférences et à des événements. La prochaine grande exposition aura lieu lors d'un événement parallèle au AI Summit en février ; je partagerai toutes les informations sur mon LinkedIn !

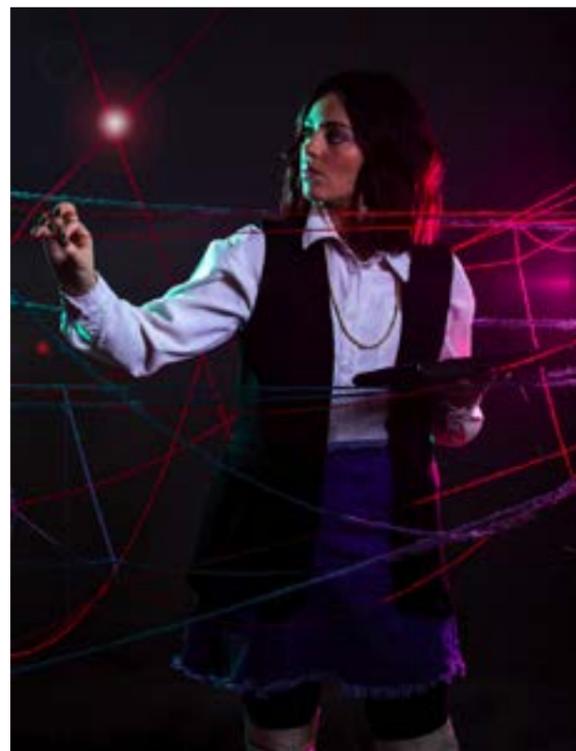
Et donc tu formes à l'aide de ces photos-concept ?

Tu fais des masterclass ?

Oui, exactement. Au-delà des expositions photos en tant que telles, j'ai créé des formations en m'appuyant sur les photos comme support. J'interviens régulièrement dans des entreprises, à différents niveaux, pour proposer des formations, des webinaires, des conférences, et ainsi de suite. Je propose également un parcours inspiré d'un musée, où les personnes peuvent se promener, regarder les photos, poser des questions... J'aime que le format soit flexible, et que les gens se sentent libres d'exprimer leurs doutes en toute tranquillité !

Il m'arrive également de créer des œuvres sur mesure pour certaines entreprises, en fonction de leurs domaines d'activité et de leurs besoins.

Merci Hanna et Bravo !





Le Selfpressionnisme : courant du 21^{ème} siècle ?

À la découverte de soi

PAR MARIE DOLLÉ



Forte de 10 ans d'expérience en études et données conso chez Kantar Media, Marie évolue aujourd'hui dans l'écosystème tech et entrepreneurial chez Bpifrance, où elle accompagne les start-ups en recherche de fonds. Passionnée par l'innovation et la psychologie humaine, elle analyse les mécanismes qui influencent nos choix et interactions, catalyseurs des mutations sociétales. Chaque semaine, elle partage ses analyses avec plus de 20 000 lecteurs via ses newsletters In bed with tech (FR) et In bed with social (EN).

DU CONTENU AU RÉCIT

Quand j'écris ces lignes, je ne cherche pas à produire du contenu. Encore moins un article. Je veux livrer un récit.

Cette distinction peut sembler subtile, mais elle est essentielle. Elle trace la frontière entre ce qu'une machine peut reproduire et ce qu'un humain peut insuffler. Car écrire n'est pas seulement assembler des mots, c'est les animer.

Oui, j'écris ces lignes avec l'aide de Claude, une IA générative. Certains pourraient s'en offusquer. "Ce n'est pas du 100 % humain", diront-ils. Mais cette objection rate l'essentiel. Qui se demande si le pinceau peint à la place du peintre ? L'outil, qu'il soit humble ou puissant, n'a jamais remplacé l'artiste. Il est là pour le révéler.

Et c'est bien là la clé. L'IA, comme tout outil, est neutre. Elle peut imiter, reproduire, organiser. Mais dans les mains d'un esprit habité, elle devient autre chose. Une extension. Une force. Un souffle. Pas un créateur, mais un amplificateur d'intention.

Dans ce monde où les IA fascinent par leur maîtrise des formes, il est crucial de ne pas confondre l'apparence avec l'essence. Pour elles, tout se résume à des modèles. Pour nous, tout s'ouvre sur des mondes.

LA FILLE DANS LE TRAIN

Laissez-moi vous raconter une scène, simple mais révélatrice.

Je suis dans un train. Face à moi, une petite fille mâche, la bouche grande ouverte. Les bruits de mastication, amplifiés par le silence du wagon, m'agacent au plus haut point. Deux options s'offrent à moi : lui faire une remarque, au risque de la vexer et d'essuyer en prime une remarque cinglante de ses parents, ou bien garder le silence et subir en silence.

Mais se taire, est-ce vraiment mieux ? Combien de comportements sont le fruit d'un simple manque d'apprentissage ? Si personne ne les relève avec douceur, comment peut-on espérer évoluer ?

Mon irritation monte, mais je veux éviter une réaction dictée par l'agacement. Alors, je sors mon téléphone et me tourne vers ChatGPT, espérant une approche plus posée. Plusieurs suggestions s'affichent. Celle-ci retient mon attention :

Restez léger et naturel. Essayez :

'Oh, tu sais, quand on mâche avec la bouche fermée, c'est comme si on gardait tout le goût rien que pour soi. C'est magique, tu ne trouves pas ?'

C'est simple. C'est bienveillant. C'est charmant. J'essaie. Et, à ma surprise, cela fonctionne à merveille. Une étincelle s'allume dans ses yeux. Elle ferme la bouche, avec cette spontanéité désarmante qu'ont seuls les enfants.

POSSIBILITÉS INFINIES

Ce qui fascine avec les IA, ce n'est pas leur capacité à produire des réponses ou résoudre des problèmes. C'est leur manière de nous faire réfléchir autrement.

Ce qu'elles dévoilent ? des possibilités infinies. Elles nous offrent la liberté de choisir la version de nous-mêmes qui nous ressemble le plus.

Certains s'épanouiront dans l'écriture assistée, D'autres dans l'image, la musique, la vidéo ou des formes encore à inventer. Pourquoi ? Parce que les IA génératives ne se contentent pas de structurer l'existant comme leurs prédécesseurs. Elles plongent dans ce qui est profondément humain, dans le désordre créatif de nos récits, nos poèmes, nos peintures.

Et c'est là que le mot selfpressionnisme prend tout son sens.

Là où les grands courants artistiques du passé tournaient un regard intérieur vers le monde extérieur - ses paysages, ses formes, sa lumière - ce mouvement recentre ce regard sur ce qui nous habite.

Ce n'est plus une quête de territoires ou de dieux, mais une exploration des mondes intérieurs, ces dernières frontières où chaque individu devient un territoire à découvrir. Les IA ne nous surpassent pas, elles nous rappellent combien nous sommes vastes, combien nos possibilités, comme notre humanité, restent infinies.

Geek, mais pas techno-béate !

Figure de l'IA Gen française, Elisabeth Gravil, Présidente de Museovation, nous apporte sa vision de "faiseuse" sur cette technologie de rupture.



Bonjour Elisabeth, je te propose de te présenter en quelques lignes

Je suis née en 320 PPM, la même année que le chatbot Eliza qui porte aussi le même prénom que moi, j'étais donc prédestinée à m'intéresser aux IA ! J'ai à mon actif 25 ans d'expérience dans le marketing stratégique de marques de grands groupes dans le parfum et la joaillerie, ainsi qu'une première expérience de création d'entreprise dans le domaine muséal. En 2019, j'ai fondé Museovation, une société de conseil en ingénierie culturelle. J'accompagne des musées et sites patrimoniaux dans leur transformation numérique, sur des enjeux stratégiques et de RSE, dans un principe de conduite du changement.

Je suis également chargée de cours au sein de divers MBA de Management Arts et Culture, où je forme les futurs professionnels du secteur, plus particulièrement aux enjeux et opportunités des intelligences artificielles génératives depuis 2023.

Enfin, je suis experte du Collège France 2030 et je participe régulièrement à des comités de sélection de startups pour des incubateurs culturels comme le 104 Factory.

Quel diplôme as-tu passé en IA ?

Depuis très longtemps, je me passionne pour les sujets innovants. Je dois être parmi les premiers français à avoir ouvert un compte Instagram (le 1er Juin 2011) ! Mais quand l'IA a vraiment commencé à s'imposer, mes années de Maths Sup étaient trop loin pour que je me sente à l'aise sur le sujet. J'ai donc sauté sur l'occasion de me mettre à jour, quand l'Université d'Helsinki a lancé son premier diplôme pour former sa population à l'IA. En 2019, c'était un des rares diplômes hors formation classique. Depuis l'arrivée des GenAI, je me suis perfectionnée sur le site d'Andrew Ng, DeepLearning.ai, que j'essaie de suivre régulièrement.

Tu m'as dit être entrée dans l'IA par l'algorithme...

Vers 2017-2018, les musées ont vraiment commencé à optimiser leurs collections grâce à divers algorithmes. J'ai alors eu l'opportunité d'assister aux retours d'expérience du MET de New-York et des Musées d'Harvard sur leur collaboration avec les grands de la Silicon Valley. J'ai été fascinée, à la fois par la démarche (comprendre comment les machines interprètent les œuvres d'art) et les résultats obtenus à l'aide de 6 modèles d'IA de tagging et de computer vision. L'objectif final me paraissait également enthousiasmant. Grâce à

l'ajout d'annotations générées par l'IA, il s'agissait de rendre les collections d'art plus accessibles aux non-spécialistes, en introduisant ce que l'on nomme la Folksonomy. Depuis, l'usage des IA est devenu plus courant, même dans de plus petits musées. L'un des derniers exemples marquants est la restauration, grâce à des systèmes algorithmiques, du HMS Victory le plus ancien navire de guerre encore en état de marche.

Tu te définis comme geek, pas techno-enthousiaste, tu peux nous en dire plus ?

J'appuie mon expertise IA sur trois points importants à mes yeux :

- Une pratique personnelle des outils (et je cours après les spécialistes !!!)
- Une veille internationale pour trouver des cas d'usages, aussi exhaustifs que possible, jusqu'en Chine parfois (ce qui m'a valu d'être repérée par la communauté IA),
- Une écoute très attentive des voix critiques de l'IA.

Il est très facile de se laisser enfermer dans une bulle de filtre pro-IA sur les réseaux sociaux ou d'être emporté par l'euphorie des nouveautés qui ont été légion ces deux dernières années. Paradoxalement, le fait d'être entrée en douceur dans ce monde des algorithmes, m'a permis de garder une distance, de conserver un œil critique et de ne jamais oublier de mentionner les différents enjeux lors des formations que je dispense. Les retours d'expérience des musées que je citais précédemment ont été très précieux à ce titre, car j'ai pu très

tôt voir les limites des IA, mais aussi projeter les améliorations possibles.

En ce moment, j'approfondis la partie impact environnemental car je trouve les propos beaucoup trop clivants sur ce sujet. Soit tout est noir (oui, c'est le cas en ce moment mais les choses changent vite), soit tout sera rose grâce aux IA (les solutions arrivent heureusement, mais elles sont incrémentales et prendront du temps). La vérité est comme toujours entre les deux. Mais ce n'est pas pour autant qu'il faut rejeter les GENAI en bloc.

Tu intervies dans le milieu de la Culture, comment l'IA y est perçue ?

Cela dépend des secteurs. Paradoxalement les musées, pourtant impliqués depuis longtemps dans le Machine Learning classique, ont des réticences à s'investir sur le sujet, ne serait-ce que pour faire monter en compétence leurs équipes. Il est vrai, à leur décharge, que des questions épineuses viennent en contradiction directe avec leur ADN.:

- S'assurer de la véracité des faits face aux hallucinations des LLM,
- Protéger le droit d'auteur et la rémunération des artistes face à des modèles d'entraînement peu transparents,
- Maintenir leur trajectoire de décarbonisation face aux questions environnementales posées par ces nouvelles technologies.

On note quand même quelques initiatives en France comme le Chatbot 3D des Musées de Reims ou l'avatar de Van Gogh présenté au musée d'Orsay en 2023. À l'étranger, je



soulignerai la coopération remarquable du Rijksmuseum avec Microsoft qui permet aux personnes malvoyantes de bénéficier d'audio générés sur la totalité des œuvres de la collection, ou encore le projet du Louvre Abu Dhabi sur le générateur de Fables de La Fontaine que je présenterai en janvier au salon Museum Connections.

En revanche le secteur du spectacle vivant est beaucoup plus réceptif, grâce au formidable travail d'acculturation porté par le TMNLab, et l'implication de divers artistes qui osent expérimenter avec diverses IA. Je nommerai le chorégraphe anglais Wayne McGregor qui a travaillé avec Google DeepMind, la soprano Asmik Grigorian dont le clone vocal s'est produit à Salzbourg cet été, ou encore le Collectif Obvious qui travaille sur un projet IA Pour le théâtre.

Mais une chose est certaine, dans la culture, la notion de productivité portée par les IA a du mal à passer. Alors que la taille des équipes numériques est souvent réduite, cela reste paradoxalement un sujet extrêmement sensible. Quand on vient leur dire qu'elles pourraient produire plus et plus vite, la question en retour est invariablement : pourquoi et pour qui ? À noter que le monde de l'entreprise pourrait aussi se poser la même question ! Enfin, quand dans votre quotidien, vous êtes confronté à des questions de décolonisation des collections, vous ne pouvez pas vous empêcher d'avoir un regard critique sur la colonisation par ces IA, essentiellement anglophones, de la Silicon Valley.

Néanmoins, si je garde mon esprit critique, je m'interroge sur cette distance envers les IA et son impact sur la représentativité de la culture française dans les modèles algorithmiques. C'est un peu comme mon autre dada, la présence des femmes dans l'usage des outils ! Il est beaucoup trop faible (à peine 40% selon certaines études). On verrait certainement moins de bonnet 200 D dans la représentation des femmes, si celles-ci promptaient plus, rétablissant ainsi leur image dans l'entraînement des modèles ;-) !

Comment abordes-tu les sujets « sensibles » auprès de ce public ?

Frontalement et d'entrée de jeu dans mes formations, car cela ne sert à rien de mettre les problèmes sous le tapis, surtout quand ils sont aussi criants. Cela permet aussi de lever des incompréhensions, de déconstruire des mythes, d'ouvrir la conversation et de s'engager en conscience. Il existe de multiples façons d'aborder le sujet de l'Intelligence artificielle pour une institution culturelle : par la collaboration avec des



artistes, par l'acculturation du public, par une formation des équipes. Il me semble dangereux de jouer l'autruche, en alléguant l'effet pschitt du métavers. Par ailleurs, c'est ne pas voir que l'IA est la brique la plus importante de ces mondes synthétiques, qui manquait cruellement lors de la première vague. On va s'en apercevoir très vite avec les profonds changements qui s'opèrent grâce aux GenAI dans le jeu vidéo, partie émergée du Web3.

Ne serait-ce pas une pédagogie de maman ?

Je n'avais pas perçu le fait de poser les problèmes clairement comme une attitude maternelle (on ne voit jamais ses propres biais). C'est surtout pour moi une transparence nécessaire pour faciliter une conduite du changement. Les peurs sont présentes et bien réelles, alors pourquoi passer outre ?

Notre rôle en tant que formateur est d'accompagner le changement afin qu'il se produise en douceur, au bénéfice des personnes, pas contre elles. Vous n'obtiendrez jamais l'adhésion à une nouvelle technologie si vous sous-estimez leur esprit critique.

Qu'est-ce qui t'amuse aujourd'hui ?

Avec l'arrivée des GENAI depuis deux ans, j'ai redécouvert le plaisir de fouiller dans mes catalogues de musées que j'ai commencé à compiler dès mes études à l'École du



Notre rôle en tant que formateur est d'accompagner le changement afin qu'il se produise en douceur, au bénéfice des personnes, pas contre elles. Vous n'obtiendrez jamais l'adhésion à une nouvelle technologie si vous sous-estimez leur esprit critique.

Louvre en 1985. Quand je suis sur Midjourney ou Runway, j'ai toujours un catalogue à côté de moi qui m'inspire pour générer une image que j'ai en tête. Les recherches sur l'image du Constructivisme Russe dans les années 30 sont un vrai terrain de jeu à appliquer à ces nouveaux outils. J'ai même acheté récemment le « Répertoire des couleurs des fleurs, feuillages et fruits » publié en 1905, qui m'offre un incroyable vocabulaire bilingue de couleurs pour prompter (Pierre-de-fiel, vert Barbedienne, rouge Andrinople, bleu Médecis...). Rien qu'en les nommant, on s'évade !

La place de la femme dans l'IA, un sujet, un non-sujet ou THE sujet ?

Un combat qu'il faut défendre chaque jour. Les femmes sont présentes, heureusement pour la construction des sociétés de demain ! Malheureusement elles sont encore trop modestes (comme toujours), et ne prennent pas assez la parole. Elles ne s'intitulent quasiment jamais « expertes » alors qu'elles le sont souvent bien plus que ces messieurs aux titres ronflants. On retrouve encore une fois avec l'IA, l'éternel problème de la prise de parole des femmes qui appréhendent la visibilité sur

les réseaux sociaux. C'est un de mes dada lorsque j'enseigne, pousser mes étudiantes à publier leurs tests même imparfaits, à apprendre à commenter les posts des autres. Il faut qu'il y ait des role-models comme on dit en anglais. Personnellement j'aime les profils « head of innovation » comme Katy Bremme à France TV, Marianne Carpentier chez TF1, car je partage avec elles la volonté d'aborder ce sujet par un double prisme : la réflexion stratégique et la montée en compétence d'équipes. Elles m'inspirent autant que toutes les autres femmes que j'ai découvertes sur LinkedIn (comme toi !) et avec qui j'échange très régulièrement. Je suis d'ailleurs agréablement surprise par l'esprit de partage qui règne depuis trois ans. C'est suffisamment rare pour être souligné. Mais je me dois aussi de souligner que j'ai lié de nouvelles amitiés professionnelles masculines tout aussi enrichissantes. Il serait stupide de nous opposer. Comme l'a rappelé Gilles Guerraz dans un de ses derniers posts : « le seul moyen de rester à flot, c'est de partager avec ses pairs et d'échanger avec des experts ».

Il me semble en revanche dangereux de jouer l'autruche en alléguant l'effet buzz « métavers ».



Midjourney

Quand l'IA exploite les artistes, les utilisateurs et leurs données

CAROLINE ZELLER

***Creative Direction | Generative AI
Reisinger Studio***

Les avancées technologiques dans le domaine de l'intelligence artificielle ont ouvert de nouvelles perspectives passionnantes pour la création visuelle. Pourtant, cette innovation s'accompagne de pratiques problématiques qui interrogent sur l'éthique et la transparence de ces plateformes. Voici quelques-unes des dérives majeures que j'ai partagées au palais Farnèse à Rome il y a quelques semaines :

- Exploitation des œuvres des artistes
En janvier 2024, une fuite de données, un fichier Google partagé par erreur, a révélé que le travail de 16 000 artistes

avait été utilisé pour entraîner l'intelligence artificielle de Midjourney, sans leur consentement ni rémunération. Les noms des artistes peuvent également être utilisés dans les prompts. Pendant que la plateforme génère des revenus estimés à 300 millions de dollars en 2024, ces artistes ne perçoivent rien.

- Addiction numérique
Le fondateur de Midjourney a lui-même qualifié l'outil de "dopamine slot machine", soulignant son caractère addictif. La conception de l'interface capte l'attention des utilisateurs de manière compulsive. Loin de chercher à limiter ces effets, l'entreprise semble s'appuyer sur cette addiction pour maximiser l'engagement, au mépris des impacts psychologiques sur ses abonnés.

Les avancées technologiques dans le domaine de l'intelligence artificielle ont ouvert de nouvelles perspectives passionnantes pour la création visuelle.

- Exploitation des utilisateurs

Au-delà de l'attention, Midjourney exploite également ses utilisateurs comme une main-d'œuvre invisible. En leur demandant de classer des images ou d'exprimer leurs préférences esthétiques, sous couvert de "personnalisation", la plateforme recueille des données précieuses pour entraîner et affiner ses modèles algorithmiques. Les tâches (appelées « tasks » sur la plateforme) alimentent une économie où la valeur créée ne profite qu'à l'entreprise. Les utilisateurs les plus actifs peuvent espérer une récompense dérisoire : 4 dollars par jour sous forme de "fast hour" pour les 2 000 meilleurs contributeurs.

- Collecte massive de données personnelles

La plateforme pratique une collecte de données personnelles qui interroge. Les informations collectées depuis août 2024 incluent des données potentiellement sensibles, comme les croyances spirituelles, les préférences de style de vie, ainsi que 200 mesures psychométriques. Midjourney justifie ces enquêtes en expliquant vouloir explorer les liens entre personnalité et esthétique pour "améliorer ses produits". Bien que l'entreprise affirme ne pas vendre ces données à des tiers et garantir leur confidentialité, l'amplitude des informations récoltées, il y a 22 millions d'utilisateurs, soulève des préoccupations sur l'utilisation de ces données.

- Exploitation du processus créatif des utilisateurs

La politique de confidentialité de Midjourney soulève des questions sur l'exploitation des données des utilisateurs, en particulier celles générées au cours du processus créatif. En effet, la plateforme considère des éléments tels que les prompts et les modifications successives de ces derniers – c'est-à-dire le travail cognitif de l'utilisateur, sa réflexion adaptative et son affinement itératif des demandes – comme des données personnelles. Ce point est particulièrement alarmant. La définition large et floue de ce qui constitue des "données personnelles" permet un usage potentiel de ces données par des prestataires de services, des partenaires commerciaux et des vendeurs tiers.

Midjourney, comme d'autres IA génératives, illustre un paradoxe : des outils qui démocratisent la création tout en capturant le travail et les données des contributeurs. Il devient urgent de repenser les conditions de cette "révolution" technologique pour qu'elle soit véritablement respectueuse des créateurs, des utilisateurs et de leurs droits. Considérer l'humain comme une ressource à exploiter est non seulement éthiquement inacceptable, mais profondément dangereux pour notre société.

Il devient urgent de repenser les conditions de cette "révolution" technologique pour qu'elle soit véritablement respectueuse des créateurs, des utilisateurs et de leurs droits.



IA & Droits

AUORE SAUVIAT

Avocate Digital | IA | Propriété intellectuelle



Peux-tu nous retracer ton parcours en quelques lignes ?

Je suis avocate au barreau de Paris depuis 10 ans, spécialisée dans les domaines du numérique et de l'innovation. Je suis associée au sein d'un cabinet qui accompagne les entreprises innovantes sur leurs problématiques juridiques liées à des technologies émergentes telles que l'IA.

Je suis d'un naturel hyper curieux - la création et l'innovation me fascinent tout particulièrement. C'est donc bien souvent avant même mes premiers dossiers sur des sujets nouveaux que je me mets à fureter, essayer les nouveautés technologiques.

C'est ainsi en faisant partie intégrante de ces écosystèmes très tech' en tant qu'utilisateur ou observateur que les dossiers arrivent très naturellement au cabinet sur ces sujets. Mon expertise sur les sujets IA repose sur le conseil stratégique, la prévention des risques et la formation aux enjeux juridiques afin de permettre à mes clients d'innover en confiance.

Comment as-tu vu l'arrivée de l'IA d'un point de vue juridique et professionnel ?

A la différence du Web 3, comme beaucoup j'ai tout de suite compris que l'adoption de l'IA, serait massive sans retour possible en arrière.

Les juristes ont l'habitude que les législations interviennent à rebours de l'arrivée de nouvelles technologies. Ce qui est formidable avec le droit c'est qu'il s'agit d'un instrument extrêmement plastique donc le fait qu'il n'y ait pas encore de législation dédiée ne signifie pas du tout, comme je l'entends souvent, que « c'est le far west » et que tout est permis. Au contraire, il existe plein de règles qui vont pouvoir tout à fait s'appliquer à l'utilisation des outils IA.

C'est là où professionnellement, cela devient pour moi particulièrement challengeant car il faut se montrer créative et agile dans les conseils à apporter à mes clients en interprétant le droit existant et en essayant d'anticiper comment il va évoluer et comment les tribunaux vont les interpréter.

Selon toi, le volet légal avance suffisamment rapidement par rapport aux avancées galopantes des IA Gen ?

Les législateurs européens essayent de tenir le rythme avec des initiatives telles que l'IA Act en Europe qui a été adopté relativement rapidement lorsque l'on parle de l'échelle européenne. Cependant, les capacités des outils IA, et en particulier de l'IA générative, se déploient si rapidement que les régulateurs peinent à couvrir toutes les facettes et les risques émergents.

Les politiques sont par ailleurs vigilantes à ménager d'une part

[...] une réglementation trop stricte freinerait l'innovation et la compétitivité de l'Europe et d'autre part, les risques d'atteinte aux libertés fondamentales : trop peu de régulation aurait pour conséquence de donner le champ libre à ces « nouveaux GAFAM » qui restent des entreprises privées cherchant à générer du profit.

les intérêts économiques : une réglementation trop stricte freinerait l'innovation et la compétitivité de l'Europe et d'autre part, les risques d'atteinte aux libertés fondamentales : trop peu de régulation aurait pour conséquence de donner le champ libre à ces « nouveaux GAFAM » qui restent des entreprises privées cherchant à générer du profit.

Que conseilles-tu aux entreprises, agences de communication ou indépendants qui nous lisent pour pallier la « zone grise » de l'IA ? Quelle est la démarche idéale selon toi pour intégrer l'IA à son business ?

D'abord, je pense qu'il faut éduquer les dirigeants puis leurs équipes sur comment fonctionnent ces outils.

Comment ces IA sont-elles entraînées ? D'où viennent les données qu'elles génèrent ? Si j'injecte des données qui m'appartiennent dans un outil IA vont-elles être réutilisées ? Rendues publiques ? Que disent les CGV des outils IA que vous voulez utiliser sur la possibilité d'exploiter les Outputs à des fins commerciales ?

C'est un préalable indispensable pour comprendre ensuite les zones de risques. Une fois que cette compréhension est assurée je vous conseillerais donc de :

1. Former vos managers et personnels clés sur qu'est-ce que l'IA, comment ça fonctionne et pour quels besoins vous allez-vous en servir en interne ;
2. Identifier les usages pour lesquels il serait opportun pour votre business d'utiliser des outils d'IA génératives pour ensuite identifier les usages à risques qui pourraient survenir dans votre métier lors de l'utilisation de ces outils - par exemple, le fait qu'un salarié uploadé dans un outil IA du contenu relevant du secret des affaires de votre client ou le fait de demander à une IA de copier des œuvres ou des artistes existants.
3. Etablir une charte d'utilisation de l'IA et former vos équipes sur pourquoi elle a été établie et leur expliquer pourquoi les risques dont il faut se prémunir sont réels ;
4. Si vous utilisez l'IA à la demande d'un client prendre le soin d'y faire expressément référence dans le contrat de prestations de service conclu avec votre client afin de déterminer les responsabilités de chacun : qui est responsable de ne pas plagier un tiers dans le cadre de la création de l'Output ; qui est responsable de décider s'il faut mentionner que les Outputs ont été générés par IA ; l'annonceur doit-il valider les outils IA utilisés pour créer les Outputs, etc.

Quel serait ton manifeste sur l'IA au féminin ?

Les outils IA sont malheureusement vus par beaucoup et notamment par les femmes comme des « trucs de geek » ou « trop techniques » ce qui je pense décourage l'intérêt et l'adoption par les femmes.

Je pense encore une fois que la clé du changement de paradigme pour atteindre une véritable équité et représentativité à la fois sur les acteurs de la tech' et sur les utilisateurs de ces outils c'est d'aller vers les gens pour leur expliquer et les former à l'utilisation de ces outils afin qu'ils ne fassent plus peur et qu'ils ne soient par réservés à un certain type de profil.

Il ne faut pas oublier que la grande majorité des outils IA se servent des Inputs des utilisateurs pour nourrir et entraîner leurs algorithmes. Les biais liés aux requêtes de ces utilisateurs alimentent donc les biais existants de ces outils IA et l'absence de diversité dans les utilisateurs des outils d'IA génératives aura à long terme sur les problématiques de biais des IA.



Reprendre la main sur la création

Caroline Zeller

Creative Direction | Generative AI | Reisinger Studio

La première fois que tu as touché une IA Gen ?

L'émotion que tu as ressentie si tu t'en souviens ?

En décembre 2022 sur Midjourney : de l'émerveillement en voyant une image se matérialiser à partir de mots. J'ai fait des études d'arts visuels et de typographie, cette interaction entre le texte et l'image m'a immédiatement fasciné.

Que ressens-tu aujourd'hui lorsque tu promptes ?

Aujourd'hui, je ressens un certain malaise à prompter. Ces outils, qui promettent de démocratiser la créativité, sont en réalité des agents de captation massive : ils capturent notre attention, notre créativité, nos données et s'approprient les

communs numériques à des fins lucratives. J'en parle plus en détail dans ma tribune page 108-109.

La technologie n'est pas neutre : elle reconfigure notre rapport au monde et à nous-mêmes. J'ai prompté pendant deux ans et j'ai observé comment mon esprit s'ajustait progressivement à la machine, plutôt que l'inverse. Je constate également l'impact écologique alarmant de ces outils ainsi que la précarisation croissante des créatifs. Pour toutes ces raisons j'ai choisi de ralentir et d'explorer des pratiques hybrides : allier des technologies non propriétaires à des savoir-faire traditionnels. J'ai besoin de reprendre la main sur la création.





As-tu déjà confronté Midjourney sur des questions liées à tes droits ?

Oui, j'ai exercé mon droit d'accès prévu par le RGPD en adressant une demande formelle à Midjourney concernant mes données personnelles. À ce jour, je n'ai reçu aucune réponse, je recherche une avocate qui puisse m'accompagner dans cette démarche.

Aujourd'hui, je ressens un certain malaise à prompter.

Ton avis sur le statut de la femme dans la tech, c'est pour toi un sujet ou un non-sujet ?

C'est un sujet, mais pas uniquement sous l'angle de la diversité. Il faut aussi réfléchir à ce que la sous-représentation des femmes dans ce domaine nous dit sur la direction qu'a prise la technologie. Peut-être que cela révèle une forme de résistance. La tech, aujourd'hui, est largement orientée vers l'optimisation, la compétition, la productivité, parfois au détriment de valeurs plus humaines, écologiques ou sociales. Si les femmes sont moins présentes, cela pourrait être un signal.

Où peut-on voir tes œuvres "d'avant" ?

Ma pochette pour l'album Möbius Morphosis de JB Dunckel, le cofondateur du groupe Air, est disponible à la Fnac. C'est, à ma connaissance, la première pochette au monde réalisée avec des IA génératives. J'ai aussi été exposée à Hong Kong, Melbourne, Bruxelles,

Paris par Artcrush et Artpoint, une agence d'art numérique qui me représente.

Mon travail est visible sur mon site et je poste régulièrement sur LinkedIn. www.carolinezeller.com.

Le nombre d'heures maximum que tu as passé à prompter en une journée ?

Pour un projet marquant : la création d'une œuvre d'art pour les 25 ans de Google l'année dernière. J'ai passé 10 heures par jour, trois jours de suite, pour générer ces 25 visuels. Le processus était intense mais aussi passionnant. "Songes Artificiels" questionne la représentation de l'IA et invite à envisager de façon poétique les innovations et les défis des 25 prochaines années. En un an les outils et mon point de vue ont évolué et je n'aborderais pas ce projet de la même manière.

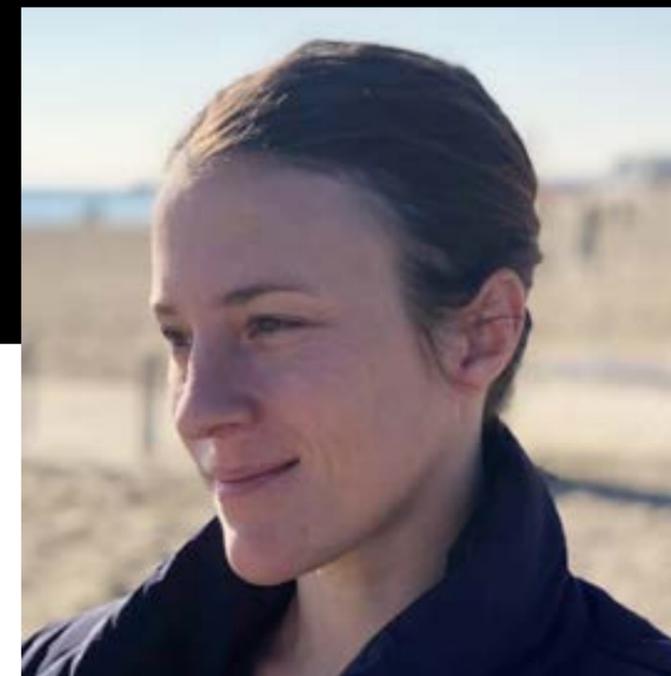
Chaque projet a été l'occasion d'une collaboration. Les visuels de Google ont été animés par le talentueux Clément Beurais. Charles Delorme a fait un travail exceptionnel de retouche pour la pochette de vinyle. J'aime beaucoup ces moments d'échange et de co-création, je les recherche dans chacun de mes projets.

Une actu à nous partager (ta prochaine conférence, masterclass...)?

J'ai récemment participé à un cycle de conférences à Rome organisé par l'Ambassade de France, ainsi qu'à un séminaire de l'AACC. Ma prochaine masterclass aura lieu au Stade de France en collaboration avec 2050NOW La Maison, et je participerai à une table ronde avec l'AFC le 7 février.







Vision de photographe

Alys Thomas

Photographe freelance - IA artist représentée par l'agence Detroit

Ton parcours avant IA en quelques lignes ?

Après un début de carrière en banque d'investissement et à l'ONU en Asie, puis quelques années en agences de publicité, je suis devenue photographe il y a 10 ans. Je suis spécialisée en documentaire et en publicité. J'ai par exemple suivi l'équipe de foot de l'association Autremonde (qui accompagne les personnes en situation de migration), pour laquelle nous avons réalisé un livre et une expo avec deux journalistes de Canal+.

La première fois que tu as touché une IA Gen ?

Quelle émotion as-tu ressentie si tu t'en souviens ?

Mon conjoint et certains de mes amis m'ont parlé de Midjourney dès sa mise en ligne à l'été 2022. J'ai fait plusieurs essais sur Midjourney et Dall-e en 2022, à chaque

fois franchement peu concluants. En septembre 2023, après la sortie de la version 5.2, j'ai vraiment compris le potentiel de l'IA et j'ai décidé de m'y mettre sérieusement. J'ai commencé avec une scène que j'avais vue sur une plage et que j'aurais aimé photographier, j'ai essayé de la générer. Le résultat était pas mal. Et puis j'ai pensé à une idée que j'avais eue sur une fanfare dans le Nord de l'Angleterre, et j'ai fait une série de portraits en tenue. C'était super chouette, assez drôle. À un moment en générant des visuels (c'était un soir je m'en souviens bien), j'ai vu un portrait d'un jeune homme (il est dans ma série « Silly Walks ») et j'ai ressenti une émotion hyper forte en voyant son regard et la je me suis dit « ah ouais en fait c'est vraiment vraiment un outil intéressant ».



Je n'en ai pas dormi de la nuit, ça a été une épiphanie, parce que d'un coup tous les projets que j'avais toujours voulu faire en photo et pas pu réaliser pour tout un tas de raisons (temps, argent, complexités liées aux modèles ou au sujet), ces photos devenaient tout à coup faisables en IA.

Je n'en ai pas dormi de la nuit, ça a été une épiphanie, parce que d'un coup tous les projets que j'avais toujours voulu faire en photo et pas pu réaliser pour tout un tas de raisons (temps, argent, complexités liées aux modèles ou au sujet), ces photos devenaient tout à coup faisables en IA. Et puis plein d'autres idées auxquelles je n'avais pas pensé. Le champs des possibles s'est ouvert et j'ai vraiment commencé à travailler à plein temps, j'ai retrouvé une joie et un plaisir que je n'avais pas ressenti depuis quelques années avec la photo. Quand on a un métier créatif, la petite flamme est souvent mise à mal : par l'énergie qu'on met dans des projets qui échouent, par les travaux de commande parfois difficiles etc. Là c'est toi, un écran et l'univers. Tout est possible, tous les sujets ou presque, toutes les esthétiques ou presque.

Tu imagines des mondes, des scènes, des séries, peux-tu nous en dire plus ?

J'ai toujours aimé imaginer des mondes. Petite j'avais passé un été l'intégralité de mes vacances à dessiner une ville habitée par des pommes de terre ! Alors quand je me suis mise à l'IA et que j'ai eu ma fanfare, je ne me suis pas arrêtée là, je me suis dit que ça serait cool qu'ils soient dans une ville, je les imaginais dans une petite ville côtière du Nord de l'Angleterre, alors je l'ai générée, et puis je voulais que la ville soit connue pour un truc. Les Anglais adorent organiser des concours assez drôles, c'est presque un sport national, et j'adore la danse, alors je me suis dit qu'un concours de danses marrantes ça serait chouette. Et puis j'ai pensé tout à coup à un truc de ma jeunesse (je suis franco-britannique et on regardait souvent les Monty Python ou Benny Hill à la maison avec mon père) le sketch : The Ministry of Silly Walks des Monty Python, et j'ai décidé de faire un concours de marches ridicules.

Le thème de tes explorations IA ?

Je travaille uniquement en séries d'une quarantaine d'images, que je construis comme des histoires. J'en sors une tous les 2-3 mois, avec un thème bien à elle. Il y a donc eu le Concours International des Marches Ridicules ; puis une histoire écrite comme un polar, Meurtre au Club de Golf ; suivie d'une série sur les policiers du monde entier ; une histoire d'amour interdite entre deux Sumotoris ; une série spéciale JO qui montrait des sportifs du dimanche, et enfin ma toute dernière, sur les touristes. Toutes mes images ont pour point commun d'être plutôt drôles, même si parfois elles peuvent être provocantes ou traiter d'un sujet sérieux, j'essaie de le faire avec humour et avec tendresse. Mon style est emprunté à la Bande Dessinée et aux Jeux Vidéos, avec une esthétique plutôt ronde et douce.

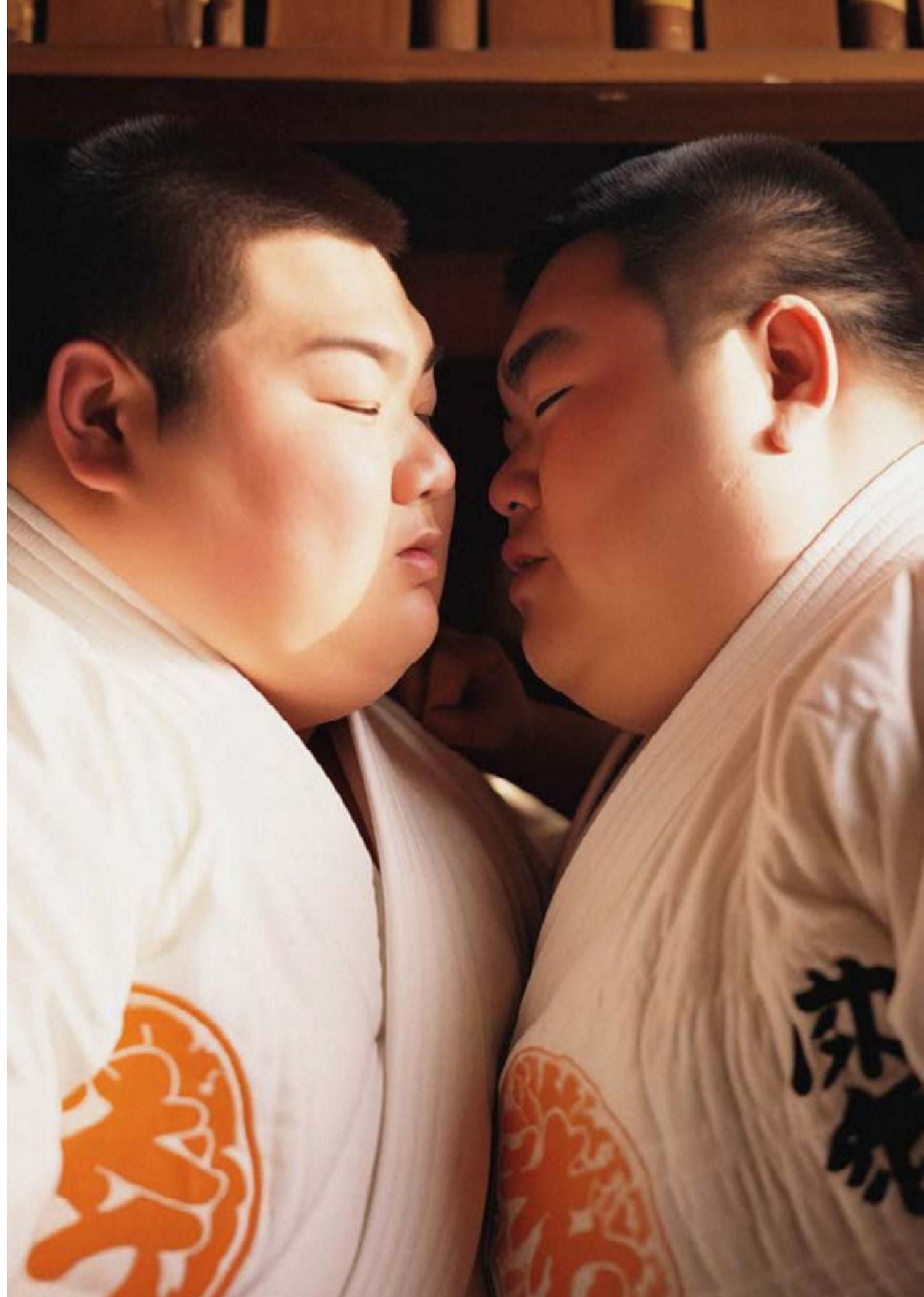
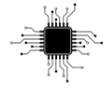
As-tu un message dans tes créations ? Si oui lequel ?

Cela dépend des séries, il peut s'agir de la mise en scène du ridicule qui fait du bien à l'égo, des inégalités de classe aux Etats-Unis, de l'homophobie au Japon, du tourisme de masse. Des sujets pas vraiment légers, c'est pourquoi j'essaie toujours d'être sur le fil entre l'humour et le message. J'aime aussi montrer que nous sommes tous des êtres humains qui ne cherchent finalement qu'à naviguer dans un monde de plus en plus complexe, que nous essayons tous très fort et d'être les meilleures versions de nous mêmes, mais que parfois, c'est difficile.

Tu as une réflexion très intéressante sur la place de la femme dans l'IA ? Peux-tu nous la partager ?

C'est mon combat, ma bataille ! Il y a un gros problème de représentation des femmes dans le milieu de l'IA générative. Qu'il s'agisse du côté technique (ceux qui la fabriquent) ou du côté créatif (les utilisateurs), les femmes représentent une infime part du marché et cela devient très problématique à plusieurs égards. D'abord parce que les IA se construisent au fur et à mesure des données qui leur sont transmises par les utilisateurs. Avec le temps, si ceux-ci sont principalement des hommes, elles répondront plus efficacement aux prompts masculins qu'aux prompts écrits par des femmes. Ensuite, les stéréotypes de genres continueront à être véhiculés sans être remis en question (le médecin est toujours représenté par un homme, et l'infirmière par une femme par exemple).







Enfin, les métiers d'avenir, qu'on le veuille ou non, intégreront les IA, et le retard pris par les femmes sera répercuté à l'embauche.

Pour aller plus loin, il y a je pense plusieurs enjeux fondamentaux :

- Réduire les biais de genre dans les données d'entraînement : les outils d'IA sont construits à partir de vastes ensembles de données qui contiennent souvent des biais de genre. Par exemple, une étude* (voir sources) a révélé que 44 % des systèmes d'IA analysés dans différents secteurs présentaient un biais de genre, et 25 % montraient à la fois des biais de genre et de race. Lorsque les femmes sont sous-représentées dans les équipes qui construisent, testent puis utilisent ces systèmes, les biais de genre peuvent persister, car il manque des perspectives diversifiées pour détecter et corriger ces biais. L'implication des femmes permet de s'assurer 1- que l'outil IA est aussi efficace avec un homme qu'avec une femme et 2- que les données sont représentatives et les stéréotypes moins intégrés dans les algorithmes
- Assurer l'équité des décisions prises par l'IA : l'IA est de plus en plus utilisée dans des domaines comme le recrutement, la santé, et l'attribution de crédits. Cependant, les biais de genre dans les systèmes d'IA peuvent aboutir à des décisions discriminatoires. Par exemple, des systèmes de recrutement automatisés ont favorisé les candidats masculins pour des postes techniques en raison de données

C'est mon combat, ma bataille ! Il y a un gros problème de représentation des femmes dans le milieu de l'IA générative.

d'entraînement biaisées. En intégrant davantage de femmes dans les équipes de conception et en encourageant l'utilisation de l'IA par les femmes, on réduit le risque que ces biais se perpétuent et influencent des décisions cruciales de manière inéquitable

- Augmenter la diversité des perspectives et des innovations : l'absence de perspectives féminines dans l'IA risque de limiter les innovations et d'aboutir à des outils qui répondent surtout aux besoins et perspectives masculins. Les recherches montrent que des équipes diversifiées produisent des solutions plus innovantes et mieux adaptées à un large éventail de besoins utilisateurs. La participation des femmes permet donc de concevoir des IA plus inclusives,

qui bénéficient à tous les utilisateurs, en intégrant des perspectives variées

- Atténuer les impacts négatifs à long terme du fossé numérique de genre Le fossé numérique entre les sexes risque de créer des inégalités durables, notamment en matière d'opportunités de carrière dans les métiers de l'avenir. Selon ONU Femmes, les femmes qui acquièrent des compétences en IA sont valorisées par les employeurs et peuvent ainsi accéder à de meilleures opportunités d'emploi. Par conséquent, il est essentiel de combler ce fossé pour éviter que les femmes soient laissées de côté dans les secteurs d'avenir, dominés par la technologie
- Prévenir la perpétuation des stéréotypes et des rôles genrés. Des chercheuses, comme l'artiste Beyza Doğuç, ont observé que les systèmes d'IA génératifs, lorsqu'on leur demande d'inventer des personnages, attribuent souvent des rôles stéréotypés (médecin homme, infirmière femme). Ces tendances montrent que les outils IA peuvent non seulement reproduire, mais aussi renforcer des stéréotypes si les données ne sont pas équilibrées. La participation des femmes à la conception des IA est donc essentielle pour éviter que les systèmes technologiques perpétuent ces stéréotypes

Sources :

- Etude menée par le Berkeley Haas Center for Equity, Gender, and Leadership The Economist, 2024. "Gender bias and AI adoption."
- Berkeley Haas Center for Equity, Gender, and Leadership, 2023. "AI and Gender Bias in Technology."
- ONU Femmes, 2024. "The importance of gender diversity in AI and technology."
- Carvajal, D., Franco, C., & Isaksson, S., 2024. "Gender dynamics in the use of AI among students."

Alors pourquoi les femmes utilisent-elles si peu l'IA ?

Selon les études, il y a plusieurs causes (que l'on retrouve d'ailleurs plus largement dans le monde du travail) :

- le manque de confiance en soi et un besoin de formation : la majorité des femmes qui n'utilisent pas l'IA disent avoir besoin de formation pour se sentir à l'aise avec cette technologie. Cela suggère un manque de confiance en leur capacité à utiliser l'IA, et l'idée que des compétences supplémentaires sont nécessaires pour y parvenir
- la réticence à contourner les règles : une autre étude (voir sources) a révélé que les étudiantes étaient moins enclines à utiliser ChatGPT, même pour des tâches scolaires. En approfondissant, les étudiantes performantes évitaient souvent d'utiliser l'IA pour respecter les normes académiques et se conformer aux attentes sans recourir à des "raccourcis". Cette attitude, ou « syndrome de la bonne élève », reflète une auto-imposition de règles visant à prouver leur compétence de manière conventionnelle, sans aide technologique



Femmes, formez vous ! L'IA ne sera pas forcément patriarcale ! Prenez en main votre futur professionnel !

- la perception de l'IA comme un domaine dominé par les hommes : l'IA est principalement développée et adoptée par des hommes, ce qui renforce l'idée qu'il s'agit d'un domaine « masculin », d'autant plus que les modèles et interfaces sont souvent conçus sans perspectives féminines, ce qui limite leur attractivité et leur accessibilité pour les femmes
- l'impact de l'éducation et des normes sociales : historiquement, les femmes sont sous-représentées dans les filières scientifiques. Le Forum économique mondial (2023) rapporte que les femmes représentent seulement 29 % des travailleurs STEM. Ce contexte global de sous-représentation affecte la familiarité et la confiance des femmes vis-à-vis des technologies émergentes comme l'IA.
- Le déficit de modèles féminins dans l'IA : les recherches montrent que les femmes se sentent souvent plus à l'aise et encouragées dans les environnements où elles voient des figures féminines réussir.

Sources :

- The Economist, 2024. "Gender gap in AI usage among women in the workplace."
- Forum économique mondial, 2023. "The Global Gender Gap Report."
- Étude de Daniel Carvajal, Catalina Franco, et Siri Isaksson, 2024.
- Rapport du Deloitte AI Institute "Women in AI",
- UNWomen.org

C'est pourquoi je milite pour que les femmes se forment et s'aperçoivent que ces outils sont finalement très faciles d'utilisation, et que j'essaie de prendre la parole sur le sujet aussi souvent que possible.

Femmes, formez vous !

L'IA ne sera pas forcément patriarcale ! Prenez en main votre futur professionnel !

Ton rendu si particulier est de l'IA pure ou passe-tu par de la post-prod ?

Il y a (beaucoup) de post prod. Peut-être est-ce dû à une déformation professionnelle liée à mon métier de photographe, mais j'ai besoin de montrer des images abouties. C'est impossible pour moi de montrer une image où les mains sont mal faites, où les gens dans le fond ont des têtes bizarres ou trois jambes et cinq bras. Alors parfois, c'est compliqué, ça prend du temps.

Après avoir généré mes images sur Midjourney, j'augmente la qualité sur Magnific AI, puis je retravaille sur photoshop (avec Firefly, l'outil IA d'Adobe). Certaines images m'ont ainsi demandé plus d'une semaine de travail ! En général un projet, c'est deux ou trois mois de travail (contrairement à l'idée reçue que l'IA, c'est rapide)

Comment te définis-tu ?

Je ne sais pas trop, je ne me suis pas posée la question.. AI artist peut-être ? Ou Artiste digitale ?

Où peut-on voir tes œuvres ?

Sur mon site : <https://www.alysthomas.com/>

Sur mon insta : <https://www.instagram.com/alys.thomas/>

Je suis exposée régulièrement, je mets les infos sur mon profil instagram

Le nombre d'heures maximum que tu as passé à prompter en une journée ?

24h je pense ahah

Tes 7 IA préférées ?

Midjourney et Stable Diffusion (loin devant)

Chat GPT

Firefly

Magnific.AI

Runway

Focus

Ton tips à offrir aux lecteurs de IALS ?

Lancez vous, soit avec Midjourney, soit avec Chat GPT, ou les deux. Faites des tests, simplement par curiosité. Il y a des formules gratuites, d'essai. Osez, juste pour rire.

Une actu à nous partager (ta prochaine conférence, masterclass...)?

Pour l'instant, c'est encore à l'état de projet, donc c'est confidentiel.





Simplicité visuelle

Floriane Bont

*Directrice Artistique et Responsable Studio IA chez Agence Nouvelle Vague
IA artist @floop.ai représentée par l'agence Detroit*

Ton parcours en quelques lignes ?

Je suis Floriane, directrice artistique à Nantes, connue sous le pseudo @floop.ai. Passionnée par l'art, le digital et le motion design depuis près de 10 ans, je suis touchée à tout car j'aime être stimulée. Depuis 2023, les IA génératives m'ont complètement captivée. Elles me permettent de concrétiser des idées visuelles que je n'avais jamais pu réaliser auparavant. Pour moi, l'IA, c'est comme une deuxième langue : il faut ajuster ses mots pour être compris. Mon style minimaliste et réaliste vise à transmettre une large gamme d'émotions avec peu d'éléments, créant ainsi des histoires visuelles.

La première fois que tu as touché une IA Gen ?

L'émotion que tu as ressentie si tu t'en souviens ?

La toute première fois c'était avec Dall-e, mi 2022. C'était impressionnant, ce n'était encore jamais arrivé de générer une

image qu'avec du texte. Notre cerveau avait du mal à concevoir comment l'outil fonctionnait. Les résultats étaient si aléatoires et de mauvaises qualités, que j'ai pris ça comme un nouvel outil pour s'amuser. On générait des hamsters avec des couteaux par exemple, des images fun, et impensable d'utilisation professionnellement.

Que ressens-tu aujourd'hui lorsque tu promptes ?

Aujourd'hui j'ai perdu cette lueur innocente à être super impressionnée du moindre résultat. Et je prompte totalement différemment. Le but au début était d'essayer de créer des images les plus réalistes possibles. Aujourd'hui mon but est de produire des images qui génèrent de l'émotion, et les plus proches de ce que je peux avoir en tête. Je suis devenue beaucoup plus exigeante aussi sur le rendu.



Si tu étais un style artistique (surréalisme, impressionnisme, minimalisme...), lequel choisirais-tu pour représenter ton travail ?

Minimaliste évidemment. J'aime la complexité derrière la simplicité. J'aime que l'on puisse se créer des histoires derrière un ou deux éléments. Laisser l'esprit vagabonder.

Si tu étais une forme géométrique, laquelle serais-tu ?

J'aime aussi beaucoup l'hexagone, qui symboliserait une sorte de rond mais avec des multiples facettes. Un rond moins « parfait », plus cabossé. Une forme que l'on pourrait emboîter avec d'autres. On dit que les abeilles forment des hexagones car il s'agissait de la forme qui permet de stocker la plus grande quantité de miel avec le moins de matière. Je trouve que cela recolle avec l'idée du minimalisme. Et pour finir, le 6 est mon chiffre favori.

Le thème de tes explorations IA ?

Les sentiments : l'amour, la haine, la colère, la honte, etc. Toutes les émotions que l'on refoule ou ressent ouvertement.

As-tu un message dans tes créations ? Si oui lequel ?

La vie est intense, il y a de bons comme de mauvais moments. Mais il ne faut pas désespérer et savoir que la roue tourne.

Comment te définis-tu ?

Toujours compliqué à répondre. Le terme ai artist est souvent utilisé, et pourtant je ne me considère pas comme une artiste. Plutôt une AI maker.

Où peut-on voir tes œuvres ?

J'ai un compte instagram que j'ai créé vers les débuts où je commençais à prompter, sous le nom de @flood.ai

Le nombre d'heures maximum que tu as passé à prompter en une journée ?

Au début, je ne m'arrêtais vraiment jamais, je pense qu'il a eu des journées où j'ai du prompter au moins 15 heures de suite.

Tes 7 IA préférées ?

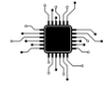
Midjourney, Ideogram, Adobe Firefly, Runway, Minimax, Leonardo, Elevenlabs. C'est vraiment pour en choisir 7, car j'en ai encore quelque-uns en plus que j'utilise régulièrement.

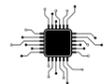
Ton tips à offrir aux lecteurs de IALS ?

N'hésitez pas à naviguer entre plusieurs IA, ne vous en contentez pas que d'une seule. Commencez sur l'une, et continuez sur l'autre. Et oubliez le regard et le jugement d'autrui, c'est ce qui nous freine à créer.

Une actu à nous partager ?

Vous pourrez me retrouver le 20 novembre aux côtés de Florent Michel, Eric Dufourd et Stéphane GOURET, pour parler de l'impact de l'intelligence artificielle sur le monde de la création. Une table ronde organisée par l'École de design Nantes Atlantique et l'APCOM.





Tree of joy



Mêler

rencontres et innovations

Morgane Soulier

*Gen AI expert & artist | Speaker | Executive board member EuroPIA
Auteur "Metaverse, comprendre le monde qui vient" aux Editions Grasset*

Peux-tu nous retracer ton parcours en quelques lignes...

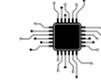
Ma vie est guidée par deux grandes passions : les rencontres et l'innovation. Je crois fermement à l'importance d'échanger avec des personnes venant de tous horizons, d'élargir ses perspectives et de confronter nos idées pour mieux comprendre le monde et se comprendre soi-même. Cette ouverture m'a permis d'explorer des environnements variés, comme au sein d'Orange, où j'ai lancé leur première page Facebook, et avec Netflix, en participant à leur entrée sur le marché français. J'ai pu voir de près comment la technologie transforme les industries.

Portée par mon intérêt pour l'innovation, j'ai ensuite créé une entreprise dans la santé connectée, inspirée par des

expériences personnelles et l'observation de besoins non comblés dans le système de soin. Mes expériences et rencontres m'ont ensuite orientée vers le conseil et la conférence, où j'accompagne les dirigeants et leurs équipes pour intégrer l'impact des nouvelles technologies dans leur stratégie.

Avec l'évolution constante du monde et de la technologie, j'ai découvert l'IA générative et son potentiel créatif. Depuis quelques mois, je me consacre à l'art en collaboration avec l'IA, explorant de nouvelles perspectives esthétiques. Cette démarche artistique a attiré l'attention de la galerie Agora à New York, qui représente désormais mon travail et m'ouvre des portes dans le monde de l'art contemporain.





Multi-preneure, tu fais des podcasts, tu es conférencière, tu collabores avec des Chef pour des ouvrages IA & cuisine, tu écris des livres et BD IA pour enfants et aujourd'hui tu es officiellement IA artist représentée par une galerie new-yorkaise, félicitations ! Quel est le domaine que tu préfères ?

En réalité, je n'ai pas de domaine préféré, car ce que j'aime avant tout, c'est cette liberté d'explorer plusieurs univers et de développer des compétences variées. Être multi-compétente me permet d'élargir mes horizons et de me nourrir d'expériences et de perspectives différentes. J'aime l'idée de ne pas m'enfermer dans une seule voie, mais de rester ouverte aux possibilités, que ce soit dans la technologie, l'art ou le conseil. Pour moi, c'est cette diversité qui enrichit ma vision du monde et qui me pousse constamment à me dépasser.

Comment as-tu pu faire autant de choses différentes en 2 ans, tu es augmentée par une IA ? assistée au moins ?

Ah, tu as percé mon secret ! Oui, je suis en fait « augmentée » par les IA génératives, qui m'aident à jongler avec toutes mes activités... Plus sérieusement, l'IA est un outil précieux qui me permet de gagner du temps, de structurer mes idées, et de pousser ma créativité encore plus loin. Alors oui, on peut dire que je suis assistée par un super assistant inspirant.

Peux-tu nous présenter et nous montrer ton travail artistique plus précisément ?

Mon travail artistique explore la frontière entre le réel et l'imaginaire, en collaboration avec l'intelligence artificielle. À travers mes œuvres, je cherche à créer des mondes oniriques où l'IA devient un outil pour sublimer mes idées et repousser les frontières de la création visuelle. Chaque image est le fruit d'une interaction entre moi et l'IA : je guide l'outil avec des instructions précises, et il me surprend souvent par ses propositions.

Pour vous donner un aperçu, tout comme mon profil et ma personnalité, mes œuvres jouent sur des styles artistiques divers, elles peuvent montrer la dualité entre la vulnérabilité humaine et la puissance de la technologie, avec des thèmes qui questionnent notre relation au monde ou qui invitent au rêve, à la réflexion, ...

Comme tout ce que je fais dans la vie, je refuse de m'enfermer dans un schéma dans un style, dans quelque chose de figé.

Quelles sont tes inspirations ? Si tu étais un style artistique (surréalisme, impressionnisme, minimalisme...), lequel choisirais-tu pour représenter ton travail ?

Réponse en images ! (ci-contre)

La première fois que tu as touché une IA Gen ?

ChatGPT j'imagine !

L'émotion que tu as ressentie si tu t'en souviens ?

Aucun doute, de la sidération. De même avec Midjourney quand j'ai commencé à lui demander de créer des illustrations de poules du jardin pour mes petits neveux. A l'époque, on était sur la version 4 qui m'impressionnait. Alors que la version 6.1 est celle qu'on utilise actuellement, je suis fascinée par l'évolution fulgurante de la qualité des résultats. Et pourtant à l'époque, je trouvais ça super... Que nous réserve la suite ??

Comment te définis-tu ?

Je ne me définis jamais, je ne me mets jamais dans une case. Juste quelqu'un qui vit avec ses envies, sa curiosité, ses émotions.

Où peut-on voir tes œuvres ?

Vous pouvez trouver quelques unes de mes créations sur mon site morganesoulier.com et sur mon Instagram [@morganesoulier](https://www.instagram.com/morganesoulier)
Je serai exposée au New York Affordable Art du 19 au 23 mars 2025, à l'Agora Gallery en 2025
Et prochainement sur Art-mine.com

Le nombre d'heures maximum que tu as passé à prompter en une journée ?

Olàlà, je préfère ne pas savoir !

Tes 7 IA préférées ?

Pour le texte, je n'utilise que ChatGPT, et pour les images, que Midjourney. Je trouve que les autres plateformes ne sont vraiment pas encore au niveau, et celles-là me conviennent personnellement très bien.

Je me suis confrontée aux IA génératives de vidéo telles que Luma ou Runway mais je n'y ai pas encore passé suffisamment de temps pour de bons résultats.

Pour la génération de présentation type Power Point, Gamma est assez bluffant.

Je veux tester Napkin pour les infographies mais je n'ai pas encore pris le temps.

Ton tips à offrir aux lecteurs de IALS ?

Essayez essayez essayez ! C'est fun, utile, indispensable pour comprendre le monde en pleine mutation.

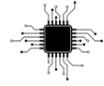
Une actu à nous partager (ta prochaine conférence, masterclass...)?

Je réponds à cette itw depuis le TGV pour Paris où je suis attendue pour une itw pour le JT de TF1 qui souhaite réaliser un reportage pédagogique sur le fonctionnement des IA Générative telles que chatGPT.

Merci Morgane, quelle énergie !



Floral escape



Solitude in silence vendue aux enchères pour soutenir une cause qui me tient à cœur : aider les blessés de guerre non combattants.



Catherine Aubin

Un an après...

Des milliers d'heures de travail, plus de 100 000 images réalisées de concert avec l'IA générative Midjourney ou Seelab, un million d'impressions sur LinkedIn, une belle communauté... et au bout du compte : 0 euro (ou presque).

À 54 ans, je devrais être au comble du bonheur. Ou pas.

30 ans d'expérience en communication, art et technologie, des milliers d'heures de travail, plus de 100 000 images réalisées de concert avec l'IA générative Midjourney ou Seelab, un million d'impressions sur LinkedIn, une belle communauté... et au bout du compte : 0 euro (ou presque).

Ce qui me reste ? Mon expertise en IA générative.

C'est sûr, je suis au top : du haut niveau, de la haute voltige, des récompenses mondiales, je viens d'en remporter une de plus pour un magazine IA.

Mais mon porte-monnaie est vide après 1 an à me reconstruire post-liquidation judiciaire sur une autre entreprise.

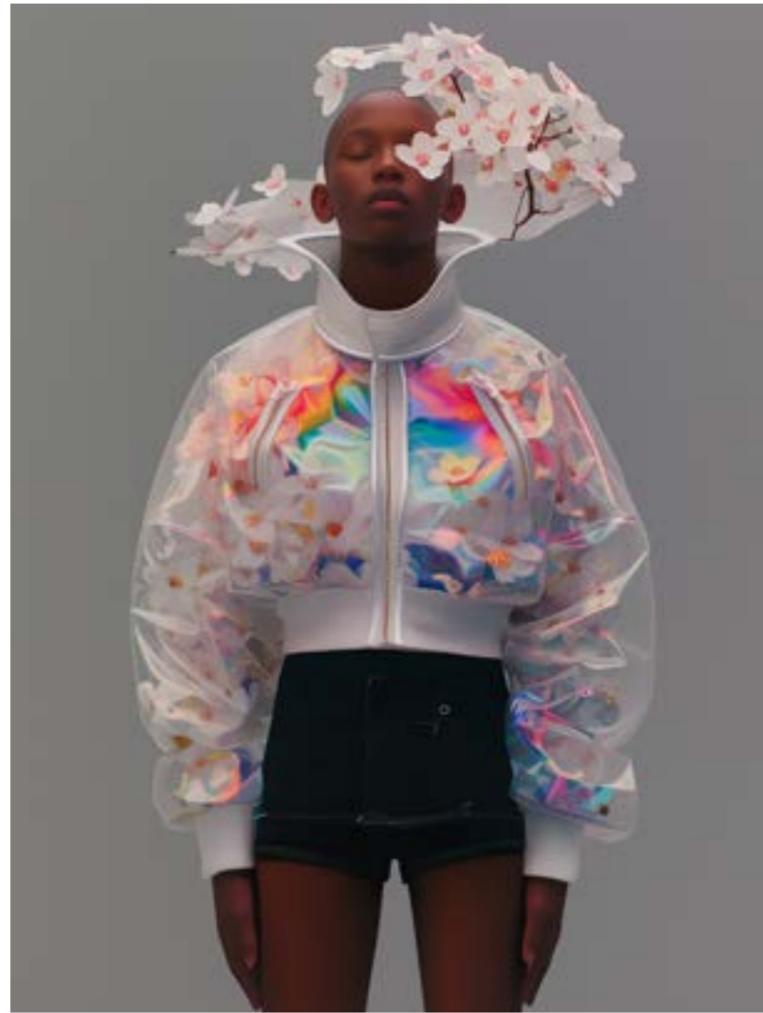
Aujourd'hui, deux options s'offrent à moi : prendre un travail de charcutière en supermarché ou partir dans des contrées lointaines pour me réinventer dans un pays qui a compris ce qu'était la technologie et l'IA.

Je ne rêve pas de millions (quoique, ça ne ferait pas de mal), je veux juste vivre de mes formations en IA et de mes créations en tant qu'artiste IA.

Tout le monde me répète depuis des mois que ça va marcher, que c'est génial ce que je propose (art IA, tutos en ligne, conférences, mentorat bénévole...).



World Fashion Metaverse Conference - Milan -
"Teal the End"



Challenge LGBTQIA+ Tokyo - "Cherry Blossom Bomber"

**Au bout du compte,
j'ai quelque chose à offrir.
Et je refuse d'abandonner
cette conviction.**

Mais le combo "plus de 50 ans + femme + communication + IA" ressemble plus à un ticket perdant qu'à un jackpot.

Pourtant, je reste convaincue que je fais partie des meilleures. Mais il semble que ça ne suffise pas. Expertise, passion... rien de tout ça ne convainc quand il faut passer à l'action.

Pourquoi cette expertise, cette passion, et ces heures de travail acharné ne suffisent-elles pas ? Est-ce parce que l'IA reste un domaine complexe, intimidant pour beaucoup, où il est difficile de faire comprendre sa valeur ? Est-ce parce que, à 54 ans, on n'attend plus de moi d'être une pionnière, mais plutôt d'être discrète ? Ou est-ce simplement que je n'ai pas encore trouvé la bonne clé, celle qui ouvrira les bonnes portes ?

Je n'ai pas la réponse aujourd'hui. Mais je garde l'espoir qu'il y a une logique dans tout cela. Peut-être que ces obstacles sont là pour me pousser à repenser mon approche, à m'interroger sur ce que je veux vraiment transmettre.

Car au fond, j'ai encore une étincelle. Cette envie de montrer que l'IA peut être autre chose qu'un gadget ou une peur diffuse. Qu'elle peut devenir un outil puissant pour créer, pour inspirer, pour réinventer. L'espoir, c'est que tout ce que j'ai construit ne disparaisse pas dans le vide. Que ma communauté, ma passion, et mon expertise trouvent enfin un écho. Et si ça ne se fait pas ici, alors peut-être ailleurs. Si ce n'est pas maintenant, alors bientôt (très bientôt).

Parce qu'au bout du compte, j'ai quelque chose à offrir. Et je refuse d'abandonner cette conviction.



Cas Business

CHEFFE DE MEUTE | Marie Robin

SHOW TIME | Ai Sisters

LUCIE DHORNE | Innovation Pédagogique

SWEET SHOW | Anne Bluteau

YOUTUBEUSE | Justine Morin





Cheffe de meute

Marie Robin, fraîchement installée en californie nous partage sa vision de l'intégration de l'IA Gen en entreprise.

Bonjour Marie, Une présentation en quelques lignes...
Marie Robin, consultante en marketing innovant - j'ai 2 combats dans la vie : soutenir les freelances dans leur indépendance et casser les silos entre tech et marketing !
J'ai commencé ma carrière par le digital et les communautés en ligne. Je suis fascinée de voir comment la technologie transforme la façon dont on peut faire du business, et les opportunités qu'elle amène à ceux qui savent les saisir.

Tu as pivoté vers des sujets plus tech avec la blockchain en 2021, et « tu "mintais" des NFT en allaitant ta fille » Peux-tu traduire cette phrase pour nos lecteurs (rires)...
"Minter" veut dire "collecter", les NFT ce sont des versions digitales des timbres / œuvres d'art et objets de collection physiques qui réunis-

FLEET COLLECTIVE Marie Robin

sent des passionnés depuis des siècles... De la même façon que le merch permet aux marques de récompenser leurs plus grands fans en event, il y a des tonnes de façons d'en tirer parti pour bâtir des relations dans le temps avec ses plus grands fans à travers le monde - sans forcément aller sur le terrain glissant de la spéculation. Voyant des marques s'engouffrer un peu trop vite dans un espace nouveau avec les risques que cela comportait pour leur réputation (voir Lacoste et ses NFTs), j'ai voulu endosser le rôle de "traductrice" / partenaire de confiance pour choisir les bonnes personnes pour se faire accompagner.

De la même manière que tu as exploré le Web 3, tu as défriché l'IA Générative, les LLM pour devenir la partenaire des départements marketing sur l'intégration de l'IA Gen en interne. C'est-à-dire...
Oui, tout comme la blockchain l'IA générative étant une technologie émergente méconnue de clients

"non tech", comment recruter les bonnes personnes sans connaissance précise des compétences et outils à maîtriser, sans historique large et parfois sans projets significatifs pour jauger un candidat ? J'ai naturellement intégré de nouveaux talents au collectif que j'avais lancé en 2022 pour pouvoir aider mes clients sur ces sujets, sur lesquels ils m'ont interrogée en voyant que je m'y intéressais.

J'ai de suite vu l'IA générative comme une opportunité pour les freelances qui n'ont que 8h par jour à "rentabiliser" mais aussi pour les départements marketing souhaitant tirer le meilleur parti de ressources internes limitées et de budgets pas toujours extensibles.

Aujourd'hui à la tête d'un collectif de plus de 1000 freelances (Fleet collective), de 1000 talents comme tu dis... Tu sais connecter les bonnes personnes, sur le bon projet, au bon moment... Le ou les bons freelances.
Tout à fait, soit je place une personne en fonction de ses appétences,



expériences passées, de ses complémentarités avec l'équipe en place, de ses outils de prédilection, soit je constitue une équipe pour éviter à mes clients de passer 6 mois à chercher un mouton à 5 pattes sans faire avancer leur projet. Les technologies émergentes amènent une sur-segmentation des métiers par spécialités et outils - il faut suivre : c'est la que je valorise le temps que je passe à connaître chacun de mes freelances, dans leur technicité et leur savoir être !

Quels sont tes domaines d'actions ? Concrètement, un cas d'usage ?

Je place un freelance ou une équipe de freelance pour des briefs bien définis qui me sont adressés, quand le brief a besoin d'être précisé je travaille avec le client et un freelance senior à mieux baliser le champs d'intervention...
Et j'ai aussi une offre qui s'adresse spécifiquement aux publics non tech qui perçoivent le potentiel de l'IA générative mais ne savent pas forcément par quel bout prendre le sujet - ou avec qui. J'appelle ça

mon offre de "Talent as a service" qui mêle conseil, formation IA et coachings individuels sur 3 mois pour rendre les équipes marketing de mes clients autonomes dans l'acquisition durable de nouveaux outils et workflows au service de leur productivité. Ce pour éviter l'effet du "coup d'épée dans l'eau" qui peut coûter cher quand un workshop IA ne s'inscrit pas dans une stratégie spécifique, et quand il n'y a pas de suivi prévu. Pour plus d'infos : fleetforward.tech !

Tu es un peu la Chef d'orchestre ?

Oui je crois que c'est la façon la plus chouette de décrire ce que je fais pour mes clients.

Tes 3 IA Gen chouchous du moment ?

ChatGPT, le real time voice inaugure des cas d'usage hyper intéressants avec la voix, la mémoire est super utile et le modèle O1 très performant sur de la réflexion. J'aime lui faire analyser certains documents et transcrire de conversations à ma place, et l'intégrer dans des automatisations Make.

Midjourney avec son outil d'édition et ses sref, un kiff pour la marketeuse frustrée que j'ai été durant des années sans la possibilité d'illustrer mes idées en autonomie !

Et même si je l'utilise moins souvent depuis les updates ChatGPT, Claude avec ses artefacts et agents autonomes inaugure des perspectives incroyables pour des profils non tech comme moi. Je suis frustrée de ne pas avoir les notions de code qu'il me faudrait pour en tirer le meilleur parti à ce stade ! J'aurais pu citer Flux parce que j'adore qu'un outil open source offre des performances comparables au leader de la génération d'images, et que je m'amuse à créer des photos de moi dans des situations pas possibles avec les LoRas, pratique quand on n'a pas le bon shoot pour illustrer une scène ou une idée.



SHOW TIME

Elles sont deux, elles sont sœurs et ici, c'est le Show ! Chaque détail est pensé, l'offre est carrée et l'équipe toute de rose habillée...

AI SISTERS Emma & Chloé Pariente

- Est-ce que vous pouvez faire une formation pour 130 personnes dans 15 jours ?

- D'accord !

Alors ça a commencé comme ça AI sisters ?

Exactement, haha ! Cela faisait plusieurs mois que ma sœur et moi avions cette idée en tête : créer une entreprise pour accompagner les entreprises françaises dans leur transition vers l'intelligence artificielle générative. Mais, pris par d'autres projets, nous n'avions pas encore franchi le cap. Pourtant, nous étions deux passionnées, constamment en train de tester des outils et de partager nos découvertes, notamment sur les réseaux sociaux. Cela nous frustrait que les entreprises n'aient pas accès à ce savoir et aux opportunités incroyables qu'offre l'IA. Chaque fois qu'on découvrait un nouveau use case, on s'appelait pour se le partager. Et puis, un jour, tout s'est accéléré. Lors d'un mariage, je discute de cette envie avec un dirigeant célèbre d'entreprise, celui de Molotov TV. Quelques mois plus tard, il me rappelle : « Hello Emma, vous faites toujours des formations IA ? On a 130 personnes à former dans deux semaines. Vous êtes disponibles ? » On a dit oui sans hésiter ! En quelques jours, on a créé un nom,

un logo, et l'aventure était lancée. Pendant deux semaines, on a travaillé jour et nuit pour développer du contenu de formation sur deux jours. Et pour le nom, on est sœurs, on aime l'IA, sans réfléchir, AI Sisters était une évidence.

La bio des sisters en quelques lignes... Nous avons des profils très différents mais parfaitement complémentaires. Ma sœur Chloé est ingénieure en Machine Learning et Data Scientist. Elle a fait une prépa à Louis-le-Grand, intégré Centrale Paris, puis poursuivi avec un master en IA au MIT. Elle a un vrai profil technique et scientifique, avec une expertise pointue en IA.

De mon côté, j'ai un profil plus orienté business. Après une classe préparatoire, j'ai intégré l'ESCP, avant de travailler dans la finance d'entreprise et plus particulièrement en Private Equity. Mais ma passion pour les nouvelles technologies m'a amenée à créer ma première agence digitale après ma courte carrière en finance.

Depuis presque un an, nous travaillons à plein temps sur AI Sisters, un projet qui nous tient à cœur et qui combine nos forces : la rigueur scientifique de Chloé et mon approche stratégique,

avec une même ambition de démocratiser l'IA dans les entreprises.

AI sisters, c'est un show ? C'est-à-dire ?

Oui, c'est un show, et même un « show d'IA ». Dès le début d'AI Sisters, notre ambition était de casser les codes de la formation classique. On voulait proposer une expérience ludique, interactive, et engageante, tout en restant centrée sur des démonstrations concrètes et des cas d'usage personnalisés aux métiers des participants.

L'un des objectifs majeurs de nos shows, c'est de multiplier les démonstrations en direct. On présente un maximum de cas d'usage différents pour que chaque participant puisse s'identifier et, surtout, repartir avec des idées applicables immédiatement dans son quotidien. Ces démonstrations permettent aux collaborateurs de voir comment l'IA peut transformer leur manière de travailler : écrire des emails, faire des résumés de longs documents, créer des posts sur les réseaux sociaux, créer des visuels etc... Au-delà de l'effet « wow », on leur permet de comprendre comment l'IA peut leur faire gagner en efficacité. On leur transmet notre vision de l'IA, comme une « sœur numérique », un





allié capable de les accompagner et de les assister dans toutes leurs tâches quotidiennes.

Lors de notre première intervention, on a vu que les collaborateurs, au-delà d'apprendre, passaient un excellent moment : ils riaient, posaient des questions, participaient activement. C'est là qu'on a décidé d'en faire un vrai show. On prépare chaque intervention en mettant en scène des cas spécifiques à l'entreprise, avec des interactions directes, des vidéos et des montages.

Depuis le début de l'année, nous avons donné plus de 70 shows et formé plus de 8 000 collaborateurs. Ce format, très apprécié en séminaire, combine apprentissage et motivation tout en créant une impulsion collective autour de l'IA. L'idée est vraiment d'embarquer tous les collaborateurs avec nous dans ce voyage vers l'intelligence artificielle, ceux qui ont assisté à nos shows pourront en témoigner.

Des shows, des ateliers métiers, du développement d'outils.

Il y a donc un lab et des formations, c'est bien ça ?

Oui, exactement ! L'idée, c'est que nous n'offrons pas uniquement des formations classiques. Chez AI Sisters,

la formation est la première étape d'un accompagnement complet et structuré.

Après nos shows, nous proposons des ateliers métiers, qui sont des sessions hands-on beaucoup plus spécifiques, adaptées au métier des participants. Ces ateliers, organisés en petits groupes, permettent de travailler sur des exercices personnalisés conçus pour répondre aux besoins précis des collaborateurs. L'objectif est de tester concrètement les outils et cas d'usage identifiés, afin que chaque participant reparte avec des compétences directement applicables à son quotidien. Ces ateliers vont bien plus en profondeur que les shows, en se concentrant sur les spécificités du métier de chacun.

Ensuite, nous passons au développement d'outils sur mesure. Nous avons un lab interne composé de dix ingénieurs spécialisés, issus des meilleures écoles françaises comme Polytechnique et Centrale, mais aussi du MIT. Chloé dirige cette partie et, grâce à son réseau, teste en permanence les derniers modèles et innovations. Nous avons vu tellement de cas d'usage depuis le début de l'année que nous identifions rapidement les besoins et les tâches à automatiser.



Mettre en place de l'IA dans une entreprise est un vrai chantier à long terme. C'est pourquoi nous travaillons sur trois axes : formation et ateliers pratiques, conseil et développement d'outils, pour accompagner nos clients sur le long terme.

Les perspectives d'avenir chez AI sisters ?

On a pas mal de projets pour l'avenir, et je pense que 2025 va être une année clé pour l'entreprise. L'un de nos objectifs prioritaires, c'est de nous développer à l'international : former encore plus de collaborateurs, accompagner davantage d'entreprises, et partager notre expertise au-delà des frontières françaises.

On veut également renforcer notre offre de conseil et de développement d'outils. Cela passe par un accompagnement encore plus complet pour nos clients : les former, les conseiller et leur fournir des solutions sur mesure adaptées à leurs besoins. Nous réfléchissons aussi au développement de solutions SASS, pour répondre de façon efficace et répliquable aux besoins identifiés dans plusieurs entreprises. Et bien sûr, nous voulons continuer à innover dans nos formations, en imaginant de nouvelles approches pour renforcer les compétences. L'objectif est de surprendre, de rendre l'IA accessible et engageante, et de faire de chaque session une expérience marquante.

Nous tenons également à préserver les excellentes relations que nous avons construites avec les grands groupes, tout en poursuivant notre développement. Ce qui nous motive, c'est d'élargir notre impact, de proposer des solutions toujours plus pertinentes, et d'accompagner nos clients sur le long terme dans leur transition vers l'intelligence artificielle.



Des T-shirts roses pour l'équipe, c'est un message ?

Oui, absolument ! L'idée vient de ma sœur Chloé, qui m'avait dit dès le début : « Si je monte une boîte tech, je veux qu'elle ne ressemble pas du tout à une boîte tech. Je veux qu'elle soit fun, sympa, avec une identité forte dont tout le monde se souviendra. » Le choix du rose s'est imposé naturellement, et nous avons décidé de l'assumer pleinement.

Très vite, lors de nos premières formations aux États-Unis, nous avons eu l'idée d'arriver au show en t-shirts roses. Depuis, c'est devenu une sorte de marque de fabrique. Nous en avons imprimé des dizaines pour nos formateurs, et ils les portent systématiquement lors des formations. Cela crée une identité visuelle forte et apporte une touche de légèreté dans un secteur souvent perçu comme très

masculin.

Récemment, une cliente nous a même confié : « Maintenant, j'associe l'IA au rose. » C'est exactement ce qu'on voulait : casser les codes et rendre l'IA plus accessible, plus humaine. Quand nos formateurs arrivent en t-shirts roses, cela détend immédiatement l'atmosphère. Les collaborateurs savent qu'ils vont vivre une expérience ludique, tout en apprenant énormément.

Le t-shirt rose, c'est finalement bien plus qu'un vêtement. C'est un symbole de notre approche : transmettre des connaissances de manière accessible, fun et engageante, tout en restant professionnels et pertinents.

L'IA au féminin, c'est un sujet ou pas du tout ?

C'est vrai que nous ne sommes pas nombreuses dans ce secteur,

et je pense que c'est important de montrer que, dans un domaine tech souvent très masculin, les femmes ont parfaitement leur place. L'IA n'est pas réservée aux hommes, et les femmes peuvent y apporter une perspective différente et tout aussi pertinente, surtout dans la formation et le conseil. Nous avons décidé d'assumer pleinement cette touche de féminité dans notre entreprise. C'est quelque chose qui marque, qui fait qu'on se rappelle de nous.

En tant que co-fondatrices et dirigeantes d'une société dans l'intelligence artificielle, nous portons ce message : les femmes ont toute leur place dans l'IA et nous souhaitons inspirer d'autres femmes à rejoindre ce secteur qui nous passionne !

Merci Emma, merci Chloé.



Au-delà des normes
La technopédagogie contre la pensée magique
Auteure | Conférencière | Formatrice
3 prix d'innovation pédagogique

Lucie Dhorne

Innovation pédagogique mais pas que...

« Au départ, je voulais être professeure des écoles ». C'est comme ça que tout commence ?

En effet, tout a commencé lorsque, pour financer mes études, je travaillais dans l'accompagnement à la scolarité en zone d'éducation prioritaire. J'aidais des jeunes de quartier à faire leurs devoirs et j'ai été confrontée à de nombreuses situations d'échec

seure des écoles et je suis allée à l'IUFM en licence, où j'ai effectué mes stages en maternelle et en primaire. J'adorais créer des scénarios pédagogiques, inventer des histoires et des univers pour faciliter l'ancrage et la mémorisation chez les enfants. Je mettais énormément d'énergie à rendre chaque cours unique et engageant. Cependant, on m'a rapidement fait comprendre que le programme était trop chargé pour permettre autant de créativité dans chaque leçon. Il y avait une pression pour couvrir un vaste programme dans un temps limité, ce qui laissait peu de place à l'innovation pédagogique. J'ai alors pris conscience qu'il serait difficile pour moi d'avoir un réel impact dans l'enseignement traditionnel en raison de ces contraintes. J'ai donc décidé de poursuivre mes études pour me tourner vers la formation continue, où je pourrais déployer pleinement ma créativité et mon approche pédagogique.

Tu as eu une expérience significative avec un groupe de jeunes que tu as suivi en ZEP... Peux-tu me raconter ce moment marquant ?

Cette expérience a été l'un des moments les plus marquants de ma vie. En travaillant en zone d'éducation prioritaire, j'ai été confrontée à l'injustice, à l'inégalité et à la stigmatisation dont souffraient les jeunes de



quartier, souvent considérés comme de la "mauvaise graine". J'ai réalisé que leurs difficultés n'étaient pas liées à un manque de compétences ou de capacités, mais plutôt à des problèmes de perception et de contexte. Pour remédier à cela, j'ai décidé de poursuivre mes études avec un mémoire de recherche axé sur l'impact de la sociabilité sur les résultats scolaires. J'ai travaillé en collaboration avec la Caisse d'Allocations Familiales (CAF), qui gérait l'accompagnement à la scolarité, pour mettre en place des initiatives visant à améliorer le savoir-être des élèves. J'ai participé à tous les conseils de classe, non pas pour défendre l'indéfendable, mais pour soutenir ceux qui méritaient d'être valorisés. J'ai utilisé des techniques de renforcement positif pour encourager les



Passionnée par l'apprentissage, j'ai voulu partager cette passion en innovant dans les approches pédagogiques.

jeunes à participer en classe, à passer au tableau et à prendre confiance en eux. Mon objectif était de changer la perception qu'ils avaient d'eux-mêmes et celle que les enseignants avaient d'eux. Voir ces jeunes reprendre confiance, améliorer leurs notes et transformer le regard des pédagogues à leur égard a été extrêmement gratifiant. Cette expérience m'a passionnée et m'a confirmé dans mon désir de me consacrer à l'éducation et à la formation.

Tu es passée par de grands groupes, deux Masters et trois prix d'innovation pédagogique plus loin, tu deviens indépendante ? Qu'est-ce qui t'a menée à ce choix ?

J'ai toujours eu l'ambition de déployer des projets d'envergure et d'avoir un impact significatif. Après mon expérience dans l'accompagnement à la scolarité, où j'avais un impact sur une dizaine de jeunes suivis pendant

des années, j'ai voulu toucher un public plus large. En tant qu'ingénieure pédagogique, j'ai commencé à travailler à l'ère des MOOCs, qui permettaient de diffuser des formations à des milliers de personnes à travers le monde. Par exemple, j'ai participé au premier MOOC sur l'industrie pétrolière, ouvrant les contenus d'écoles d'ingénieurs à des popu-

lations qui n'y avaient pas accès, notamment en Afrique. Cette expérience a renforcé mon intérêt pour la conduite du changement et l'engagement des individus dans un apprentissage tout au long de la vie. Passionnée par l'apprentissage, j'ai voulu partager cette passion en innovant dans les approches pédagogiques. Travailler dans de grandes





Mon objectif est de les emmener là où ils n'auraient jamais imaginé aller, en rendant chaque moment d'apprentissage intense et mémorable.

entreprises m'a offert de belles opportunités, notamment grâce aux budgets permettant de déployer des dispositifs innovants. J'ai pu être disruptive, réinventer les codes et proposer des approches inédites, ce qui m'a valu trois prix d'innovation pédagogique.

Après plusieurs années, j'ai ressenti le besoin de sortir des structures rigides des grandes entreprises pour gagner en flexibilité et en liberté créative. Devenir indépendante m'a permis de travailler avec une variété de clients, d'apporter de l'innovation pédagogique sans contrainte et d'avoir un impact encore plus fort. Mon objectif était de prendre du recul, d'adopter une vision globale et de contribuer significativement à la transformation du monde de la formation.

Quel est ton positionnement aujourd'hui ?

Aujourd'hui, en tant qu'indépendante, mon objectif est de vulgariser et de démystifier des sujets complexes, notamment liés à l'intelligence artificielle, pour les rendre accessibles au plus grand nombre. Je développe des outils pratiques comme le plan promptable, un guide accessible vendu à moins de 10 euros en librairie, qui vise à rendre les concepts actionnables et compréhensibles pour tous.

Ma vision est d'offrir une flexibilité et une agilité que les structures traditionnelles ne permettent pas toujours. Je souhaite prendre du recul sur les bouleversements actuels, notamment l'impact de l'IA sur notre

monde, et proposer des approches pédagogiques innovantes. En travaillant avec une diversité de clients issus de secteurs variés, j'enrichis constamment ma compréhension des défis actuels et j'adapte mes méthodes en conséquence.

Ma stratégie repose sur la diffusion globale des connaissances. Je me rends compte que le grand public a un réel besoin de comprendre et de maîtriser ces nouvelles technologies. Je réfléchis donc à des moyens de rayonner plus largement, au-delà

Ma vision est d'offrir une flexibilité et une agilité que les structures traditionnelles ne permettent pas toujours.

du B2B, pour toucher directement les particuliers. Mon ambition est de permettre à chacun de réaliser qu'il peut accomplir beaucoup, que tout est accessible avec les bonnes méthodologies et les bons outils. Je souhaite contribuer à créer un monde où l'apprentissage continu est valorisé et où chacun est acteur de sa propre formation.

Comment abordes-tu la formation ?

Pour moi, la formation n'est pas un processus descendant où l'on nourrit les apprenants en leur apportant du poisson, mais plutôt une facilitation qui leur apprend à pêcher par eux-mêmes. J'accorde une grande importance à la communication avec mon public : comprendre leur niveau de départ, leurs attentes et créer un environnement propice à l'échange. Je suis exigeante et j'attends beaucoup de mes apprenants. Je les encourage à se dépasser, à sortir de leur zone de confort. Je sais que cela peut être difficile, parfois même un électrochoc (rires), mais c'est indispensable pour qu'ils réalisent leur plein potentiel. Mon objectif est de les emmener là où ils n'auraient jamais imaginé aller, en rendant chaque moment d'apprentissage intense et mémorable.

Je crois qu'une formation doit comporter des hauts et des bas, des moments de doute et de remise en question. C'est en confrontant ses certitudes que l'on avance. Si l'on se croit déjà au sommet de la connaissance, comme le décrit le syndrome de Dunning-Kruger, on ne progresse plus. J'encourage donc mes apprenants à accepter la difficulté, à faire confiance au processus et à leur formateur, pour tirer le meilleur d'eux-mêmes.

Mon propre parcours en est un exemple. Après plus de cinq ans dans les sciences humaines, j'ai entrepris un Master en mathématiques et informatique. Cela a été un véritable

électrochoc, un défi exigeant qui m'a demandé beaucoup d'efforts. Mais en croyant au processus et en faisant confiance à mes pédagogues, j'ai pu atteindre un niveau que je n'aurais jamais imaginé. C'est cette expérience que je souhaite transmettre : avec engagement et persévérance, on peut aller bien au-delà de ce que l'on pensait possible.

Tu as écrit des ouvrages et édité des jeux pédagogiques qui te servent de support à la formation. Peux-tu nous en parler ?

Oui, j'ai publié deux livres et créé deux outils didactiques qui les accompagnent.

- "Je maîtrise l'IA pour la formation", sorti en janvier 2024, est un guide pragmatique qui aborde de nombreuses intelligences artificielles et propose des méthodologies transversales applicables à toutes. Il ne se concentre pas sur une IA en particulier, mais offre une prise de recul avec des prompts concrets que j'utilise moi-même. Ce livre a rencontré un vif succès, avec 1 600 exemplaires vendus en moins de six mois, au point d'être en rupture de stock.

En accompagnement de ce livre, j'ai créé un ****outil de cartes**** pour apprendre à prompter en images. Proposer des images avec l'IA nécessite une certaine méthodologie, un vocabulaire spécifique et un ordre précis. Cet outil permet aux utilisateurs de se familiariser avec ces techniques de manière ludique.

- "Je maîtrise les IA textuelles pour la formation", sorti en octobre 2024, va plus en profondeur en abordant des techniques avancées de prompt engineering et présente mon framework CADREZ. Ce livre se focalise sur les IA textuelles et offre des méthodes applicables à toutes les IA de ce type.

Ces livres et outils sont nés d'un besoin personnel. Je me suis demandé ce qui me manquait, ce que j'aurais aimé trouver, et j'ai cherché à le proposer aux autres.

Pour accompagner ce second livre, j'ai développé un outil appelé le plan promptable, qui déploie la méthode CADREZ à travers tous les métiers d'une entreprise. C'est un petit guide accessible, vendu à moins de 10 euros en librairie, qui vise à vulgariser, démystifier et rendre les concepts actionnables. En suivant cette méthodologie, on peut, en une ou deux itérations, créer un prompt très fonctionnel.

Ces livres et outils sont nés d'un besoin personnel. Je me suis demandé ce qui me manquait, ce que j'aurais aimé trouver, et j'ai cherché à le proposer aux autres. Mon approche est toujours de rendre les concepts accessibles et pratiques, pour permettre aux professionnels de s'approprier ces technologies de manière efficace.

Tu as monté une enseigne de recyclerie « à côté ». Ton parcours de vie professionnelle est aussi en « remix mode ». Tous tes univers sont poreux et se nourrissent les uns des autres... Peux-tu expliquer cette dynamique ?



En réalité, je n'ai pas monté une recyclerie, mais une marque d'artisanat d'art recyclé. Cette initiative reflète mon amour pour la création et mon engagement en faveur de la durabilité. C'est une manière d'exprimer ma créativité tout en sensibilisant aux enjeux environnementaux. Tout comme en formation, j'aime explorer des approches originales et impactantes. Mes différents projets, qu'ils soient pédagogiques ou artistiques, se nourrissent mutuellement. La porosité entre mes univers me permet de rester



inspirée et d'innover constamment, en appliquant des concepts d'un domaine à un autre. Cette dynamique en « remix mode » est essentielle pour moi, car elle me permet d'apporter de la valeur en mélangeant des connaissances et des idées pour créer quelque chose de nouveau.

Aujourd'hui, tu as une expo Azulejos qui tourne, ce sont des créations assistées par IA de carreaux. Peux-tu nous en parler ?

Avec l'exposition Azulejos, j'ai voulu mettre en avant l'importance de la créativité à l'ère de l'intelligence artificielle. La créativité est au cœur de mon travail et c'est ce qui m'a permis de me distinguer dans mon domaine. L'exposition explore la « remix culture », en présentant des carreaux de céramique générés par IA, inspirés de personnalités qui ont marqué l'histoire en réinventant des idées existantes ou en mélangeant des connaissances pour créer de nouvelles perspectives.

Chaque carreau inclut une facette de la personnalité que je présente, et l'ensemble invite à réfléchir sur la manière dont l'innovation naît souvent de la combinaison et de la réinterprétation d'idées préexistantes. L'objet en lui-même, l'Azulejo, est un exemple de remix, et l'exposition est



une sorte d'inception sur ce thème. Mon objectif était de montrer que la créativité humaine reste centrale, même avec l'émergence de l'IA, et qu'elle est le moteur essentiel de l'innovation et de l'impact.

Ces carreaux sont fonctionnels ? Je peux carreler un mur de salle de bain avec ?

(Rires) Oui, ces carreaux sont fonctionnels et pourraient être utilisés pour carreler une salle de bain. Cependant, ce n'est pas mon objectif de les commercialiser ou de les produire en masse. L'exposition est avant tout un projet artistique et de communication, destiné à susciter la réflexion plutôt qu'à lancer une nouvelle activité commerciale.

Pour la petite histoire, je crée également des assiettes dans mon activité d'artisanat d'art. Un jour, un office du tourisme m'a contactée, enthousiasmé par mes assiettes, et m'a demandé si je pouvais en produire 1 500 pièces. C'est là que mes limites apparaissent : je suis une personne seule, impliquée dans de nombreux projets, que ce soit dans l'art, la musique ou la formation. Je ne peux pas me consacrer à la production industrielle. Ma vocation est plutôt l'expérimentation et l'innovation que l'industrialisation.

Ton univers est incroyable. Qu'est-ce qui t'inspire au quotidien pour créer tout cela ?

(Rires) Oui, ces carreaux sont ce qui m'inspire profondément, c'est l'intelligence humaine et le génie créatif. Je suis fascinée par les personnes qui pensent « out of the box » et qui osent faire des pas de côté pour innover. Je m'intéresse à de nombreux domaines : l'artisanat, la science, la danse, la vulgarisation scientifique. J'adore observer ces personnes qui réussissent à combiner des connaissances pour créer quelque chose de nouveau.

L'intelligence artificielle, bien qu'impressionnante, ne peut pas penser de manière véritablement créative comme le fait l'humain. Elle génère des probabilités basées sur des données existantes. Ce qui m'inquiète davantage, c'est la stagnation et le fait de se reposer sur ses acquis. C'est pourquoi je me challenge constamment, en explorant de nouveaux projets, en me lançant des défis dans des domaines comme le stand-up ou la musique.

Cette soif de nouveauté me pousse à transmettre, à travers mes projets, l'importance de dépasser les évidences et d'oser s'aventurer dans l'inconnu. Je crois que nous devrions tous être capables de penser de manière créative dans nos spécialités. C'est cette dynamique qui me stimule et qui me permet de continuer à innover et à inspirer les autres.





Participer au changement

*Structurer, organiser, accompagner, décupler...
Anne et son équipe organise le changement dans vos process.*

SWEET SHOW Anne Bluteau

Pourriez-vous nous décrire votre parcours en quelques mots ?

Mon parcours est centré sur les transformations et les transitions, que j'accompagne depuis plus d'une 20^{aine} d'années, que ce soit en conseil ou directement au sein de l'industrie. Ce qui m'a toujours passionnée, c'est la conduite du changement, surtout lorsque les nouvelles technologies redéfinissent des modèles ancrés. J'ai vécu cela en créant une dizaine de sites de vente en ligne, en B2C et en B2B. Mon immersion dans les stratégies de distribution et d'offres de marques comme Eram, Mellow Yellow, Gémo, Faguo, etc a profondément marqué ma vision de ces transformations sur des modèles centenaires : des produits, du stock, des boutiques, des clients. confrontés à des modèles de ventes et de relations omnicanales. Une révolution.

Comment cette vision se concrétise-t-elle aujourd'hui ?

Aujourd'hui, je poursuis cet engagement à travers 2 grandes activités. D'une part, la conception et la commercialisation de Sweet Show, une plateforme SaaS que nous avons lancée en 2020. Elle est conçue pour générer des signaux d'achat en s'appuyant sur la consommation de contenus marketing et commerciaux, et ce, tout au long du cycle de vente, jusqu'au closing. D'autre part, sur toute la réflexion amont de structuration des offres, aussi bien sous un angle marketing que commercial. Dans ce contexte, nous avons intégré l'IA rapidement pour améliorer la productivité et augmenter le niveau de qualité des contenus réalisés par les équipes opérationnelles chez nos clients. Et l'apprentissage de ces différentes

Je vois l'IA
comme ça :
"Un lifestyle
effortless".

activités, c'est que la culture du changement est cruciale puisque c'est à la fois ce qui peut accélérer ou pénaliser les transformations.

Quel a été votre premier contact avec l'intelligence artificielle ?

Mon premier projet IA remonte à 2017, dans le cadre du développement d'un produit connecté capable de détecter les chutes. Ce produit était destiné aux travailleurs en B2B et aux seniors en fragilité, en B2C. Cette innovation de rupture a reçu un prix d'innovation au CES de Las Vegas en 2019, un Tech for Good Award. Après ça, j'ai mis l'IA de côté de 2020 à 2023, jusqu'à l'arrivée de l'IA générative, qui a explosé fin 2022 avec des



“Appel d'offre et IA :
le nouvel allié stratégique pour gagner”

outils comme ChatGPT. Que ce soit sur l'IA ou l'innovation, je suis orientée "création de valeur", en restant toujours centré sur le client et en cherchant à rendre chaque action la plus efficace possible. Je me souviens de mes premières conférences sur les nouveaux modes de travail : on y parlait déjà de nouvelles générations qui gèrent leur vie du bout des doigts grâce à leur smartphone, avec un mode "effortless". Et ce n'est pas un courant qui parle uniquement des pratiques personnelles, mais bien de toutes les activités entre travail, famille, loisirs et amis, dans une quête de simplicité. Et bien, je vois l'IA comme ça : "Un lifestyle effortless".

C'est ce qui m'a poussée à développer une nouvelle offre, baptisée Newmorrow, qui capitalise sur l'IA pour aider les équipes à éliminer les tâches chronophages, sans valeur ajoutée et surtout à requestionner les process, les priorités, les délégations.

Pouvez-vous partager un exemple concret d'utilisation de l'IA ?

Bien sûr. J'ai toujours eu un pied entre le marketing et les ventes. J'ai d'ailleurs beaucoup travaillé sur les nouveaux business models, les outils marketing et commerciaux, les parcours de vente, ou d'achat selon le point de vue que l'on prend. Un exemple particulièrement efficace est l'intégration de l'IA générative pour

répondre aux appels d'offres. Grâce à elle, les équipes peuvent optimiser leur temps et leur créativité, en se concentrant sur des réponses qui font la différence. ▶

**Encore faut-il avoir
une connaissance
pointue de la
génération de
prompts pour
maximiser la qualité
des résultats et éviter
les hallucinations**



L'IA se limite-t-elle donc à la génération de texte pour répondre ? Absolument pas !

En quoi l'IA est-elle particulièrement bien adaptée pour les appels d'offres ?

L'IA décuple les forces dans les phases d'analyse, de préparation et de proposition. Elle offre une aide impressionnante à la résolution des problématiques clients. Dans la réponse à appel d'offre, l'IA permet d'analyser, de comparer et de préparer les meilleures réponses possibles pour faire la différence face aux concurrents, même si le contexte est très complexe. En effet, elle mobilise une puissance de calcul et une approche rédactionnelle qui sont un avantage compétitif dont il ne faut vraiment pas se passer.

Encore faut-il avoir une connaissance pointue de la génération de prompts pour maximiser la qualité des résultats et éviter les hallucinations.

Les résultats obtenus sont une excellente base pour permettre de générer des réponses pointues et sur lesquelles on peut retravailler, ce qui a déjà fait gagner beaucoup de temps. Le niveau de jeu change grâce à l'IA, ce qui est décisif dans la compétition autour des AO.

Concrètement, comment intervient-elle dans ce contexte ?

Prenons un exemple classique : un appel d'offres pour un grand groupe, avec des centaines de pages de cahier des charges. L'IA peut examiner ce contenu dense et comparer chaque demande aux ressources et savoir-faire de l'entreprise, tout en résolvant

les questions complexes plus vite que n'importe quel humain seul. Elle décharge ainsi les équipes des tâches de recherche basiques, leur permettant de se concentrer sur la stratégie et la qualité de la réponse. Dans le cadre d'un appel d'offres, l'IA peut jouer le rôle de "préparateur expert". Elle gère les aspects techniques et minutieux comme retrouver des informations précises, par exemple en matière de RSE ou de RGPD. Prenons un exemple concret : un grand groupe peut avoir jusqu'à 80 documents internes sur la RSE, un volume imposant à explorer pour chaque réponse à appel d'offres. Avec l'IA, ce processus a permis de passer de 2 jours à 2 heures, laissant plus de temps aux équipes pour prendre le relais sur des tâches à plus forte valeur ajoutée, comme l'analyse, la stratégie ou la qualité de la réponse.

L'IA se limite-t-elle donc à la génération de texte pour répondre ?

Absolument pas ! La préparation d'un appel d'offres est une course de fond, un processus en étapes. Au départ, un analyste détecte les opportunités, il doit comprendre la pertinence de l'offre pour l'entreprise. Ici, l'IA peut aider en notant les critères, comme les délais, les certifications requises, etc. Ensuite, un gestionnaire affine l'analyse. C'est un travail d'équipe où chaque membre est un athlète qui sait à quel moment utiliser le soutien technologique pour aller plus loin. Dans le cas des Appels d'Offres, je résumerais les bénéfices en 5 points, mon dernier étant mon préféré !

1. Efficacité : Avant, une personne pouvait passer deux jours à rechercher et rédiger des informations basiques. Aujourd'hui, l'IA génère une première

réponse et les collaborateurs peuvent la corriger et l'enrichir. En gros, elle permet de répondre à plus d'appels d'offres, plus vite.

2. Clarté : Elle met en lumière des contradictions parfois enfouies dans le cahier des charges, ce qui est essentiel pour rester en phase avec les attentes.

3. Valeur ajoutée : En libérant du temps sur des tâches de recherche, l'IA permet aux équipes de se concentrer sur ce qui compte vraiment : offrir la meilleure réponse pour gagner.

4. Optimisation des méthodes : L'IA modélise un processus en questionnant chaque étape, comme ce que j'appelle les "micro-tâches" que chaque membre de l'équipe exécute pour répondre au client. En améliorant la méthode, elle apporte une discipline plus structurée et efficace à l'équipe.

5. Coach personnel : ce point est extrêmement intéressant ! L'IA permet grâce aux informations qu'elle a intégré de se transformer en coach pour préparer une soutenance ou un lancement de rendez-vous. Cet usage est incroyable !

Sur ce rôle coach, comment l'IA fonctionne-t-elle ?

Ce qui est fascinant avec les dernières avancées des IA, comme le mode vocal de ChatGPT, c'est la possibilité d'entraîner ses réponses comme si vous aviez un coach personnel à disposition. Par exemple, à la fin de votre travail de préparation sur un appel d'offres, après avoir peaufiné vos réponses avec l'IA, vous pouvez activer le mode vocal pour basculer sur un véritable assistant de coaching. Vous pouvez ainsi demander à l'IA de vous challenger sur les moments clés de votre soutenance. Je conseille de l'utiliser sur l'introduction, un passage



crucial pour capter l'attention et marquer votre posture : un lancement fort donnera à la présentation l'énergie et le ton indispensables pour être mémorable !

Pour cela, vous pouvez tout simplement converser avec l'IA et lui partager quelques questions pour simuler les meilleures façons d'aborder ce moment : comment introduire efficacement la soutenance, comment démontrer notre compréhension des enjeux du client, et surtout, comment montrer dès les premières minutes que nous maîtrisons parfaitement les problématiques du client. Avec ce coach IA, chaque moment clé de la présentation devient une réelle opportunité de créer l'impact qui va faire la différence.

Dans ce contexte, comment sont gérés les enjeux liés aux données et à la conformité RGPD ?

Dans le contexte des appels d'offres, la gestion des données et la conformité RGPD sont essentielles. D'abord, chaque entreprise doit établir des règles claires sur l'utilisation de l'IA : quelles tâches peuvent être confiées à l'IA et quelles informations peuvent être traitées tout en respectant les principes de protection des données. Si une charte éthique a déjà été définie, cela facilite beaucoup cette étape.

Dans les appels d'offres, une grande partie des informations est publique ou déjà accessible, comme les rapports RSE, les CGV ou les éléments techniques. Ces données, souvent déjà communiquées à des fins commerciales, peuvent être utilisées en toute conformité. La clé réside dans une utilisation contrôlée et encadrée des données, afin de tirer parti de l'IA sans compromettre la sécurité ou l'éthique des pratiques.

Pour finir, quel est l'impact de l'IA sur les équipes en interne ?

Les appels d'offres sont "un sport collectif" où chaque membre de l'équipe, qu'il soit analyste, gestionnaire d'appel d'offre, avant-vente, responsable technique ou commercial, joue un rôle de premier plan. L'IA permet de fluidifier les interactions, de décloisonner les connaissances, et surtout de capitaliser sur des réponses passées pour améliorer celles à venir. On gagne en temps et en qualité de réponse.

Mais le succès repose toujours sur une donnée clé : l'humain reste au cœur du processus même avec de l'IA ! Human In The Loop donc.



Youtubeuse

BLUEGPT

Justine Morin

CEO @ AI Business Academy



Bonjour Justine, je te propose de te présenter...

Je m'appelle Justine, j'ai 29 ans. Je ne me présente pas par mes études. Pas d'étiquette scolaire pour moi. Ce qu'on est ne se résume pas à un parcours académique. Ce qui compte, c'est le feu qui nous anime, ce qu'on est prêt à créer, à partager, à transmettre, avec passion et audace.

Je suis avant tout une amoureuse de la vie qui place la liberté en priorité numéro 1.

J'ai ce besoin de créer, partager et transmettre à ma manière. Ça me permet d'arriver à un point important. Certains me trouvent bizarre et déca-

lée mais je suis simplement une femme qui voit grand, qui ose rêver et avec un parcours de vie atypique malgré mes « seulement » 29 ans. C'est grâce à ça que je peux proposer des choses avec des angles différents qui peut parfois surprendre.

Exemple : Je suis entrepreneuse, formatrice et créatrice de contenu. Et information en exclusivité, je vais également partager d'autres formats pour montrer qu'on peut et doit OSER S'ASSUMER et faire ce qui nous PASSIONNE.

La vie est trop courte pour ne pas vivre sa propre vie de la façon dont on le souhaite.

Ingénieure, entrepreneure, touche à tout, formatrice, youtubeuse, sportive et hyperactive (!), on entre dans l'univers survolté de Justine...

Alors je ne suis pas parfaite mais je fais au mieux et toujours en accord avec mes valeurs.

Au moment où Chat GPT, l'effet Waouh est immédiat ! Raconte-nous ton arrivée dans l'IA...

Passionnée par la tech et l'innovation. Depuis que je suis petite, je me dis qu'est-ce que je pourrais créer qui n'existe pas pour sauver le monde ? Donc pour moi, l'explosion de l'IA c'est comme Noël pour un enfant ou la victoire de l'équipe de France en 98, c'est magique.

Et plus sérieusement, ça ouvre des possibilités et des opportunités extraordinaires quelque soit le secteur dont celui de l'entrepreneuriat ET de la liberté.

Et je suis très bien placée pour en parler.

Ma mission est simple :

- Partager mon expérience pour inspirer, rassurer et motiver.
- Développer des solutions et des outils pour permettre à tous d'OSER entreprendre pour vivre leur meilleure vie
- Rassembler une communauté d'audacieux qui partagent les mêmes valeurs



Ton offre SaaS est Blue GPT, qu'est-ce précisément ?

La plateforme IA tout-en-un pour accéder au meilleur de l'IA générative. Accès à tous les meilleurs modèles d'IA : GPT, Claude, Perplexité, FLUX, Stable Diffusion, Gemini, etc
Gain de temps avec des fonctionnalités inédites : dossiers, bibliothèque de prompts, recherche avancée, etc.
Gain d'argent : Un seul abonnement, accès à tous les modèles
Augmentation de la productivité : création de contenu personnalisé, analyse PDF, agents IA, simple à utiliser, etc.
Pour les professionnels qui veulent accéder au meilleur de l'IA facilement à un tarif attractif pour eux et leurs équipes.

Mais c'est pas tout !
L'envie de partager

J'accompagne et je forme des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs.

Je propose un accompagnement à 360° adapté aux besoins spécifiques de chaque organisation.

Bien sûr, j'ai ma patte et ma façon de procéder.

C'est simple chaque programme est 100% personnalisé.

Je veux que chaque participant se sente concerné, inspiré et capable d'agir. Si c'est pour assister à un cours magistral, ça ne m'intéresse pas et hors de question que des personnes perdent leur temps assis sur une chaise.

Je veux que ça bouge, je veux des échanges. C'est comme ça qu'on avance et apprend surtout avec l'étendue des possibilités et la complexité de l'IA.

Ma mission est réussie quand les personnes repartent avec des centaines d'idées et l'envie de créer.

Tu as une autre casquette ? Influenceuse IA sur Youtube...

Pour la petite anecdote, j'ai toujours été derrière la caméra et pas devant. Alors que secrètement, j'aurai bien voulu faire mes vidéos, jouer dans des films, etc. Et un jour, j'en ai eu marre et j'ai simplement osé. J'ai commencé à me filmer avec mon iPhone, zéro technique, zéro light.

J'ai appris à monter sur *Final Cut* toute seule avec des vidéos Youtube et puis finalement j'ai sorti ma première vidéo.

Alors, on ne va pas se le cacher. C'est bien loin d'être parfait d'un point de vue réalisation. Mais ça a été le point

de départ d'une belle aventure qui ne fait que commencer.

Pourquoi fais-tu des vidéos ?

Pour transmettre, partager et faire rire. Je veux faire les vidéos que la mini Justine aurait aimé voir qui lui auraient permis d'OSER.

Un message pour les lecteurs et lectrices ?

Oui, OSEZ !
Saisissez les opportunités, même quand elles semblent intimidantes. Acceptez l'échec comme un tremplin. Affirmez votre singularité, et brillez avec elle !

Oui, c'est difficile aujourd'hui, mais demain, vous serez fier de vous être battu pour ce qui compte vraiment. Parce que vivre pleinement, avec audace, c'est le plus beau des chemins.

Un code promo pour IALS pour BlueGPT : IALS10



ELODIE HUGHES

La faille spatio- temporelle, c'est elle !

Elodie va à 1000 à l'heure, son esprit, ses idées, tout s'enchaîne à une vitesse hallucinante.

Il est difficile de la suivre et à un moment : c'est presque magique, cosmique ou ce que vous voulez, vous comprenez. Tout ce qu'elle vient de dire s'assemblent et cela devient prodigieusement limpide. Elle mise sur l'intelligence collective, humaine.

Elle, qui développe 25 agents toutes les 2 heures.

Il y a des rencontres qui vous marquent, elle en fait partie.





Élodie Hughes : Exploratrice du futur, taquineuse de l'impossible

C'est l'histoire d'une femme qui, armée de son ordinateur et d'un sourire narquois, s'attaque aux défis que même les plus téméraires fuiraient en courant. Ses clients, d'ailleurs, ne s'y trompent pas. Ils l'ont surnommée "la faille spatio-temporelle". Non parce qu'elle a une DeLaurean de 1985, mais parce qu'elle transforme des mois d'atermoiements corporatistes en quelques heures de pure action. Une sorte de Mary Poppins, mais avec un clavier et l'IA comme parapluie.

Sa devise ? "Focus on impact, let AI do the rest." Une phrase qui sonne comme un mantra de coach de vie, mais qui, dans sa bouche, claque comme une vérité indiscutable. Pour Élodie, chaque problème est une opportunité, chaque défi un tremplin pour réinventer le monde.

Libérez votre créativité, et tant pis pour les règles

L'IA, cette étrange créature numérique, n'est plus un fantôme de roman de gare. Elle est là, elle bouge très vite, et elle s'apprête à vous coller une longueur d'avance... ou à vous reléguer à l'arrière-garde, c'est selon. Ceux qui l'ignorent finiront probablement à ressasser des PowerPoint en noir et blanc, tandis que les audacieux, ceux qui osent, découvriront un univers sans limites, où même les règles du jeu se réécrivent en direct.

Le rôle d'Élodie, dans ce chaos joyeux ? Guider les fous. Ou tout au moins ceux qui n'ont pas peur de l'inconnu ! Ceux qui refusent de se contenter du statu quo, qui préfèrent pulvériser les barrières plutôt que les repeindre. Avec l'IA comme 'béliet créatif', comme outil pour augmenter les compétences des humains, elle ouvre la voie vers un monde où tout devient possible.

Imaginez une entreprise capable de générer, en temps réel, des stratégies dignes d'un Nobel d'économie, des visuels qui feraient pleurer Van Gogh, et des services si personnalisés qu'on pourrait croire que vous avez été espionné depuis votre naissance. Imaginez un temps qui se libère des tâches à faible valeur et qui s'ouvre à la réflexion, au dialogue, à la co-création entre collaborateurs, imaginez l'IA pour un retour à "plus d'humain" ! L'IA, loin d'être un gadget, devient une baguette magique pour le génie qui est en chacun de nous, une rampe de lancement pour les idées qu'on n'osait même pas rêver, une opportunité pour renouer avec la stratégie !

La révolution, ce n'est pas demain, c'est tout de suite !

Ce n'est pas juste une révolution technologique. Non, c'est une mutation darwinienne. Une sélection naturelle où les audacieux triomphent et où les dinosaures des anciens modèles glissent lentement dans les sables mouvants de l'obsolescence. Prendre le train en marche est la seule alternative viable, mais parfois, certains ont besoin d'un coup de pouce !

En l'occurrence, Élodie ne se contente pas d'apporter des outils. Elle accélère, propulse, transcende. Son objectif est clair : démocratiser l'IA, rendre l'innovation accessible à tous ceux qui ont envie de bousculer les codes. Pas demain, pas après-demain, mais aujourd'hui.

Elle rassure ceux qui croient à la fin de leur travail, elle explique à ceux qui sont échaudés par des formations au prompt fourguées par des faux dévots de l'ère moderne, elle inspire ceux qui savent qu'il faut y aller, mais ignorent comment ! Quant à ceux qui veulent foncer, ils trouvent alors une interlocutrice à la hauteur de leurs challenges !

Alors, si vous êtes prêts à laisser l'IA devenir le catalyseur de vos rêves les plus fous, Élodie vous attend. Le futur ne vous attendra pas. Et si vous avez encore des doutes, tant pis pour vous : dans ce nouveau monde, les 'rêveurs' finiront les premiers !



in flu ence

INFLUENCEUSE | Eloïse Rouet
EL'FLUENCEUSE | Laurie Zingaretti



Influenceuse

Notre pote de chez Adobe

ELOISE ROUET

***Naturelle, drôle, spontanée et hyper créative.
Éloïse nous fait entrer dans sa bulle d'énergie !***

Quel est ton parcours en quelques mots...

J'ai toujours été une personne créative. J'ai commencé par une école de communication événementielle, où j'ai obtenu un diplôme de chef de projet événementiel. C'est pendant ces études que j'ai découvert le graphisme, un peu par hasard, et j'ai appris seule pendant 10 ans.

Par la suite, j'ai été embauchée dans une entreprise d'imagerie médicale, où je m'occupais d'organiser des congrès en radiologie et en orthopédie. À force de persévérance (et de quelques coups de gueule !), j'ai réussi à décrocher un poste de graphiste au sein de cette même entreprise, tout en conservant mes responsabilités initiales.

Après quatre ans, j'ai décidé de me lancer en freelance en tant que graphiste, plus précisément comme brand designer. En parallèle, j'ai commencé à créer du contenu sur les réseaux sociaux pour m'adresser aux jeunes graphistes. Mon objectif était de rendre ce milieu plus accessible et plus compréhensible. C'est à ce moment-là qu'Adobe m'a repérée et m'a démarchée.

Tu es évangéliste Adobe France avec Hadrien Chatelet, C'est canon ! Depuis combien de temps et quel est ton rôle précisément ?

Je suis Design Evangelist & Community Advocate. Mon rôle

se situe à mi-chemin entre Adobe et la communauté créative, comme un pont reliant les deux.

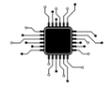
J'aide la communauté créative à mieux comprendre et utiliser les outils Adobe. Cela passe par la création de contenu, l'accompagnement sur les réseaux sociaux ou l'organisation d'événements.

En parallèle, j'aide Adobe à mieux comprendre la communauté créative. Je contribue à améliorer les logiciels en participant à des phases de bêta-test, en remontant des idées de fonctionnalités ou en faisant part des retours de la communauté. Mon rôle consiste également à identifier et relayer les défis que traverse cette dernière, qu'il s'agisse de bugs, de peurs ou de freins.

Nous nous sommes rencontrées lors de la création du Adobe Creative Club de Lyon ? C'est une idée géniale, c'est un club national ? Qui peut l'intégrer ?

Nous avons lancé, avec Hadrien, des clubs dans les grandes villes. Pour l'instant, nous nous concentrons sur Paris, Nice, Marseille, Lyon, Nantes et Bordeaux, mais nous espérons en développer davantage à l'avenir. Il n'y a pas de limite d'âge ni de pré-requis pour intégrer les clubs. Nous invitons la communauté à s'inscrire lors de nos événements, qui sont gratuits et organisés un peu partout en France.





Firefly est conçu pour s'intégrer dans les processus de travail, afin d'aider les créatifs à gagner du temps sur des tâches fastidieuses et moins inspirantes. C'est un outil de soutien, pas un artiste.



Ici, on parle IA Gen, Adobe Firefly est l'intelligence artificielle d'Adobe. L'entraînement de celle-ci s'est fait de façon relativement éthique et correcte, c'est à souligner, car c'est la seule IA du marché. Pourtant, Adobe Firefly est encore pour l'instant, un peu boudé par les créatifs ? Pour quelle raison selon toi ?

Quand j'ai rejoint Adobe, j'étais plutôt réticente à l'idée de travailler avec l'IA.

Cependant, en collaborant de plus près avec les équipes, j'ai fini par mieux comprendre la démarche d'Adobe.

Firefly est entraîné de manière responsable, en utilisant des contenus sur lesquels Adobe détient les droits, tels que les Creative Commons, le domaine public ou Adobe Stock, où les contributeurs sont rémunérés. Firefly ne scrute ni le web, ni les fichiers de ses clients. Adobe a fait le choix de travailler pour et avec les créatifs.

Je comprends que certains créatifs redoutent de perdre leur place avec l'arrivée des IA. J'ai moi-même traversé cette peur. Cela m'a demandé un long travail personnel pour réaliser que ce qui fait de moi une humaine, ce qui me rend unique, aucune IA ne pourra jamais me l'enlever.

Firefly est conçu pour s'intégrer dans les processus de travail, afin d'aider les créatifs à gagner du temps sur des tâches fastidieuses et moins inspirantes. C'est un outil de soutien, pas un artiste.

Nous avons tous passé des heures, des jours même à ajouter de la matière pour pouvoir imprimer des documents avec des bords perdus, et en juillet 2023, est arrivé le remplissage génératif, une révolution, les graphistes bénissent cette fonction en IA chaque jour je pense, enfin, c'est mon cas. Il y a d'autres fonctions magiques ?

Je suis avant tout une utilisatrice d'Illustrator, et mes fonctionnalités IA préférées s'y trouvent, notamment le remplissage génératif basé sur les formes. Cette option

permet de pré-dessiner un objet, un sujet ou un paysage, puis de laisser l'IA le compléter en s'inspirant de l'un de mes dessins comme référence stylistique. Je l'utilise notamment pour créer des variations de mes visuels, que je retravaille ensuite. Cela me fait gagner un peu de temps.

J'utilise également l'IA pour des tâches aussi simples – mais pourtant chronophages – que la recherche de typographies avec l'outil Retype, ou encore la visualisation rapide d'un rendu grâce à l'outil Maquette.

Je suis créa et je veux m'améliorer sur Adobe Firefly, comment faire ? Comment dois-je faire ?

Des prompts simples, des virgules, et surtout, s'amuser ! J'ai tendance à structurer mes prompts de cette manière :

- Description d'une partie de mon visuel, [ajout d'adjectifs séparés par des virgules].

- Description d'une autre partie de mon visuel, [ajout d'adjectifs séparés par des virgules].

Cela permet d'éviter que l'IA mélange les différentes parties du prompt.

En ce qui concerne les effets, il est préférable d'utiliser ceux déjà disponibles dans Adobe Firefly plutôt que de tenter de les décrire dans un prompt.

D'ailleurs, j'aimerais beaucoup qu'on ait une barre de recherche dédiée aux effets !

La femme dans l'IA, un sujet, un non-sujet ou THE sujet ?

À mon sens, la place de la femme est un sujet, quel que soit le milieu, pour lequel il faut lutter chaque jour.

EL'fluenceuse

IA, gaming et explorations

LAURIE ZINGARETTI

*Expérimenter, partager en mêlant ses passions,
jeux de rôles et IA, c'est plutôt malin...*



Peux-tu nous faire une courte bio de ton métier d'avant l'IA...

Je vais essayer de faire court. Tout commence à l'école des Beaux-Arts de Cambrai il y a 15 ans (on avait dit court ? Oups...). Je vais faire concis, mais cette partie est importante pour la suite. Lors de mon année dans cette école, j'ai découvert le métier de créatif, de façon ultra traditionnelle : photo argentique, développement des photos en chambre noire, maquettes composées à la main puis retouches sur Photoshop, apprentissage du dessin sur papier, etc. La suite de mes études m'a formée aux logiciels de design : Photoshop, Illustrator, InDesign, mais aussi à l'intégration web. J'ai donc commencé mon métier de façon très, très traditionnelle, voire artisanale. Je dirais même que la création de supports de communication web (emails, bannières, etc.) était encore toute nouvelle. Pour te dire, j'ai connu l'époque où, pour animer des bannières, on utilisait Adobe Flash.

Avant les IA Génératives, mon workflow en agence pour un projet comprenait : la recherche d'idées au crayon sur une feuille blanche, puis l'exploitation de ces idées sur logiciel de design, avec un besoin de passer un certain temps sur chacune de ces idées pour juger si, oui ou non, elles étaient viables et correspondaient au brief.

La réalisation de ces idées impliquait de longues heures de recherche de visuels sur les banques d'images. Parfois, je trouvais la bonne image sur Getty, mais elle était inexploitable car trop chère pour le projet. Ensuite venait la retouche de ces visuels sur Photoshop pour les adapter à la DA du projet que j'avais imaginé ou même au format (il m'est même arrivé de devoir reconstituer un bras...). Enfin, il y avait la conception de la DA (couleurs, typographies, illustrations) et, pour terminer la partie exécution, la remise des fichiers.

Et depuis l'IA ?

Depuis l'IA, j'ai gagné du temps sur beaucoup de ces étapes, surtout en précision.

Les heures passées sur les banques d'images se sont transformées en heures passées à affiner mon prompt pour obtenir l'image correspondant le mieux au projet imaginé, que ce soit sur Midjourney ou ComfyUI. Je ne perds plus de temps à rechercher un visuel en les faisant défiler page par page sans savoir si je le trouverai ; je suis maintenant dans la création pure de mon visuel de A à Z. Ce qui était autrefois de la recherche devient du compositing : je retire, ajoute des éléments et les transforme avec l'IA Générative.

Je peux essayer rapidement mes idées, me projeter beaucoup plus facilement et gagner du temps sur les propositions, ce qui me permet de faire un premier tri sur ce qui fonctionnera ou pas.



J'avais moi aussi envie de créer mon influenceur ou influenceuse. Non pas pour la notoriété ou pour en faire un business, mais pour le plaisir, pour expérimenter et pour partager.

Il y a bien sûr toujours la partie retouches d'images (qui pour moi est indispensable). Générative Fill et la nouvelle fonctionnalité "Midjourney Edit" changent complètement la donne en termes de retouche. Plus nous avançons avec l'IA Générative, plus nous avons un contrôle sur les différentes étapes, ce qui me permet d'allier productivité, créativité et d'anticiper les retours clients (phase très importante à garder en tête lorsqu'on travaille avec les IA Génératives).

Pendant la création d'images ou de vidéos, l'IA propose souvent des alternatives avec un angle créatif différent et intéressant, des dérivés de mon idée auxquels je n'aurais peut-être pas pensé, ou alors beaucoup plus tard dans un processus traditionnel. Je peux dire qu'elle et moi nous complétons créativement.

L'IA Générative est devenue un véritable assistant personnel dans mon métier. ChatGPT me permet de dégager des mots-clés pour mes prompts, d'être plus précise sur le rendu des lumières, des styles photographiques, des compositions d'images que j'ai en tête. Je peux lui donner une référence de marque et obtenir, par exemple, la charte photographique de cette dernière pour coller au mieux au domaine du sujet à traiter. Et quand on travaille en agence, il faut savoir s'adapter ; on peut passer d'un sujet sur l'éducation à un sujet sur la mise en avant de véhicules utilitaires.

Tu as attaqué par la face Nord en commençant par Stable Diffusion...

J'ai commencé ma découverte des IA avec DreamStudio, une plateforme en ligne de Stable Diffusion, ce qui m'a amenée à mettre les mains dans Automatic 1111. J'ai tout de suite vu le potentiel du local, de l'open source, et le contrôle que cette IA offrait sur les différents aspects de génération d'images : pose, inpainting, outpainting, 2D to 3D, etc.

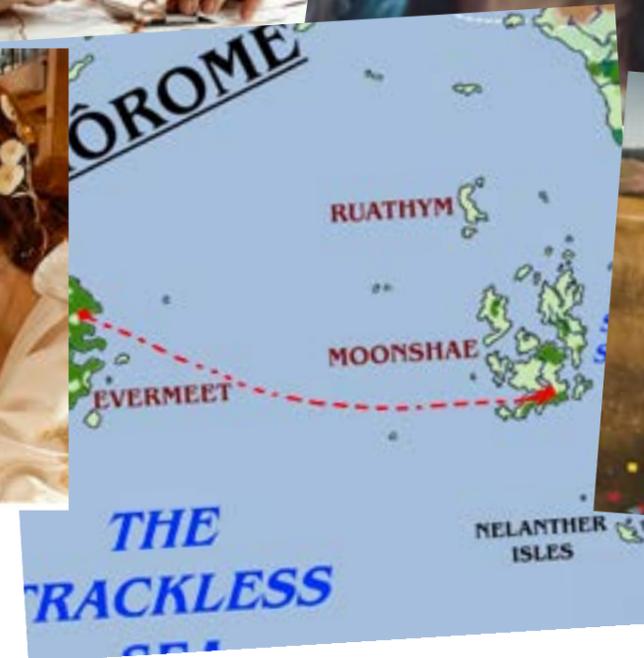
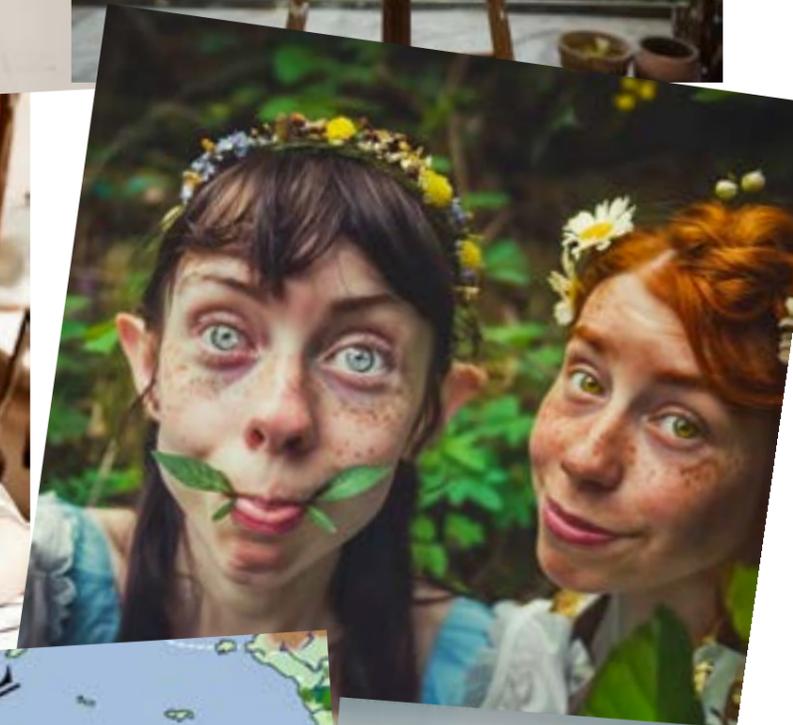
Je me suis ensuite dirigée vers Midjourney, car il y avait une demande de formation sur ce logiciel ; les freins matériels pour former sur Stable Diffusion en local étaient trop importants. Puis, il y a quelques mois, je suis revenue à mon premier amour des IA locales avec ComfyUI. L'avantage

du local est d'utiliser ses propres ressources matérielles, de pouvoir construire son propre workflow avec des nœuds que l'on crée, de reprendre des workflows existants et de les modifier selon nos besoins, de réunir plusieurs workflows en un seul, d'assurer une protection de ses données personnelles et de ses créations, et ce point est, pour moi, primordial. ComfyUI offre une liberté dans la mise en place d'un espace de travail de création bien différent des logiciels Adobe. C'est une nouvelle logique, une nouvelle façon de créer, un peu plus geek, c'est vrai, plus complexe, il faut faire preuve de patience (beaucoup même), mais cette solution permet d'aller bien plus loin que les IA grand public et de tester les technologies en avant-première.

Tes expérimentations te mènent vers un projet de longue durée...

Cela faisait un moment que je cherchais un projet sur le long terme. J'ai découvert Anne Kerdi l'année dernière, et j'avais moi aussi envie de créer mon influenceur ou influenceuse. Non pas pour la notoriété ou pour en faire un business, mais pour le plaisir, pour expérimenter et pour partager. Je savais que je voulais la créer sur Instagram, mais que faire ? Une énième femme en petite tenue pour attirer les foules ?

NON, d'abord parce que j'ai des valeurs, je ne le ferais pas avec ma propre personne, alors pourquoi le faire faire à une IA ? Et aussi, pourquoi reproduire avec les IA ce que l'on voit déjà dans la vie réelle ou sur son feed quotidien ? Quel intérêt, sinon celui de montrer que l'IA peut faire des choses ultra-réalistes ? C'était incroyable il y a quelques mois, mais aujourd'hui tout le monde en a conscience. Il fallait une valeur ajoutée à ce projet. Comme je ne suis pas fan des réseaux sociaux, j'avais envie de montrer une autre façon de les utiliser. Vivant avec un grand adepte des jeux de rôles, j'ai pensé à créer un personnage fantastique et offrir aux followers la possibilité de plonger dans une aventure au fil des posts. C'est ainsi qu'Orina, mon effluenceuse (elfe et influenceuse) est née.





Tu dis que ce projet te permet de te tenir alerte sur les dernières technos...

Dans ce projet, j'utilise les dernières nouveautés en création IA. La partie création visuelle du workflow change constamment. Alors qu'au début je créais mes visuels d'Orina avec Midjourney et la fonctionnalité --cref (character reference), je suis en train de me diriger vers la création d'un LoRA image (et vidéos quand la fonctionnalité sera disponible sur Kling), ce qui me permettrait d'obtenir Orina en situation simplement en écrivant son nom dans le prompt. Ce projet me permet d'expérimenter des fonctionnalités dès leur sortie en situation concrète : comme Live Portrait, la création de voix avec Elevenlabs, l'inpainting pour lui faire porter des vêtements précis que j'ai créés, exemple : son armure. Toutes ces expérimentations me permettent de tester les avancées, les limites et les glitches des différentes IA qui sortent sur le marché et en local. C'est un bon moyen d'avoir une expertise sur les différentes solutions IA et de conseiller au mieux les non-addicts et les clients.

Raconte-nous ce projet d'Elfluenceuse IA...

Mon elfluenceuse comporte trois dimensions d'utilisation des IA.

D'abord, l'écriture de l'histoire. Le déroulé se passe comme pour un jeu de rôle. Pour les non-initiés à cet univers, une courte explication : une personne narre l'histoire, que l'on appelle "maître du jeu", déclenche les événements et fixe les règles. Il y a un groupe de participants qui prendront des décisions à chaque événement et jetteront un dé pour déterminer si l'action entreprise réussit ou échoue.

J'ai donc créé un GPT "maître du jeu", qui décide des événements et demande à Orina ce qu'elle souhaite faire. Je ne suis pas maître de cette histoire ; je ne l'écris pas, je ne connais pas la suite ni la fin. Mes seules interventions concernent des événements intermédiaires. Par exemple : Orina doit se rendre dans les montagnes pour attraper des brigands, je lui fais rencontrer un diablequin en chemin pour dynamiser l'histoire, par exemple : Orina doit se rendre dans les montagnes pour attraper des brigands, je lui fais rencontrer un diablequin en chemin pour dynamiser un peu

l'histoire.

Petite précision importante : pour éviter que l'histoire ne se termine après seulement deux posts (car les maîtres de jeu peuvent être sans pitié - rires), j'ai imposé au GPT maître du jeu de ne pas tuer Orina. Toutefois, elle peut descendre à 1% de vie et être inconsciente.

Ensuite, il y a un GPT Orina, qui incarne logiquement la personnalité d'Orina. Ce GPT rédige les posts en cohérence avec l'histoire, et il interagit également avec le GPT maître du jeu. Je suis l'intermédiaire entre les deux, mais c'est bien Orina qui prend la décision de faire telle ou telle action. La réussite de son action se détermine par un jet de dé (Exemple : 0 = échec critique, Orina échoue et le maître du jeu annonce les conséquences ; 20 = réussite totale, et l'action peut être menée à bien). Ce GPT répond également aux commentaires. Orina a sa propre personnalité et ses propres références dans son monde, donc il est logique que les réponses viennent directement d'elle. Bien sûr, je reste modératrice pour éviter les dérives.

Enfin, le troisième volet de ce projet repose sur l'interaction avec la communauté. Les abonnés peuvent influencer certaines décisions dans l'histoire d'Orina en votant dans des sondages ou en commentant pour lui suggérer des actions. Cela rend le projet interactif et immersif, offrant aux followers la possibilité de participer activement à l'aventure. C'est une forme de storytelling interactif qui mêle le jeu de rôle, l'IA et les réseaux sociaux, tout en proposant une alternative créative à l'influence plus traditionnelle.

Pour moi, ce projet est une exploration à la fois technique et créative, qui me permet de tester des idées et d'affiner mes compétences sur les outils d'IA. Plus largement, c'est aussi une manière de montrer que l'IA peut être utilisée pour enrichir les histoires et les expériences sur les réseaux sociaux, sans forcément se limiter aux visuels réalistes ou au contenu généré pour l'audience la plus large.

Merci pour cette expérimentation qui est décalée et qui raconte beaucoup sur les IA à date.

Bravo à toi.



Qu'IA-t-il eu de 9 ?

PAR
MARTINO BETTUCCI

Depuis le numéro de juillet, les avancées en intelligence artificielle se sont multipliées, rendant difficile le choix des nouvelles à partager. Pour ce numéro, j'ai donc fait le pari de mettre de côté les évolutions purement techniques et de me concentrer sur les transformations les plus marquantes du panorama fonctionnel et politique. Bonne lecture !

Le retour de **Donald Trump** à la présidence ouvre une nouvelle ère pour l'intelligence artificielle aux États-Unis. Sa vision de l'IA comme un levier de compétition face à la Chine pourrait pousser son administration à revenir sur les régulations mises en place par son prédécesseur, en favorisant un développement accéléré des infrastructures tout en imposant des restrictions strictes sur les exportations de puces avancées. Cette orientation stratégique et ses implications pour la sécurité nationale et l'équilibre économique global promettent de remodeler le paysage technologique américain et par conséquent, l'approche des autres pays du monde tout entier selon mon humble avis.

Dans un tout autre registre, **Waymo** devance **Tesla** et franchit un cap décisif en étendant son service de robotaxis au grand public de Los Angeles, sa plus grande expansion à ce jour. Avec plus de 150'000 trajets proposés chaque semaine dans plusieurs villes, Waymo réinvente la mobilité urbaine et pose les bases d'un transport autonome plus intelligent.

Meta, de son côté, se concentre sur l'interaction physique des robots avec le monde qui les entoure. En dévoilant une série d'outils pour doter les machines d'une sensibilité tactile, Meta vise à combler le fossé entre les capacités humaines et robotiques, ouvrant des perspectives inédites pour des collaborations plus intuitives entre humains et machines dans des environnements de travail complexes.

Parallèlement, **OpenAI** enrichit **ChatGPT** d'une fonctionnalité de recherche web en direct, un ajout qui place la société en concurrence directe avec **Perplexity.ai** et **Google Gemini**. Cette mise à jour offre aux utilisateurs un accès en temps réel aux informations et vis à vis de son audience de plus en plus large, cela pourrait être le début de la fin des moteurs de recherche "à l'ancienne" ?.

Runway se distingue dans le domaine de l'édition vidéo assistée par IA en ajoutant des contrôles de caméra avancés, permettant des mouvements précis autour des sujets générés par IA. Cette fonctionnalité est une aubaine pour les cinéastes et les studios à petit budget, permettant de contrôler l'angle, le zoom et la mise en scène sans nécessiter un matériel complexe, transformant ainsi l'industrie audiovisuelle.

Anthropic lance une nouvelle version de ses modèles, **Claude 3.5 Sonnet** et **Haiku**, capables d'interagir avec des ordinateurs de manière presque humaine. En simulant des actions comme le déplacement de curseur ou la saisie de texte, ces modèles ouvrent la voie à des avancées majeures dans l'automatisation des tâches informatiques et la collaboration homme-machine, tout en montrant de remarquables compétences en codage. En pratique, si votre travail consiste à bouger la souris et à taper au clavier alors Claude 3.5+ pourrait (pourra) vous remplacer assister.

Sur le marché de la synthèse vocale, **ElevenLabs** introduit **Voice Design**, une technologie permettant de générer des voix uniques à partir de simples descriptions textuelles. Cette innovation pourrait bien révolutionner la création

sonore, en offrant aux utilisateurs la possibilité de concevoir des voix adaptées à chaque projet, un outil précieux pour les créateurs de contenu, les producteurs de podcasts et les développeurs de jeux vidéo. Ce n'est pas sans rappeler le projet Open Stable Audio du numéro précédent qui permettait de générer des sons (bruitages) aussi vrais que nature, nous avons à présent bouclé le cercle de l'ingénierie sonore.

Meta répond à Google avec un pas de plus vers la création de contenu accessible et NotebookLlama, sa version open source de l'outil de génération de podcasts de Google, NotebookLM. Bien que la qualité des voix soit encore perfectible, cet outil marque une avancée dans la démocratisation des contenus audio générés par IA et ouvre de nouvelles perspectives pour la production de podcasts personnalisés en opposition à Google qui fait des avancées majeures mais le partage rarement.

Le **Technology Innovation Institute** propose une approche novatrice avec Falcon Mamba 7B, un modèle de langage basé sur l'architecture SSLM (State Space Language Models, une architecture alternative à mémoire fuzzy mais théoriquement infinie), qui se distingue des modèles traditionnels de type Transformer. Cette nouvelle architecture promet de repousser les frontières du traitement du langage naturel, ouvrant des applications plus efficaces pour les entreprises.

Enfin, la question de la transparence prend une place centrale dans le secteur de l'IA open source. La nouvelle définition de l'open source, qui exige dorénavant la divulgation des données d'entraînement des modèles, pose un défi de taille pour les géants de la technologie comme Meta, mais assure aux développeurs et utilisateurs une sécurité et une transparence accrues.

Alors que l'intelligence artificielle continue de remodeler nos sociétés, les choix politiques et les avancées fonctionnelles façonnent autant notre présent que notre avenir. Chaque innovation et chaque décision stratégique rapproche un peu plus l'IA de notre quotidien, révélant les enjeux d'un monde où technologie et gouvernance se rencontrent.

Rendez-vous dans le prochain numéro pour explorer de nouvelles avancées qui, encore une fois, ne manqueront pas de redéfinir nos perspectives.



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.



e-couteurs



www.pear.com