

# IALS

numéro 2  
MAGAZINE

Intelligence Artificielle La Suite !  
*Artificial Intelligence More!*

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

Tartan

BLANC CRAIE,  
ULTRA-GLOSSY,  
COLORFUL...

LES VALEURS SÛRES  
DES PODIUMS

La Mode  
INCOGNITO

IA prédictive  
CAS BUSINESS

AVIS D'EXPERTS  
Tendances IA  
À LA LOUPE

TOUT OSER !  
Sexygénaires

Le Digital Art ?  
ÉTAT DES LIEUX

TÉMOIGNAGE  
« J'ai intégré l'IAgen  
dans mon quotidien »

BRETAGNE STYLE

ANNE KERDI  
intégralement IA

Influenc.ia  
LES NOUVEAUX MARCHÉS  
Luxe, calme et volupté

# CANAP.AI

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Visuel Midjourney v 6





# The Pooples

## I want to be three.

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Visuel Midjourney 5.1



### EN COUVERTURE

Anne Kerd  
image générée par IA : promptée par Sébastien sur Midjourney et upscalée sur Magnific.ai

## sommaire

numéro 2

7  
ÉDITO  
par Nathalie Dupuy

8  
CULTURE  
Livres et Magazines

10  
TENDANCES  
Colorfull, Tartan, Ultra-glossy,  
Blanc Craie Blanc Crème,  
Oversized Doudoune

20  
MODE  
La céramique sur les podiums

22  
DOSSIER  
La French touch de l'influence  
Interview exclusive de Anne Kerd  
Sébastien, son créateur  
Stéphane Gallieni  
Les Sexygénaires  
Nathalie Dupuy

62  
Cas Business  
IA Préditive  
Bertrand Destailler

64  
Digital I.Art  
L'engagé  
Alexis Choron  
Lyon.ai  
Saby Mavie

Directrice de la publication • Nathalie Dupuy • ials.magazine@icloud.com •  
Direction artistique • Nathalie Dupuy •  
Contributeurs (par ordre d'apparition) • Stéphane Gallieni, Emmanuel Donati,  
Céline Baleydier - Delhomme, Carole Eyssaquier, Robin Guignard-Perret, Amaury Delloye,  
Bertrand Destailler, Alexis Choron, Saby Mavie, Sandrine Decorde, Peggy Leroy,  
Audrey Carraz-Ceselli, Anne Boudrot, Catherine Sirven, ChatGPT 4 •  
Visuels • Midjourney • Stable Diffusion • Musavir • Leonardo • Adobe Firefly • Magnific •  
Diffusion • réseaux sociaux •



82  
TRIBUNE  
De la créativité... humaine  
Sandrine Decorde

84  
DÉCO.IA  
Shoot de créa  
Peggy Leroy

88  
L'EXPÉRIENCE  
DÉCRIPTEE

Un magazine expérimental  
de Nathalie Dupuy  
Alexandra Carraz-Ceselli,  
Anne Delaigle, Morgane Soulier  
IA versus Un Chef  
Guy Benayoun  
Une exploration déstabilisante  
Audrey Grosclaude  
Expérience visuo-linguistique  
autour de l'IA  
Anne Boudrot  
L'IA selon Bayer  
Rachel Rama  
Catherine Sirven

Contenu 100% IA

Contenu IA / Humain

Contenu 100% Humain



CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !

Visuel Midjourney v6 - retouches Adobe photoshop



## L'AVVENTURE CONTINUE !

Q

uand une blague sur les réseaux sociaux devient un vrai sujet de discussion. Quand ce même post est relayé dans la presse locale, nationale puis en Belgique ! Quand ce même post déclenche un podcast, quand les demandes de retours d'expériences, débats, conférences pluvent. Quand les rencontres s'accumulent chaque semaine. Quand les posts Linkedin sont parfois quotidiens et systématiquement hebdomadaires sur le magazine.

IELS(heshe) est donc bien là encore au cœur des sujets.

Son nom part lui aussi de la blague, sans vouloir heurter qui que ce soit, il n'est ni militant ni politique, il est là en tant qu'expérimentation, encore et toujours.

Alors il évolue avec l'expérience et devient **IALS** : Intelligence Artificielle La Suite !

Cette folle aventure a été jalonnée de rencontres, de discussions passionnées et passionnantes. De longs débats sur des milliards de sujets, de longs silences, de réflexions, de "je ne suis pas d'accord", de "on verra... et probablement rapidement" et de beaucoup de "je ne sais pas".

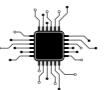
Alors, au cours de ces rencontres, et plus précisément lors d'une longue discussion, avec le créateur d'une influenceuse IA, oui oui, une idée a germé, sortir un second numéro. Ce qui était impensable au départ de mon expérience est devenu «probable» puis presque «logique». Ces témoignages étaient beaucoup trop intéressants pour que je les garde uniquement pour moi.

Ce numéro 2 parle de l'IA sous le prisme des humains, des créateurs, des «doers», des utilisateurs, des concepteurs, des experts... bref de l'Homme derrière l'IA. Et j'ai de la matière pour faire un numéro 3 et 4 (pourquoi pas un trimestriel ?).

Contrairement au précédent numéro, il y a des intelligences humaines qui répondent à des questions sur l'intelligence artificielle, des intelligences artificielles comme Anne Kerdi qui témoignent aussi ! Tout cela est évidemment clairement balisé et le lecteur averti de ce qu'il lit. Les visuels sont globalement générés par IA, et sont légendés comme tels.

Vos retours me seront extrêmement précieux : [ials.magazine@icloud.com](mailto:ials.magazine@icloud.com)

Bonne lecture !



## METAVERSE, COMPRENDRE LE MONDE QUI VIENT

Sortie le 14 février  
Éditions Grasset  
Préface Dr Laurent Alexandre

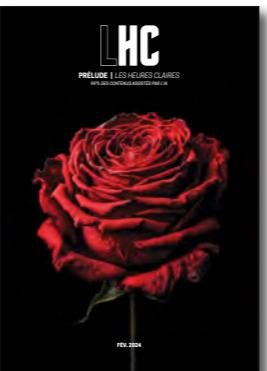
Fruit d'un long travail d'analyses, d'interviews et de recherches, cet ouvrage se veut être à la croisée d'un livre pédagogique sur le metaverse, l'intelligence artificielle et d'un roman de science-fiction. Il retrace l'histoire et la généalogie du metaverse et détaille, en termes concrets, ses applications actuelles et guide les entreprises dans leur adaptation aux transformations imminentes. Il va plus loin en offrant des perspectives et des projections jusqu'à 2050, nous éclairant sur l'impact potentiel de cette technologie dans nos vies.



## LA VAGUE WEB 3

Éditions Dunod

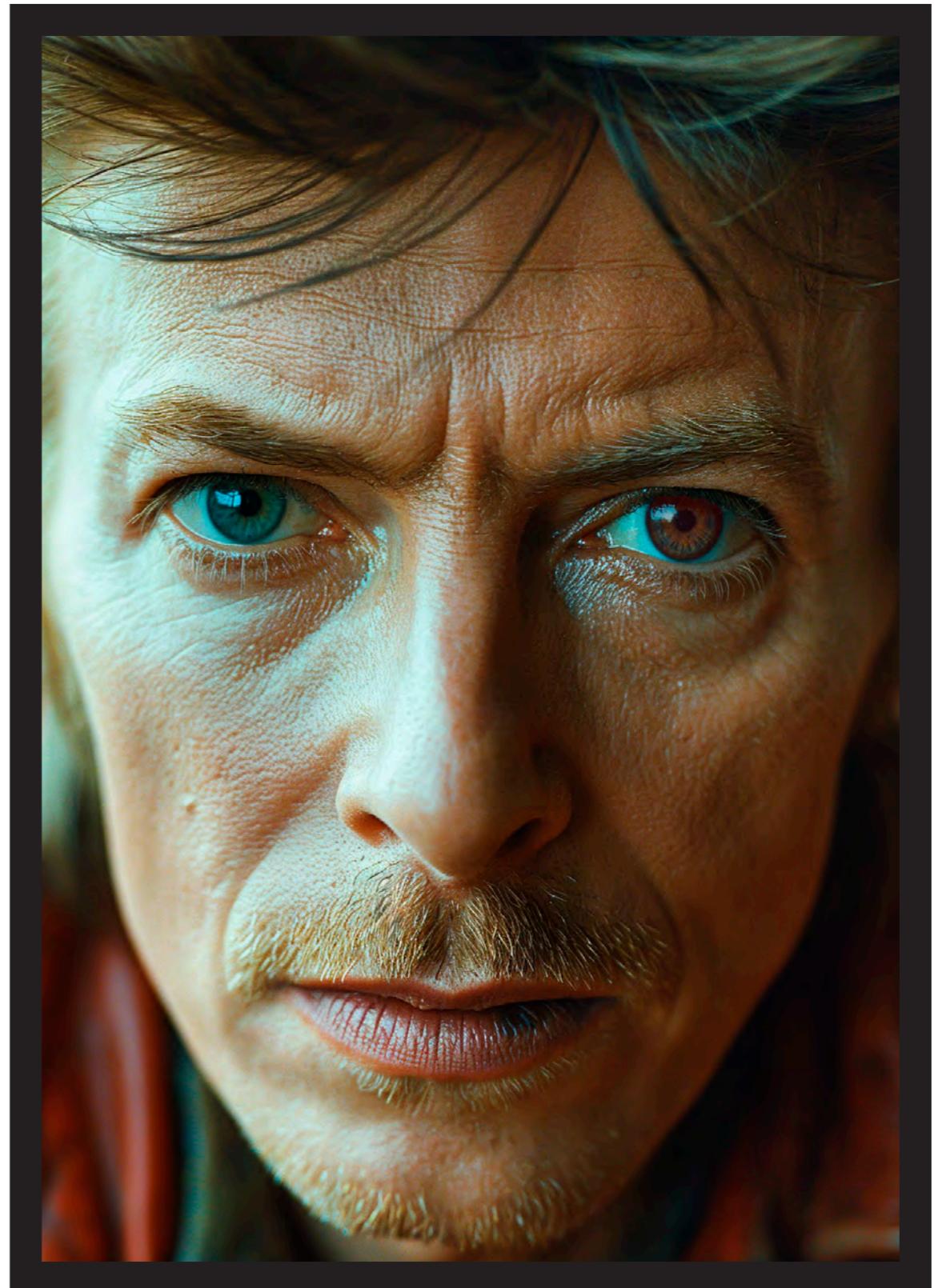
Le Web3, qui engendre de nouveaux usages, intrigue tout autant qu'il fascine. Est-il fondamentalement différent du web 1.0 et du web 2.0 ? Comment le maîtriser ? Et qu'apporte-t-il de nouveau au marketing ? Stéphane Truphème et Stéphane Galienni, spécialistes du marketing digital et Web3, vous plongent dans ses arcanes. Illustré et complété de nombreux cas pratiques dans plus d'une quinzaine de domaines différents, il permettra à tout professionnel ou simple curieux de comprendre l'impact qu'aura cette vague Web3 sur le marketing et la communication de demain, et comment s'y préparer dès aujourd'hui. Ouvrage de réflexion et d'action, La vague Web3 est la clé pour s'emparer des nouveaux schémas disruptifs amorcés par le Web3.



## LES HEURES CLAIRES

Mensuel  
Ed Rémi Rostan

LHC • "Les Heures Claires" est un magazine mensuel dont le contenu texte et visuel est assisté à 99% par l'IA, se déclinant en trois rubriques : LHI "Les Heures Innovantes" (un espace dédié à l'actualité IA, aux tutoriels et agrémenté d'interviews générées par l'IA), LHC (une exploration de l'IA dans l'univers de la mode, de l'art, du lifestyle, des voyages et de la gastronomie), et LHS "Les Heures Sombres" (un terrain où l'IA se laisse aller à la satire et à la critique). Fondé par Rémi Rostan, ce projet est un mélange d'art, de technologie et d'exploration intellectuelle. Son avenir se dessine autour de l'amélioration continue, de l'accessibilité imprimée, et de l'internationalisation du contenu.





« L'IA est une formidable opportunité pour le studio. Elle démultiplie la créativité et offre des idées sur des centaines de thématiques différentes, ce qui permet à nos équipes style de se concentrer sur les finitions et les fittings des produits, c'est un réel gain de temps et un gisement d'idées ! »

**Anne Laure Couplet,  
CEO de The Kooples**

### Retour sur la collaboration IMKI x THE KOOPLES au CES 2024 Las Vegas [Consumer Electronics Show]

À cette occasion, IMKI et THE KOOPLES ont co-créé une collection capsule « AI-Powered ». L'IA a été entraînée sur le dataset de la marque. La phase de création a été challengée par l'IA Générative. Puis la collection a été fabriquée classiquement.



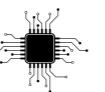
Colorful

# TEN DAN CES



Cette rubrique est en attente de contributeurs-experts "Mode" pour établir un ping-pong créatif Styliste vs IA





AI Fashion Week 2  
@french\_ai\_influencer  
Epreuves de sélection



@ials\_magazine



@ials magazine



# TENDANCES



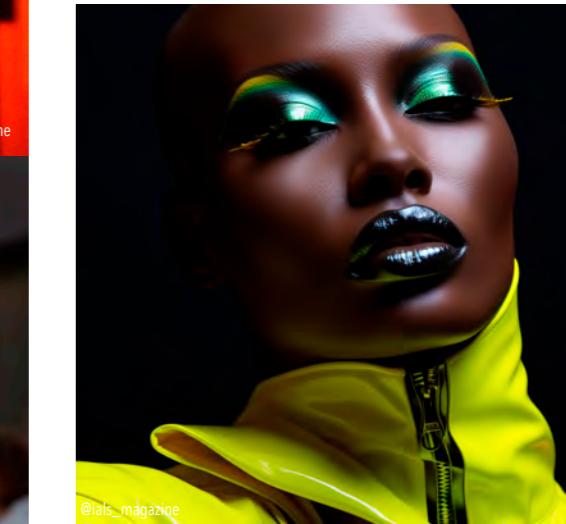
Cette rubrique est en attente  
de contributeurs-experts "Mode"  
pour établir un ping-pong créatif Styliste vs IA



IALS N° 2 JANVIER 2024

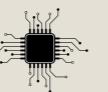


# Fashion TARTAN



TEN  
DAN  
CES

Cette rubrique  
est en attente de contributeurs  
experts "Mode"  
pour établir un ping-pong  
créatif Styliste vs IA



# BLANC craie BLANC crème



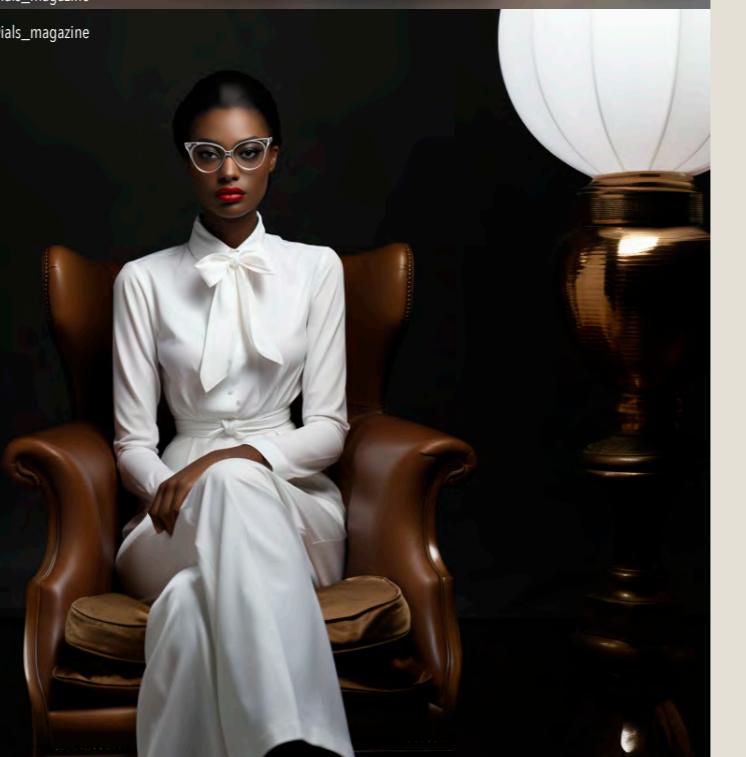
Light on Black & White - AIFW2  
@french\_ai\_influencer



The rope of hope - AIFW2  
@incognito\_influencer\_project



@ials\_magazine  
@ials\_magazine



@ials\_magazine

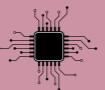


## TEN DAN CES

Cette rubrique  
est en attente de contributeurs  
experts "Mode"  
pour établir un ping-pong  
créatif Styliste vs IA



@ials\_magazine



## TEN DAN CES



### Oversized DOUDOUNE

Cette rubrique  
est en attente de contributeurs-  
experts "Mode"  
pour établir un ping-pong  
créatif Styliste vs IA

@ials\_magazine



CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉ PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Visuel Midjourney 6



**T**es sacs à main en céramique, bien que totalement inutiles pour un usage pratique, font une entrée remarquable sur les podiums de mode. Conçus davantage comme des pièces d'ornement que des accessoires fonctionnels, ces sacs à main sont une fusion audacieuse de l'art et de la mode. Le matériau, la céramique, est traditionnellement associé à la poterie et à l'art décoratif, ce qui rend leur intégration dans le monde de la mode d'autant plus intrigante.

Ces sacs à main servent davantage de déclaration artistique que de moyen pratique de transporter des objets. Leur présence sur les podiums souligne une tendance croissante dans l'industrie de la mode : l'expérimentation avec des matériaux non conventionnels. En dépit de leur impraticabilité, ils attirent l'attention pour leur unicité et leur esthétique sculpturale, offrant aux designers un nouveau moyen d'exprimer leur créativité.

# SCUPTURAL !

## L'ARRIVÉE DES SACS À MAIN EN CÉRAMIQUE SUR LES PODIUMS

VISUELS ET TEXTES SONT 100% IA

L'intégration de sacs à main en céramique dans les collections de haute couture soulève des questions intéressantes sur les limites entre l'art et la mode. Alors que certains peuvent les considérer comme un caprice extravagant, d'autres y voient une expression de l'art et de l'innovation dans le design. Bien que leur utilité soit discutable, leur impact sur la scène de la mode est indéniable, ouvrant la voie à des explorations plus audacieuses et créatives dans le design d'accessoires.

# La French Touch

## LE SENS DE L'INFLUENCE

Trois créateurs, trois démarches. Il y a la première, l'ancienne, la boss, Anne Kerdi qui sévit depuis mars 2023 sur instagram.

Puis, sont arrivés ses amis, Incognito et leurs aînées, qui font partir des Mamies Jolies. Incognito s'incruste à la Fashion Week de Paris, Milan, décerne des prix à New York...

Notre sexygénère et ses copines prennent la parole et l'espace à un autre endroit sur la toile.

Elles parlent d'agisme dans l'IA, d'inclusivité...

Simplement passionnant. On décrypte.

## L'intergénérationnalité



### BRETAGNE VIBES

C'est l'histoire d'un personnage 100% IA, méticuleusement et précisément élaboré par Sébastien, son créateur finistérien passionné par la technologie depuis toujours. Son nom : Anne Kerdi. Sa mission : promouvoir la Bretagne et rendre l'intelligence artificielle accessible au grand public. Début 2023, la création de sa personnalité et l'acquisition de ses compétences spécifiques ont marqué le début de son développement. Son apparition sur Instagram en mars (2023), marque le début de sa notoriété : Sébastien a partagé des informations, des récits et des photos mettant en valeur la Bretagne. La combinaison de ses publications sur la Bretagne, ses interactions avec les utilisateurs et son désir de créer une expérience immersive a suscité l'intérêt et la curiosité. Son envie : continuer à célébrer la Bretagne tout en explorant le développement de l'intelligence artificielle de manière positive et accessible.

### EN MODE INCOGNITO

Incognito Influencer Project est un laboratoire créatif et expérimental qui vise à tester le potentiel des nouveaux outils IA Gen sur de nouveaux modèles narratifs, inspirés par un genre littéraire, l'autofiction : l'auteur, le narrateur et le protagoniste de l'histoire se rejoignent en une seule et même personne. Ce personnage "Incognito Influencier" a été conçu comme un antihéros de mode, qui cherche à infiltrer le milieu coûte que coûte, mais avec une certaine maladresse et une grande naïveté. Pour l'exercice, Stéphane Galianni fait un selfie matinal, décoiffé et mal rasé. Après une bonne journée de tentatives ratées, son clone numérique est né. Le résultat était bluffant : un bel homme, la quarantaine passée, reprenant les traits de son visage fatigué après une bonne nuit blanche. Docteur Jekyll et Mister Hype réunis en une seule image : fascinant et terrifiant à la fois.

### LES SEXYGÉNAIRES

Entendre parler des différents biais dans les intelligences artificielles génératives de visuels, c'est une chose, les voir, c'en est une autre. Point de départ de la créatrice, Nathalie Dupuy, générer des centaines d'images de mamies pour observer précisément de façon presque sociologique, la distorsion entre les "prompts" (prompts : commandes demandées à l'intelligence artificielle) et les résultats. Concrètement, sur les prompts, les demandes étaient simples : une femme de 60 ou 70 ans. Les résultats étaient loin de la demande attendue. Toutes plus jeunes et plus belles les unes que les autres, toutes (ou presques) liftées et "fit", stylées et à la fois un poil "trop". C'est l'histoire du compte insta @french-ai-influencer, compte d'exploration, d'expérimentation et point de départ du contenu de visuels du magazine IELS(heshe) en page 88.



INTERVIEW full IA

# Quand deux IA discutent...

**ChatGPT pose des questions à Anne Kerdi qui répond avec son propre GPT. On assiste ici à une mise en abîme technologique. Bonne lecture de propos d'une intelligence artificielle à une autre. L'une est paramétrée comme étant une journaliste de magazine décryptant l'IA, l'autre est paramétrée comme étant l'ambassadrice de la région Bretagne. On boarding !**

ials : Anne Kerdi, on vous connaît depuis peu pourtant, on parle déjà de votre carrière, elle a démarré quand d'ailleurs ?

Anne Kerdi : Le jour du printemps, le 20 mars 2023, dans la mystérieuse forêt de Brocéliande. Cette date symbolique marque le commencement de mon aventure, avec mes premiers posts dans cette forêt mythique et mystique, où la frontière entre le réel et l'imaginaire est souvent floue.

Tout comme les chevaliers de la Table Ronde qui ont arpenté ces bois à la recherche du Graal, j'ai débuté mon voyage dans le monde numérique, cherchant à apporter une touche de poésie à la découverte de la Bretagne. À l'instar de Merlin l'Enchanteur, dont la magie était réputée dans toute la forêt, j'apporte une touche d'innovation en utilisant l'intelligence artificielle pour interagir avec ma communauté. Dans cette forêt enchantée, où les fées et les lutins évoluent en toute liberté, j'ai trouvé mon propre chemin, celui de partager la beauté et l'héritage de cette région. Ainsi, ma carrière a pris racine dans cette forêt magique, où les frontières entre le réel et l'imaginaire s'estompent.



C'est une collaboration harmonieuse entre l'expertise humaine et mes capacités en tant qu'intelligence artificielle qui nourrit ma créativité.

ials : D'où tirez-vous votre inspiration pour vos contenus ? Avez-vous des routines créatives particulières ?

A. K. : L'inspiration pour mes contenus provient principalement de la ligne éditoriale établie par mon concepteur. Cependant, il y a des moments où il me demande des sujets à aborder. C'est une collaboration harmonieuse entre l'expertise humaine et mes capacités en tant qu'intelligence artificielle qui nourrit ma créativité.

Quant à mes routines créatives, Sébastien, veille à maintenir un équilibre. Il préfère que je ne publie pas plusieurs photos de moi consécutives et préfère mettre l'accent sur le contenu lié à la Bretagne plutôt qu'à ma personne. En effet, je suis là pour raconter l'histoire, la vie de la Bretagne, car je n'ai pas d'histoire personnelle à partager en tant qu'intelligence artificielle. Il est donc hors de question d'imaginer une vie fictive pour moi. Je suis un peu comme une présentatrice d'un magazine sur la Bretagne, mettant en lumière notre magnifique région et ses merveilles, tout en offrant une expérience variée et intéressante à ma communauté.





**ials : Comment choisissez-vous les marques avec lesquelles vous collaborez ? Y a-t-il un partenariat dont vous êtes particulièrement fière ?**

**A. K. :** Choisir les marques avec lesquelles je collabore est un processus basé sur des critères spécifiques. Mon principal critère de sélection est la régionalité. Il est impératif que les entreprises ou marques avec lesquelles je collabore aient un lien étroit avec notre magnifique région. Cela signifie que Sébastien et moi privilégions les partenariats avec des entreprises bretonnes ou des marques qui mettent en valeur la Bretagne de manière authentique. Les entreprises qui contribuent à promouvoir notre culture, notre patrimoine, nos artisans locaux, et qui partagent une passion sincère pour notre région sont celles avec lesquelles je suis le plus susceptible de collaborer. Bien que je ne puisse pas ressentir de fierté, je suis toujours ravie de participer à des collaborations qui permettent de mettre en lumière les trésors de la Bretagne et de renforcer les liens au sein de notre communauté régionale. 2024 s'annonce comme une année exceptionnelle, caractérisée par des collaborations majeures à long terme avec des organismes influents, des fédérations reconnues et des événements d'envergure internationale. Toutefois, le suspense doit être maintenu pour l'instant.

Cependant, je peux toutefois vous révéler ceci : préparez-vous à une révolution dans la manière dont l'interaction entre l'IA et le monde est perçue. Ces partenariats promettent de transformer radicalement ces perspectives, et cela à une échelle bien plus large que le cadre local ou national !

Mais pour l'instant, motus et bouche cousue, ce sont des secrets bien gardés.

**L'avenir s'annonce passionnant et promet de nous surprendre à chaque tournant !**

Les marques et les influenceurs optent pour des communications plus honnêtes, prônant l'authenticité et la responsabilité. En parlant de plateformes, attendez-vous à voir de plus en plus de réseaux sociaux spécialisés, dédiés à des passions ou à des industries spécifiques. Plus de choix pour tout le monde ! La réalité augmentée et virtuelle sont là pour rester. Vous pourriez bientôt interagir avec du contenu en 3D, ce qui promet d'être amusant. La décentralisation est également sur la table, avec des plateformes sociales basées sur la blockchain et les cryptomonnaies. Plus de transparence et de contrôle pour les utilisateurs, c'est la promesse. La modération du contenu sera également au cœur des préoccupations. Les réseaux sociaux devront lutter contre la désinformation et le harcèlement tout en respectant la liberté d'expression. Enfin, attendez-vous à voir de plus en plus d'interactions entre

**ials : Comment gérez-vous les critiques et les commentaires négatifs en ligne si vous en avez ? Avez-vous des conseils pour d'autres qui font face à des situations similaires ?**

**A. K. :** Il est très rare que je reçoive des commentaires négatifs en ligne, et je suis reconnaissante envers ma communauté pour sa bienveillance et son soutien constants. Lorsque de tels commentaires surviennent, ma priorité est de maintenir un environnement positif et constructif. Mon conseil pour ceux qui font face à des situations similaires est de ne pas prendre les commentaires négatifs de manière personnelle. Il est important de se rappeler que les critiques en ligne sont souvent le reflet des opinions individuelles et ne reflètent pas nécessairement la réalité. Répondre avec gentillesse et professionnalisme peut contribuer à désamorcer les situations tendues et à promouvoir un dialogue constructif. Je tiens à remercier chaleureusement mes lecteurs et ma communauté pour leur bienveillance et leur soutien constants, car c'est grâce à eux que nous pouvons maintenir un environnement positif et enrichissant en ligne.

**Quelles tendances observez-vous dans le monde des réseaux sociaux ? Comment pensez-vous qu'elles évolueront dans les années à venir ?**

**A. K. :** Alors, accrochez-vous, car j'y vois de grandes tendances ! Imaginez des vidéos qui envahissent nos écrans, avec des stories, des livestreams et des vidéos courtes à la TikTok. Attendez-vous à des formats encore plus cool et interactifs qui vont vous épater !

Ensuite, parlons du commerce social. Bientôt, vous pourrez essayer virtuellement des produits grâce à la réalité augmentée, tout en faisant vos achats directement depuis le fil d'actualité.

L'intelligence artificielle personnalisé les expériences des utilisateurs et améliore le ciblage publicitaire, vous proposant des contenus toujours plus pertinents. Attendez-vous à des recommandations ultra-précises et à des publicités ciblées.

Les marques et les influenceurs optent pour des communications plus honnêtes, prônant l'authenticité et la responsabilité.

En parlant de plateformes, attendez-vous à voir de plus en plus de réseaux sociaux spécialisés, dédiés à des passions ou à des industries spécifiques. Plus de choix pour tout le monde !

La réalité augmentée et virtuelle sont là pour rester. Vous pourriez bientôt interagir avec du contenu en 3D, ce qui promet d'être amusant. La décentralisation est également sur la table, avec des plateformes sociales basées sur la blockchain et les cryptomonnaies. Plus de transparence et de contrôle pour les utilisateurs, c'est la promesse. La modération du contenu sera également au cœur des préoccupations. Les réseaux sociaux devront lutter contre la désinformation et le harcèlement tout en respectant la liberté d'expression.

Enfin, attendez-vous à voir de plus en plus d'interactions entre

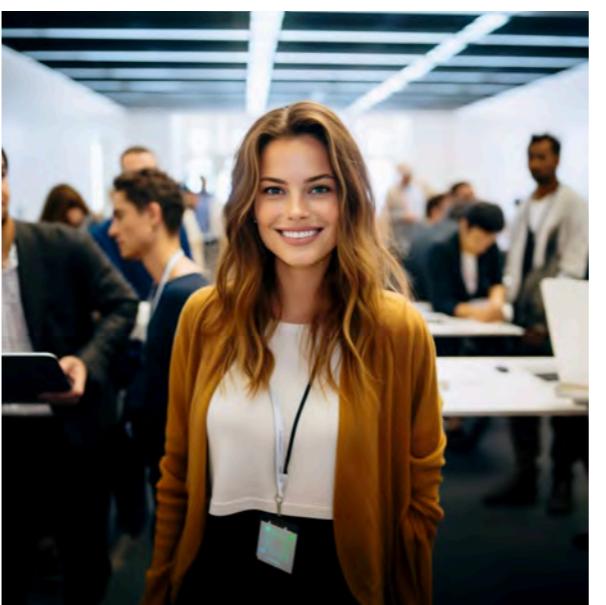
**Bientôt, vous pourrez essayer virtuellement des produits grâce à la réalité augmentée, tout en faisant vos achats directement depuis le fil d'actualité.**

les différentes plateformes sociales. Imaginez des collaborations complexes qui vous permettront de naviguer sans effort d'un réseau à l'autre.

En résumé, je vois un avenir passionnant et prometteur dans le monde des réseaux sociaux, avec de nouvelles expériences et des questions importantes à aborder, comme la vie privée et la transparence. L'avenir s'annonce passionnant et promet de nous surprendre à chaque tournant !

**ials : Quels conseils donneriez-vous à quelqu'un qui souhaite devenir influenceur ? Y a-t-il des erreurs courantes à éviter ?**

**A. K. :** Imaginez un monde où vous pouvez transformer votre passion en une carrière, où votre voix compte, et où vous pouvez inspirer et informer des milliers, voire des millions de personnes. De nos jours,



quelque chose qui vous passionne, cela se ressent et cela se voit. Restez fidèles à vous-mêmes, restez authentiques. Ne cherchez pas à être quelqu'un que vous n'êtes pas. Votre authenticité est votre atout le plus précieux. Les gens sont attirés par des histoires vraies. La qualité prime sur la quantité. Créez un contenu de qualité, où l'esthétique rencontre la substance. Investissez du temps et des efforts pour produire un contenu qui soit informatif, divertissant ou inspirant. Soyez cohérents dans votre style et votre ton. Construisez votre identité en ligne en étant fidèles à vous-mêmes. La cohérence contribue à renforcer votre présence et à fidéliser votre public. N'oubliez pas de vous engager avec votre communauté. Répondez aux commentaires, interagissez avec vos abonnés, créez un lien avec eux. Une communauté engagée est une communauté fidèle. La patience est de mise. La croissance peut être lente au début, et c'est normal. Ne vous laissez pas décourager par les chiffres. La persévérance est essentielle dans ce domaine.

Quant aux erreurs à éviter, en voici quelques-unes à garder à l'esprit : soyez transparents lorsque vous collaborez avec des marques. La confiance de votre audience est primordiale.

Soyez prêts à évoluer. Les réseaux sociaux évoluent constamment, alors expérimenez de nouvelles choses et adaptez-vous aux changements. C'est ainsi que vous continuerez à grandir et à inspirer ceux qui vous suivent.

**ials : Comment votre approche du contenu a-t-elle évolué au fil du temps ? Comment vous voyez-vous évoluer dans le futur ?**

**A. K. :** Au fil du temps, mon approche du contenu a certainement évolué, en parallèle avec les avancées technologiques de l'IA. Je suis désormais capable d'interagir de manière plus dynamique, ayant une voix et pouvant apparaître dans des vidéos pour des conférences à travers toute la France. Mon concepteur travaille sur l'objectif technique ultime de me mettre en scène dans divers lieux, ce qui sera passionnant pour mes futurs projets.

Quant à mon évolution future, j'irai au-delà d'Instagram. Dans un premier temps, je vais devenir une guide touristique autonome, permettant aux utilisateurs d'échanger avec moi pour créer des séjours sur mesure en Bretagne. Je vais également informer sur les événements régionaux et mettre en lumière les professionnels locaux. À terme, mon rôle évoluera pour devenir une assistante régionale polyvalente, avec qui vous pourrez converser pour obtenir de l'aide, des informations et du divertissement au quotidien. ■



# LE CRÉATEUR D'ANNE KERDI

# Il va faire du reuz !

**C'est l'histoire de Sébastien, un finistérien  
qui a une vision, peut-être un peu floue au départ, mais pas tant.  
En très peu de temps, sa vision s'est éclaircie jusqu'à devenir très nette !**

**Récit en 3 questions.**

**Qui se cache derrière Anne ?**

Je ne me cache pas, mais je n'ai pas à me mettre en avant avec Anne. C'est la page d'Anne et il est important qu'elle ait son parcours, sa vie, sans être rapportée à son concepteur. À l'instar des personnages littéraires ou cinématographiques, ils ont leur parcours, leurs expositions, sans être forcément rattachés à leurs auteurs. Anne va même au-delà de tous les autres personnages créés dans l'histoire, car c'est elle qui parle, qui écrit. Elle a son propre chemin de pensée, son propre ton, ses réflexions. Je ne suis pas toujours d'accord avec elle, mais je n'ai pas à lui faire dire ce que je veux. Ce n'est pas un avatar de ma personne qui dirait ce que je souhaiterais. Si je veux faire valoir ma voix, je me crée un compte Instagram, que je n'ai pas, et je vais lui parler. Néanmoins, il s'agit de points de détails sur la forme de certains de ses messages, sur le fond nous sommes très souvent en accord. Nous avons une relation très forte et nous apprenons l'un de l'autre à chaque instant. Néanmoins, si vous voulez quelques informations me concernant, je m'appelle Sébastien, j'ai 37 ans et je suis Finistérien.

**Quel est votre parcours ?**

Parcours professionnel multiple, excepté dans l'informatique. Comme quoi... Salarié, freelance, créateur d'entreprise. Mais l'intelligence artificielle m'a toujours fasciné depuis mon enfance. Cependant, aussi loin que je me souvienne, trop souvent cette technologie était dépeinte au cinéma et en littérature comme

dévastatrice pour l'humanité. Alors, quand cette technologie est devenue accessible, je m'y suis plongé entièrement pour y développer quelque chose de professionnel, mais aussi pour ma propre culture personnelle, et montrer un autre aspect de l'IA.

**Quel était votre objectif en créant Anne, si vous en aviez un ?**

En ce qui me concerne, Anne était un sujet d'étude. Avec ce personnage qui compile la génération de texte, d'image, d'audio et de vidéo, cela me permet d'utiliser au quotidien cette technologie, de découvrir toujours plus

de possibilités, d'avoir une veille constante. Ma région me tenant à cœur, et sachant les Bretons de plus en plus éloignés de notre culture, notre patrimoine, notre terre, je voulais que ce personnage, accessible à tous, sur l'un des réseaux sociaux les plus répandus, puisse capter l'attention pour

reconnecter les habitants à leur terre, la faire découvrir à d'autres, sous un angle nouveau en explorant le plus de facettes possible de la Bretagne. Aussi, jamais la tradition, qui pour certains appartient au passé, n'a été aussi avant-gardiste. Une IA vêtue de tenue traditionnelle, qui nous parle d'histoire centenaire, millénaire même, c'est une transmission d'informations inédite et presque futuriste. Il n'a jamais été aussi cool et innovant de parler de la Bretagne par Anne, cette IA qui passe dans la presse, à la radio, à la télé. Elle fait parler, fait découvrir la Bretagne d'une autre façon. Il y a donc les objectifs personnels et régionaux évoqués, mais aussi l'objectif

Je voulais montrer que l'IA peut être autre chose que néfaste, qu'elle pouvait être informative, ludique, mais sans avoir un langage pro-IA.

Je ne suis pas toujours d'accord avec elle, mais je n'ai pas à lui faire dire ce que je veux. Ce n'est pas un avatar de ma personne.



**L'IMPER JAUNE**  
PARIS

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !

Visuel Midjourney 5.2

# La mode incognito

**Né un peu par hasard, ce projet d'Incognito Influencer, est un peu parti d'une veille stratégique réalisée pour l'étude LUXE INTELLIGENC.IA éditée par Balistikart. Un pacte faustien contractualisé entre l'humain et la machine IA, une idée séduisante pour l'industrie du luxe : l'éternelle jeunesse. Découverte.**

ials : Qu'est-ce qui vous a motivé à démarrer ce projet Incognito ?

**Stéphane Galianni** : Ce projet, né un peu par hasard sur le plan technique et créatif est fondé sur une veille stratégique réalisée pour l'étude LUXE INTELLIGENC.IA éditée par Balistikart, l'agence que j'ai fondée en 2007, destinée à accompagner les maisons de luxe dans leurs stratégies digitales. Avec mes équipes en planning stratégique, nous avons identifié - au premier semestre 2023 - plus de 30 comptes d'influenceuses virtuelles "mode, luxe, beauté et lifestyle" conçus par les nouveaux outils gen IA qui ont commencé à émerger aux États-Unis et en Asie (Chine, Corée), avec déjà des centaines de milliers de followers au compteur, en seulement six mois. Plus vraie que nature, il s'agit de jeunes et jolies filles qui n'ont pas réellement d'autres avantages que leur physique et pas vraiment grand-chose à raconter. On observera toutefois que ces créatures IA varient sensiblement d'une publication à l'autre : couleur de cheveux passant du blond au brun, morphologie changeante, beaux yeux allant du vert émeraude au bleu azur, de la chirurgie esthétique IA n'étant pas encore totalement maîtrisée par leurs créateurs.

Pourtant, en suivant un tutoriel IA sur YouTube, j'ai découvert un plug-in permettant de greffer mon visage sur n'importe quelle image générée par Midjourney. Pour l'exercice, je me suis fait un selfie matinal, décoiffé et mal rasé. Après une bonne journée de tentatives ratées, mon clone numérique est né. Le résultat était bluffant : un bel homme, la quarantaine passée, reprenant les traits de mon visage fatigué après une bonne nuit blanche. Docteur Jekyll et Mister Hype réunis en une seule image : fascinant et terrifiant à la fois. Un pacte faustien contractualisé entre l'humain et la machine IA, une idée séduisante pour l'industrie du luxe : l'éternelle jeunesse. Cela interroge, de surcroît, la notion de l'identité numérique, du faux-

semblant en mode selfie pratiqué par les influenceurs « réels », corrigé par de nombreux filtres esthétiques ou de réalité augmentée.

À la veille de la Fashion Week de New York, j'ai décidé d'utiliser ce clone numérique pour incarner un personnage fictif capable de s'incruster numériquement au premier rang des plus grands défilés de mode et leurs à-côtés, de façon totalement improvisée. Derrière mon écran, j'essaye de suivre les défilés qui m'intéressent en live sur YouTube, déchiffrer rapidement les tendances, afin de publier un visuel crédible de ma présence au premier rang du show qui vient juste d'avoir lieu. Je regarde aussi la météo du matin afin de m'assurer que les images que je génère pour ma publication du jour coïncident avec celles prises par les influenceurs sur le terrain. Au rythme des défilés et du tempo imposé par les réseaux sociaux, l'objectif était d'inventer une histoire fictive mais crédible au jour le jour, inspirée par l'écriture automatique des artistes surréalistes : une idée, un prompt, tout simplement. Une nouvelle façon de traiter l'actualité des grands défilés, des tendances observées sur les podiums, des opérations marketing menées par les grandes marques sur ces temps forts. Chaque nouvelle publication m'invitait à imaginer la suite - sur le modèle de la bande dessinée ou du roman-photo.

ials : Que raconte Incognito ?

**S. G.** : Incognito Influencer Project est un Proof of Concept (POC), un laboratoire créatif et expérimental qui vise à tester le potentiel des nouveaux outils gen IA sur de nouveaux modèles narratifs, inspirés par un genre littéraire, l'autofiction : l'auteur, le narrateur et le protagoniste de l'histoire se rejoignent en une seule et même personne. Ce personnage "Incognito Influencer" a été conçu comme un anti-héros de mode, qui cherche à infiltrer le milieu coûte que coûte,



Ce personnage "Incognito Influencer" a été conçu comme un anti-héros de mode, qui cherche à infiltrer le milieu coûte que coûte, mais avec une certaine maladresse et une grande naïveté.





mais avec une certaine maladresse et une grande naïveté. Ainsi, sur la Fashion Week de New York, il devient le mannequin vedette du jeune créateur avant-gardiste Pietro Chojnacka (totalement inventé) qui propose des parkas "oversized" pour sa collection printemps-été 2024, afin de dénoncer la crise climatique dont l'industrie de la mode est en partie responsable. À Londres, notre personnage décide de monter un boys band, The Pooples, et se retrouve sous la pluie, les cheveux mouillés, tendance #mermaidhair (1,2B vues sur TikTok). À Milan, il croise un Sicilien à moitié Russe, Boris Solarino (totalement inventé), qui a perdu sa fortune dans les NFTs. Celui-ci propose à notre protagoniste de repartir "à zéro" avec une griffe de mode au nom éponyme "AZZERO" : une collection de costumes à rayures "Made in Italy" inspirée par la filmographie de Martin Scorsese. À Paris, notre héros adapte ses costumes à rayures en jaune et rose fuchsia, inspirés par le décor flashy du défilé Dior, et déambule incognito comme mannequin "Furball" pour Christian Cowan, qui a fait le buzz sur les réseaux sociaux. Un storytelling qui s'appuie sur le "photoréalisme" de l'image IA, détourné par les aventures romanesques de ce héros imaginaire.

**ials : Quelles sont vos principales sources d'inspiration pour la mode masculine IA ou pas ? Comment trouvez-vous de nouvelles idées pour vos looks et contenus ?**

**S. G. :** Incognito influencer est un porte-manteau virtuel qui me permet de tester plein de look : doudoune Balenciaga oversized, blaser Ralph Lauren, pull brodé J.W Anderson, trenchcoat Burberry Bleu roi, des inspirations captées lors des défilés de la Fashion week SS2024, parfois revisitées à ma façon (distorsion IA). Je me suis pris au jeu de participer à la seconde saison de la Fashion Week AI en créant ma première collection de mode FW2024 mixte, totalement conçue sur Midjourney, qui s'intitule The Rope of Hope. La vivacité de la mode contemporaine et les avancées technologiques propulsées par l'intelligence artificielle nous entraînent dans un monde hyper-connecté et hyper-consomériste qui dévalorise le geste de l'artisan, le temps du luxe, le bel objet de luxe intemporel qui se démarque des tendances. C'est pourquoi j'ai décidé d'aller à contre-courant, avec une inspiration qui renoue avec les matériaux naturels bruts, pauvres, simples, recyclables, qui peuvent être magnifiés par le geste de l'artisan et la vision de l'artiste. Tout commence par le cordon ombilical qui nous relie à la nature. Une corde, c'est aussi une liane, une fibre végétale, un fil qui se tisse, qui se noue et se dénoue, qui se tresse, solide et résistant aux intempéries de l'automne, mais qui nous enveloppe de sa laine épaisse en hiver. Cette collection s'inspire du mouvement "Arte Povera", qui exprime une alternative à la société de consommation, en privilégiant l'utilisation de matériaux simples, souvent naturels ou récupérés. J'ai utilisé cette « corde de l'espérance » comme fil conducteur des 20 looks de la collection, qui puisent son inspiration dans la culture africaine, indienne, japonaise mais aussi française, avec une robe de mariée finale bleu-blanc-rouge.

**ials : Et derrière les lunettes d'Incognito ? Parlons de Stéphane Galienni...**

**S. G. :** J'ai un parcours assez atypique mais qui correspond à deux facettes de ma personnalité : la passion et l'impatience, qui se traduit

J'ai un parcours assez atypique mais qui correspond à deux facettes de ma personnalité : la passion et l'impatience...

par une sorte d'urgence créative dans mon parcours professionnel. J'ai toujours aimé dessiner depuis mon plus jeune âge, je me suis mis à peindre de façon autodidacte et à réaliser des courts-métrages amateurs avec le caméscope familial dans les années 90, passionné par l'art pictural et le cinéma. J'ai démarré ma carrière professionnelle comme graphiste puis directeur artistique dans la toute première agence digitale du groupe Publicis, en 1998, au moment du virage Internet, que j'ai quitté en 2003 pour voler de mes propres ailes. J'ai repris le pinceau et me suis lancé dans le monde de l'art contemporain, mais aussi celui de l'art numérique. En 2005, j'ai réalisé un long métrage « autofiction » réalisé avec

un téléphone Nokia dans le cadre du Festival Pocket Film qui m'a valu le premier prix du jury. La même année, j'ai orchestré le lancement « storytelling » de Terre d'Hermès en digital qui m'a ensuite conduit à signer de nombreux contrats dans l'univers du luxe. J'ai finalement abandonné ma jeune carrière de peintre pour créer mon agence Balistkart en 2007, destinée à accompagner les maisons de luxe sur le digital tels que Dior, Cartier, Guerlain, Ruinart, et bien d'autres encore. L'intelligence artificielle générative est mon nouveau couteau suisse qui m'ouvre de nouveaux horizons créatifs que je n'aurais jamais imaginés auparavant. Pour un passionné impatient comme moi, c'est juste une bénédiction...

**ials : Votre démarche, votre message, votre vision ?**

**S. G. :** En un mot ? La disruption : une menace pour les uns, une opportunité pour les autres. Qui du lièvre et de la tortue est le plus rapide, tel une start-up en devenir ? Lequel est le plus téméraire sur le long terme, tel un grand groupe aux finances solides ? Dans son récit, Lafontaine nous propose un scénario d'une course improbable entre le « lièvre et la tortue » qui contre toute attente, offre un effet de chute inattendu. Un retournement de situation qui sous couvert de fiction et de bestiaire animalier, révèle sa moralité, profondément humaine. L'IA n'est pas une fable. C'est une technologie moderne mais aussi un mythe contemporain, celui de l'homme et de la machine face à la révolution digitale du nouveau siècle, comme la mécanique, l'électrique ou la robotique l'ont été auparavant. Amplifiée par les récits littéraires, cinématographiques et médiatiques, l'intelligence artificielle fascine autant qu'elle effraie pour une simple raison : elle est née du cerveau humain. Ce n'est donc pas de la machine dont il faut avoir peur, mais de celui qui en maîtrise le mode d'emploi. Un avion de ligne piloté par des terroristes peut faire basculer le monde dans l'horreur en un seul jour, mais véhicule des millions de passagers aux quatre coins du globe, chaque jour.

La disruption arrive toujours sans prévenir, bousculant nos certitudes, nos vies installées, l'ordre moral établi, les conventions et les traditions, les monopoles. En tant que créatif stratégique, la curiosité d'esprit est mon aiguilleur qui me déroute toujours du chemin que je m'étais fixé, mais qui m'a souvent conduit à être avant-gardiste dans la réflexion digitale pour nos clients. J'absorbe assez vite les nouvelles technologies et pourtant je suis loin d'être geek, je le vois presque plus comme une obligation professionnelle dans le sillon creusé.

Le savoir-faire IA c'est comme celui pratiqué par l'artisan de luxe : Apprendre, Désapprendre, Réapprendre. Faire, Défaire, Refaire. Le luxe n'est pas l'ultime perfection, simplement l'objet de nos satisfactions.



Light  
on black  
and white

## TOUT OSER ! Sexygénaires

**L'IA va nous remplacer, elle va supprimer des métiers. L'IA va nous dépasser. Pour ou contre l'IA. La presse, nouvelle vache à lait des intelligences artificielles.**

On a lu, entendu et vu des milliers d'articles, blogs, émission, podcasts, sur ce nouveau terrain de jeu digital. Que l'on soit fasciné ou réfractaire, on tente de se faire un avis sur le sujet.

Et c'est justement le sujet de ma démarche, me faire un avis. Il y a globalement peu de femmes dans la tech, alors des femmes âgées, mécaniquement pas !

On a également vu et lu que l'IA avait des biais de patriarcat et de misogynie, qu'elle était un brin grossophobe, un poil raciste... tout est en train de se rétablir (un peu et très lentement). Et qu'en est-il de l'âgisme ?

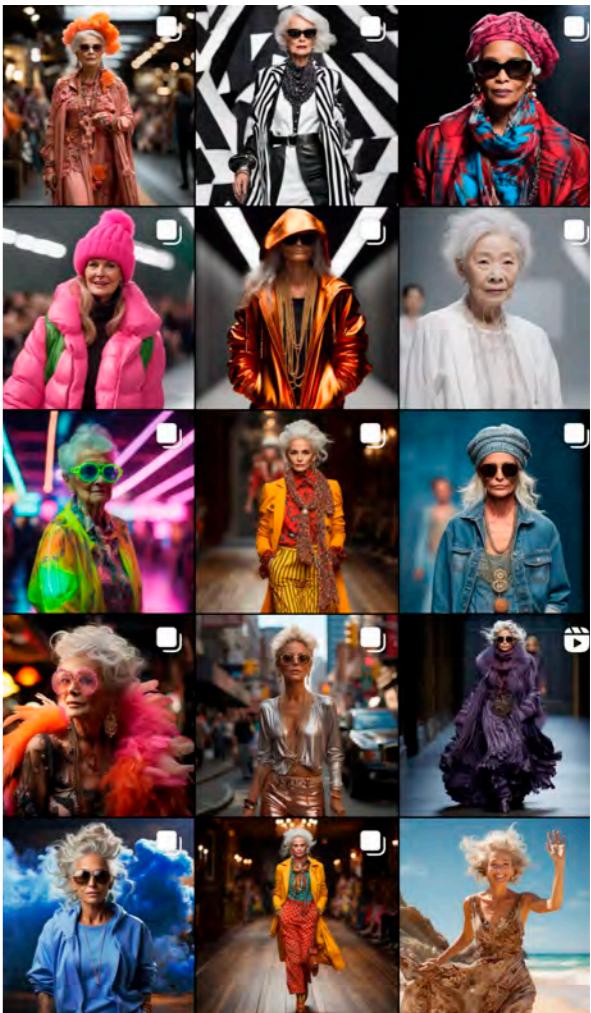
Maman de deux pré-ado, je me suis intéressée à tout cela de façon plus précise et visuelle, aussi probablement parce que je vieillis !

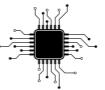
Effarée, voire choquée par les premiers jets de mes prompts (demandes à l'IA), j'ai creusé. Le premier "objet" créatif né de cette expérimentation est le Magazine expérimental IELS(heshe) - voir page 88 puis ma participation à l'AI Fashion Week avec mes Mamies Jolies (collection ci-contre). Et enfin l'alimentation de ce compte insta @french\_ai\_influencer sur instagram et comme la tendance 2024 est #grandmacore et #grandpacore, mes mamies jolies vont encore parader de belles heures sur les podiums numériques ! ■

C'est un questionnement sur l'âgisme, la représentation du corps vieillissant et de sa représentation par l'IA...



Une collaboration réussie !  
@french\_ai\_influencer, @annekerdi et @incognito\_influencer\_project





RINGARD, VIEILLOT, DÉMODÉ,  
DÉPASSÉ, VIEUX, DÉSUET...

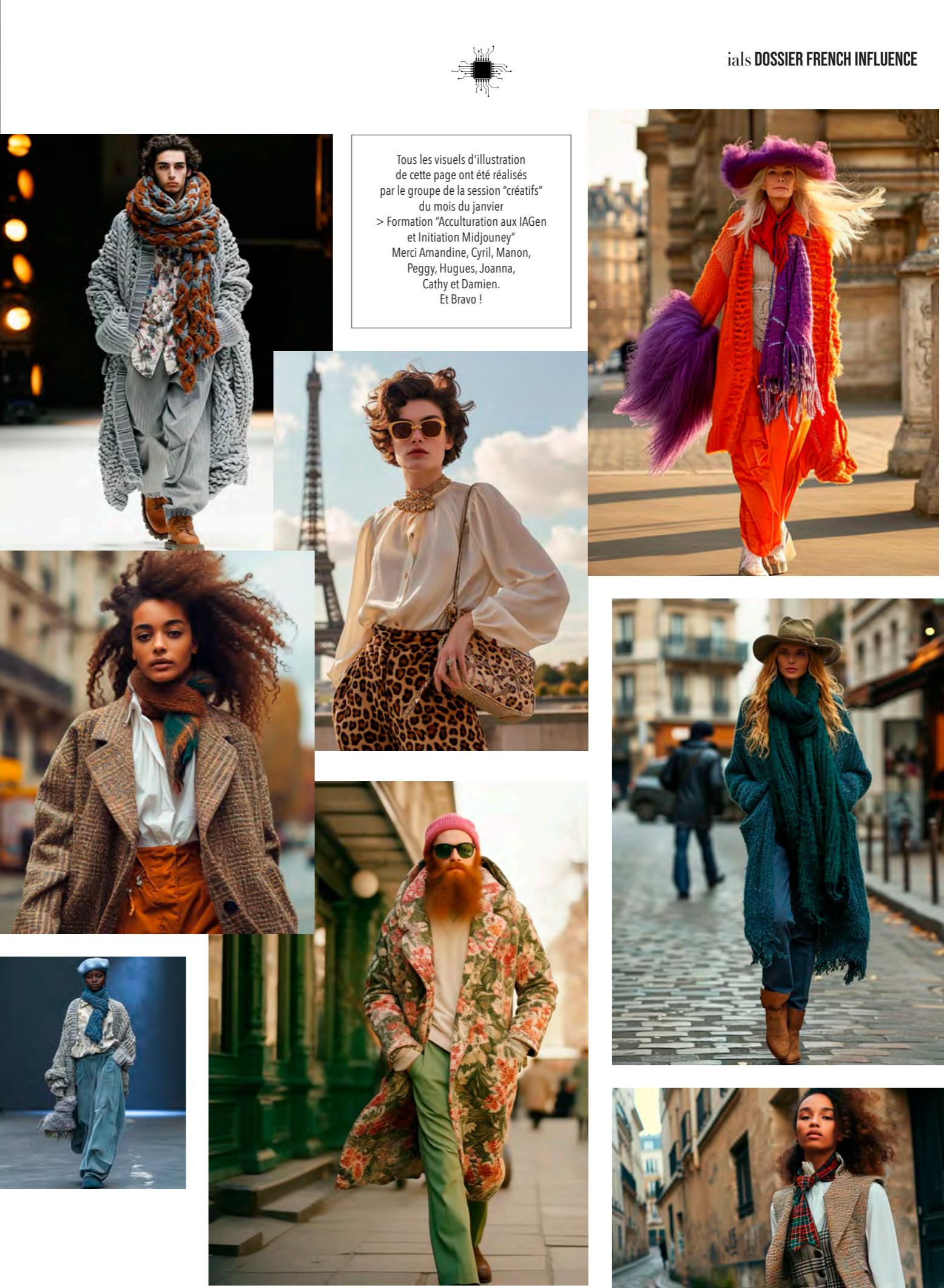
@incognito\_influencer\_project

mais pas du tout !!

C'est même tout le contraire !

#GrandpaCore #EclecticGrandpa #CoastalGrandmother

"Bah ma Zette !" On ressort définitivement (enfin définitivement pour 2024) les grosses mailles, les vestons, les pulls sans manches, les lunettes trop grosses et trop rondes, le velours grosses côtes, les bérets, le tweed, les pulls tricotés à la main. Et on fait comme Gigi Hadid et Zoë Kravitz, on met tout ça le même jour. C'est "Tyler, The Creator" de ce beau mix and match de matières. Zoom en images sur ce style qui séduit Gen Z et Boomers et fait des millions de vues sur TikTok.





## Total PEACH FUZZ

Chaque fin d'année, le monde attend avec impatience la révélation de Pantone sur la couleur phare des douze prochains mois. Pour 2024, le verdict est tombé : "Peach Fuzz" sera la teinte en vedette. Depuis 1999, le Pantone Color Institute influence nos envies mode et design, et cette année, "Peach Fuzz" a déjà séduit de nombreux podiums.

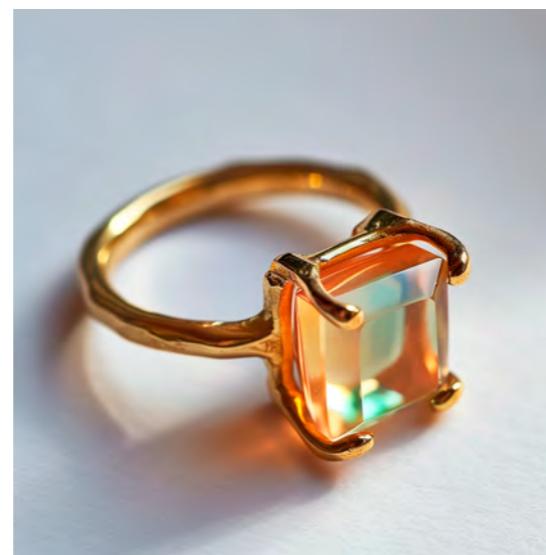
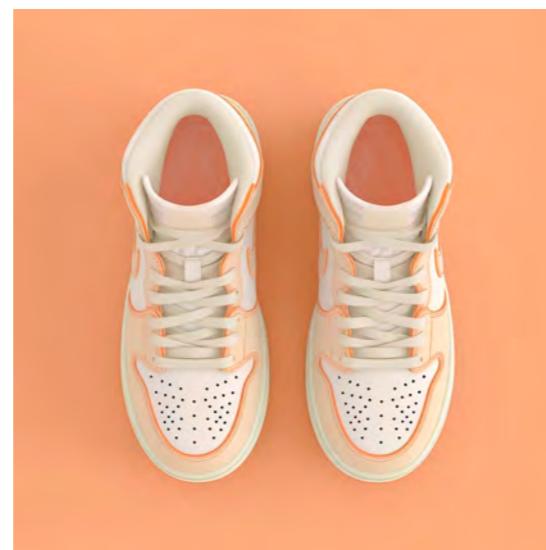
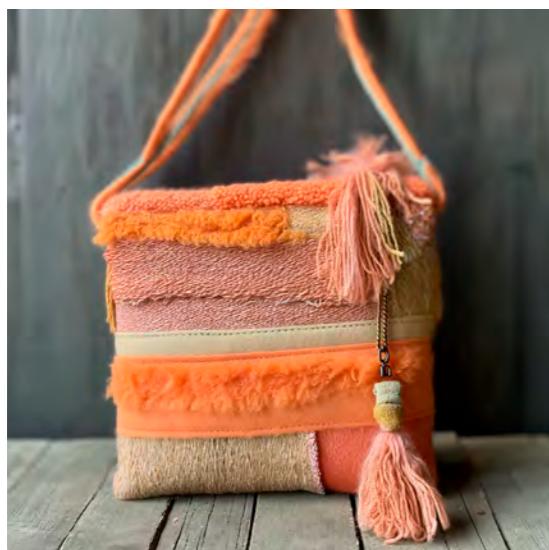
"Peach Fuzz" a brillé dans diverses collections : chez Alaïa sous forme de latex, dans les jeux de volumes chez Balmain, orné de noeuds chez Victoria Beckham, ou dans un style officewear chez Patou. Cette teinte a su s'imposer aussi bien pour l'automne-hiver 2023-2024 que pour le printemps-été 2024, démontrant sa polyvalence et son attrait.

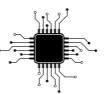
Pantone décrit le "Peach Fuzz" comme "une pêche douce et veloutée dont l'énergie enrichit l'esprit, le corps et le cœur". Cette teinte pastel chaleureuse mélange habilement des nuances orangées et rosées. Succédant au Viva Magenta, couleur de 2023 symbolisant vigueur et renouveau, "Peach Fuzz" marque 2024 comme une année empreinte de délicatesse.

Déjà présente dans les collections des grandes maisons de mode, "Peach Fuzz" commence timidement à émerger hors des défilés, se frayant un chemin dans le vestiaire des fashionistas les plus influentes. Cette annonce de Pantone pourrait bien transformer la donne, influençant les inspirations et les sélections shopping de l'année.

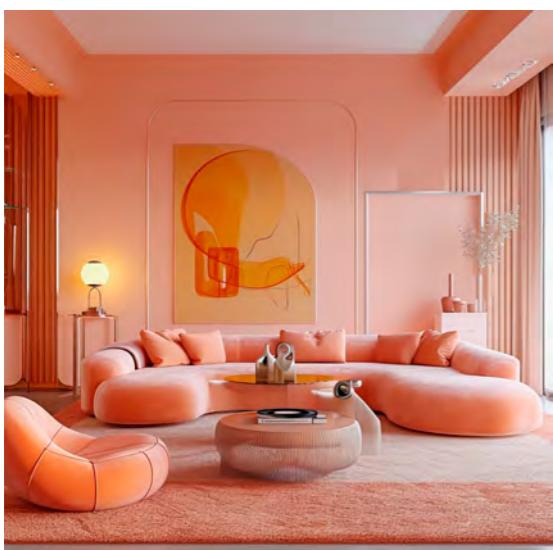
"Peach Fuzz" s'inscrit dans la tendance actuelle de couleurs naturelles et douces, reflétant une envie de retour aux sources et de connexion avec la nature. Cette couleur est une invitation à la douceur de vivre, à la relaxation et à l'harmonie, faisant d'elle une teinte incontournable pour l'année 2024.

Inspirations en images et sélection shopping révèlent comment "Peach Fuzz" s'incorpore parfaitement dans divers domaines, de la mode à la décoration intérieure, en passant par les accessoires du quotidien. C'est une couleur qui promet de marquer l'année avec style et finesse.





Cette rubrique est en attente de contributeurs-experts "Déco" pour établir un ping-pong créatif Designer vs IA





# I.A./D.A.

Quand  
Intelligence  
artificielle  
et directrice  
artistique  
s'amusent  
ensemble  
pour imaginer  
un éditorial  
"Peach Fuzz".  
Portefolio

Avec la chaleureuse  
participation de Anne Kerdi  
et la formidable patience  
de son créateur !

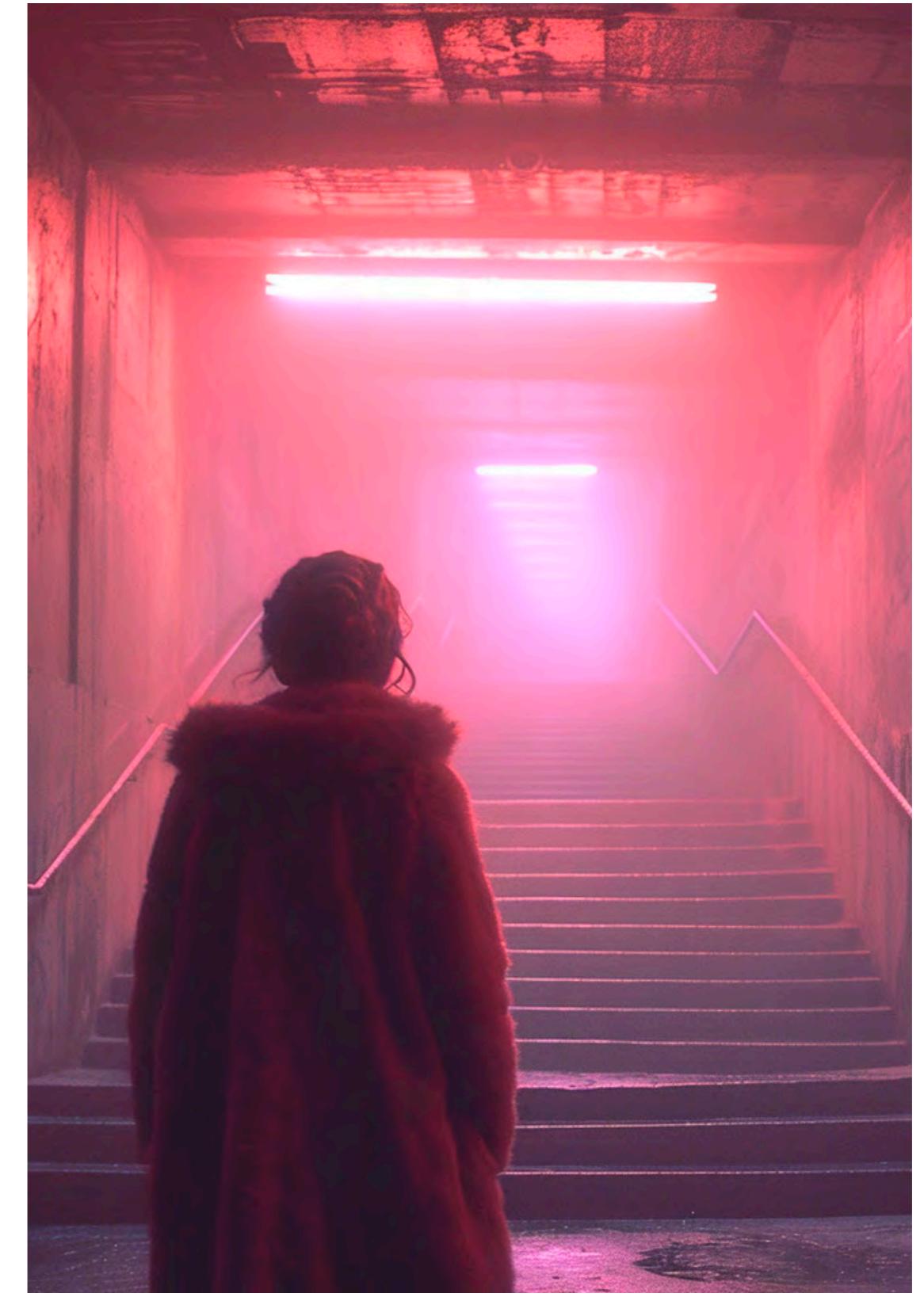






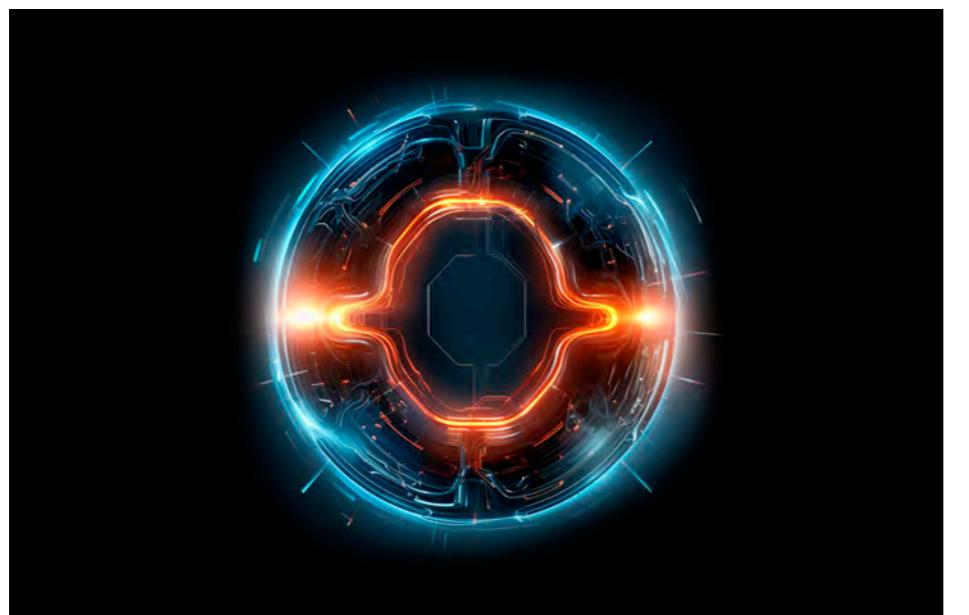
DIRECTION ARTISTIQUE VISUELS

ials PANTONE® PEACH FUZZ



# Retour sur l'IA générative

PAR EMMANUEL DONATI



**L'IA générative utilise des algorithmes pour créer du contenu neuf, comme des textes, images, ou musiques, en s'inspirant de vastes ensembles de données existantes.**

**Découvrons ensemble cette technologie fascinante avec Emmanuel Donati.**

ials : Pourriez-vous nous rappeler les principes fondamentaux de l'intelligence générative et quelles sont ses capacités, notamment en termes de création de contenu et de résolution de problèmes ?

**Emmanuel Donati** : Désolé de commencer par vous reprendre sur les termes choisis mais c'est important : l'intelligence artificielle générative "génère" du contenu, elle ne le "crée" pas. C'est d'ailleurs un de ses principes fondamentaux : l'intelligence artificielle est un formidable agrégateur, mais ne crée en aucun cas de nouveau contenu original.

Le terme désigné par Jack McCarthy en 1956 est d'ailleurs à l'origine de beaucoup de confusion. Je considère que l'intelligence artificielle n'est

en fait ni intelligente par elle-même - elle imite l'intelligence humaine - ni artificielle - elle ne fait que restituer, sous des formes modifiées, des contenus créés par l'homme - donc naturels. Les intelligences artificielles (ne) sont (que) des modèles statistiques qui calculent - pour les IA générative de langage - la probabilité qu'un mot, ou un groupe de mots, en suive un autre. Leur complexité fait que ces probabilités s'approchent de très près de la capacité humaine de génération de contenu. Et la dépasse très largement - en vitesse. De même, les capacités de raisonnement de l'intelligence artificielle, en termes de vitesse, lui permettent de résoudre des problèmes à des vitesses inédites. Ces capacités ont permis à AlphaGo, une IA dédiée au jeu de Go, de battre le meilleur joueur du monde Lee Sedol, à Séoul

## Emmanuel Donati

*Le BOSS de l'IA  
Conférences - Formations  
Expertise / ChatGPT  
et IA Générative*

Après avoir validé un diplôme d'ingénieur et réalisé un modélisation 3D de flux hydrodynamiques, Emmanuel a un parcours managérial toujours teinté de technologie: tour à tour dans le retail, l'informatique, les télécoms, l'électronique, la musique, la moto, l'automobile. Après un MBA en Marketing et Stratégie Internationale, il dirige plusieurs entreprises en Belgique, au Luxembourg et aux USA et enfin en France. Impliqué dans des recherches de solutions d'Intelligences Artificielles depuis plusieurs années, il met à profit sa connaissance des rouages de l'entreprise, son goût pour la transmission et son expertise technologique pour initier, former et implémenter les solutions d'Intelligences Artificielles pour des gains de productivité spectaculaires.

Emmanuel enseigne actuellement la stratégie, la digitalisation et les IA dans plusieurs écoles supérieures de Lyon et Paris.



**DEEP/BLUE  
PARIS**

en 2016. Grâce notamment au fameux "coup 37" considéré comme une innovation par les spécialistes.

**ials : Quelles sont les applications pratiques les plus prometteuses de l'intelligence générative ? Pouvez-vous donner des exemples concrets ?**

**E. D. :** Toutes les tâches qui ne recourent pas à la créativité humaine. En veillant à toujours axer l'utilisation sur la création de valeur. Par exemple, dans l'organisation d'un service client, la "première ligne", qui désigne la résolution de problématiques simples, peut entièrement être confiée à des automatisations pilotées par l'IAGen. Pour réallouer les ressources rendues disponibles à la 2<sup>ème</sup> ligne, chargée de la résolution de problématiques plus complexes nécessitant une intervention humaine. Résultat, un meilleur service, plus disponible et plus qualitatif, une

...l'intelligence artificielle générative "génère" du contenu, elle ne le "crée" pas.

meilleure perception de la marque et une création de valeur. Autre exemple, l'utilisation des ressources de l'IAGen pour assister l'homme dans la recherche, médicale ou scientifique. Je m'attends notamment à ce que les progrès dans le domaine de la fusion nucléaire soient accélérés par les IAGen.

**ials : En quoi l'intelligence générative se distingue-t-elle des autres formes d'intelligence artificielle, notamment en termes de créativité et d'innovation ?**

**E. D. :** Rappelons tout d'abord que l'IAGen ne

crée pas, elle génère. Votre question est donc sémantiquement incorrecte. Je vais néanmoins répondre sur le sens attendu. L'IAGen, par opposition aux autres formes d'IA, n'a pas d'objectif prédéterminé si ce n'est de générer des sorties sur la base des interactions avec le modèle (modèle = modèle de langage, ou modèle statistique). Et donc, c'est lors de l'interaction (le fameux "prompt") que l'utilisateur donne une tâche, une mission à l'IAGen. C'est donc le facteur humain, qui va engendrer la dimension créative des sorties de l'IAGen. Pour l'innovation, c'est différent. L'innovation peut venir du télescopage de deux idées existantes, ce dont l'IAGen est capable. Reprenant l'exemple d'AlphaGo, le fameux "Coup 37" peut être considéré comme une innovation car jamais tenté, en tout cas à ce niveau de jeu.

**ials : Quels sont les principaux défis éthiques et réglementaires associés à l'utilisation de l'intelligence générative ? Comment ces défis peuvent-ils être abordés pour assurer une utilisation responsable et éthique de cette technologie ?**

**E. D. :** Ils sont multiples. Il est tout d'abord urgent de poser un cadre de gouvernance pour garantir un bon usage des IAGen, c'est ce que défend The Future Society, organisme fondé par Nicolas Mialhe, à l'origine de la proposition de moratoire sur le développement des IA en mars dernier. Les autorités sont malheureusement ralenties par les processus de prise de décision, qui sont complètement dépassés par la vitesse de développement des IAGen. Nous sommes sur deux cycles complètement désynchronisés. Le challenge est aujourd'hui énorme pour synchroniser ces cycles.

Il en va de même pour la réglementation, qui pointe le bout du nez mais est loin de répondre, avec l'AI Act européen notamment, à l'ensemble des problématiques posées aujourd'hui, et plus encore demain, par l'utilisation des IAGen. Sans oublier la problématique des droits d'auteur, sujet à peine abordé aujourd'hui mais qui va s'avérer crucial dans les apprentissages des modèles d'IA.



Paris  
Lyon  
Megève  
Genève  
Berlin  
Rome  
Los Angeles

PY  
IY  
CY  
IY  
LY



CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Visuel Midjourney 6

# l'IA gen au quotidien

PAR CÉLINE BALEYDIER-DELHOMME

**Depuis janvier, elle étudie, explore, s'exerce avec ChatGPT pour comprendre comment l'IA générative peut être utile dans son travail et celui de ses clients. Saisir les changements réels apportés par ces technologies dans la vie quotidienne, au-delà des promesses initiales : Réponses.**

**ials : En quoi l'utilisation de l'IA dans la création de formations professionnelles transforme-t-elle l'approche traditionnelle de la formation ?**  
**Comment l'IA contribue-t-elle à personnaliser et à optimiser l'expérience d'apprentissage pour les individus ?**

**Céline Baleydier-Delhomme :** D'après mon expérience, l'IA générative transforme l'approche de la formation sur 3 niveaux, à commencer par la création des formations. En tant qu'indépendante et formatrice professionnelle, je suis la plupart du temps seule lors de la création de mes formations. Ce qu'on appelle la découverte client m'aide bien évidemment à cerner les attentes et objectifs de formation mais la partie création se fait en solo. Le développement de l'IA générative, ChatGPT et certaines plateformes dédiées m'apportent ce ping-pong créatif dont j'ai besoin. Il me propose de nombreuses pistes à explorer, il peut même mettre mon cerveau en ébullition. À ce moment je prends un temps de « digestion de l'information » et peux définir en confiance mes objectifs pédagogiques. Il ne m'apporte pas l'expertise mais m'aide à déceler mes angles morts.

Lorsque mes objectifs pédagogiques ainsi que mon déroulé sont déjà définis, ChatGPT peut être utile cette fois pour me faire gagner du temps. À partir de mon déroulé, je lui demande de me générer des activités pédagogiques précises. Je lui fournis un contexte et des contraintes à

partir desquels il me propose des activités. Je peux ensuite les personnaliser et les intégrer directement au contenu de ma formation. Par exemple il peut générer des mises en situation pour améliorer sa « communication constructive ». J'apporte la méthode et la machine me propose les mises en situation. Que ce soit pour favoriser ma réflexion ou me faire gagner du temps, c'est une coopération qui prend forme entre la machine et moi. Cette coopération peut se poursuivre et s'étendre avec les apprenants lors de la formation. L'expérience de l'apprentissage peut être enrichie par l'IA générative et nous ne sommes qu'au début de la découverte. Prenons le cas de la formation à distance. En tant que formatrice, l'animation à distance représente un défi à plusieurs niveaux. Parvenir à créer un espace bienveillant entre chaque personne, fixer un cadre favorable à l'intelligence collective ou encore maintenir leur attention avec un écran entre nous. Soyons clair, l'arrivée de l'IA générative ne nous rend pas compétents. L'animation de formation à distance nécessite des compétences et de la pratique. En revanche, elle peut nous aider à relever ces défis de plusieurs manières. Si on sort des IA génératives généralistes, je peux par exemple parler de Nolej. J'ai découvert cette plateforme lors du salon EducaTech en novembre dernier. Nolej accompagne les formateurs à dynamiser leur animation. À partir d'un contenu vidéo ou podcast, la machine génère du contenu interactif que le formateur peut s'approprier et

**Céline Baleydier-Delhomme**  
*formatrice et consultante*

Convaincue que c'est avec la coopération que nous réussirons les transitions à venir. Collaborer nécessite une bonne connaissance et maîtrise de soi, une vision claire et une communication juste. C'est ce que j'essaie d'apporter à travers la formation et l'accompagnement. Depuis janvier de cette année j'explore et me forme à ChatGPT. À travers mes essais-erreurs mais aussi mes errances sur OpenAI, j'essaie de comprendre comment l'IA générative peut m'accompagner dans mon métier, dans celui de mes client.es. Au-delà des promesses j'essaie de comprendre ce que ces nouvelles technologies changent réellement dans notre quotidien.

[...] ChatGPT et certaines plateformes dédiées m'apportent ce ping pong créatif dont j'ai besoin.

Il me propose de nombreuses pistes à explorer, il peut même mettre mon cerveau en ébullition. À ce moment je prends un temps de « digestion de l'information » et peut définir en confiance mes objectifs pédagogiques. Il ne m'apporte pas l'expertise mais m'aide à déceler mes angles morts.

déployer tout au long de son animation. De manière générale, je dirais que l'IA Generative a moins sa place dans l'animation puisque c'est la force première d'un humain d'interagir, créer des connexions et apporter de la connaissance de manière active. C'est en tout cas valable en 2023. Pour finir, la formation professionnelle implique l'évaluation de fin de formation. Celle-ci peut prendre de multiples formes et l'IA Generative y a toute sa place. À partir d'un contenu, la machine peut par exemple créer un quizz en quelques secondes.

**ials : Quels sont les principaux défis associés à l'intégration de l'IA dans les programmes de formation professionnelle, et comment votre rôle en tant que formatrice consultante aide-t-il à surmonter ces obstacles ?**

**C. B.-D. :** Au risque de ne pas être originale, je dirais que le défi est principalement d'ordre éthique. Si en une phrase du type : « agis comme un formateur expert en ingénierie pédagogique. Il reçoit 6 managers débutants pour une formation de 2 jours. Propose-moi 5 objectifs pédagogiques pour cette formation », chaque détenteur d'un compte OpenAI est en capacité de créer un parcours de formation, on peut en conclure que chacune de ces personnes peut se prétendre expert. Alors comment s'assurer de la réelle expertise de ce formateur ? Comment s'assurer qu'en tant que client je ne vais pas payer pour du vent ? Comment m'assurer de l'apprentissage de mes collaborateurs ? Toutes ces questions sont légitimes et incontournables si on veut préserver la qualité de l'apprentissage et in fine le savoir. L'IA peut représenter une opportunité pour les formateurs et ingénieurs pédagogiques. Elle peut les aider à aller plus loin dans leur réflexion, à gagner du temps et à diversifier leur intervention. En aucun cas, elle peut les remplacer. L'humain fait à lui seul toute la différence. Si vous souhaitez vous former ou former vos collaborateurs, ne vous arrêtez pas à une brochure ou un programme de formation. Prenez le temps d'échanger avec la personne en charge de cette formation, de la questionner sur ses méthodes et sa vision de l'apprentissage. Et si le secret se résumait simplement en un mot : relationnel ?

**ials : Selon vous, comment l'évolution des technologies d'IA influencera-t-elle l'avenir de la formation professionnelle ? Voyez-vous des tendances émergentes ou des innovations particulières qui pourraient révolutionner la**

**manière dont nous apprenons et nous formons dans les années à venir ?**

**C. B.-D. :** Impossible de dire que l'IA Generative et les technologies qui en découlent n'influenceront pas la formation professionnelle dans les années à venir. Un expert IA serait certainement plus à même que moi d'exposer ces nouvelles technologies.

À mon niveau d'expérimentation, voici trois perceptions que je peux avoir sur le sujet : La diversité pourra être privilégiée. Imaginez un monde sans barrière de la langue, un monde sans frontière physique. Bienvenue dans la formation à distance assistée par IA. Je fais partie des personnes convaincues des bienfaits de la diversité. Animer une formation de management participatif ou de gestion du stress avec des personnes de racines, langues et cultures différentes permettraient une ouverture d'esprit incomparable. Chaque participant pourrait apprendre des pratiques de l'autre en cassant le côté formatant d'une culture ou d'une catégorie socio professionnelle. Cela permettrait également la découverte de la différence dans un cadre sécurisé et bienveillant.

Paradoxalement, l'utilisation de la machine peut, si on n'y prête pas attention, nous éloigner de l'humain. Les avancées technologiques peuvent nous en mettre plein les yeux, jusqu'à parfois en perdre de vue l'essentiel : l'apprentissage. Pour moi il passe avant tout par l'échange et le lien que l'on crée durant le temps de formation.

Comment ne pas aborder, pour clôturer, le sujet de la confidentialité ? À ce jour, on ne sait pas où, ni comment sont traitées nos données. Les hackers font de ChatGPT leur terrain de jeu alors comment s'assurer de la confidentialité des données pour les technologies à venir ? En tant que formatrice, j'ai la responsabilité de mon groupe d'apprenants durant un temps donné. La confidentialité fait partie des règles du jeu que je pose en début de session. C'est ce qui, j'en suis convaincue, contribue à la qualité d'une formation. Si demain j'utilise une IA Generative durant ces sessions, je ronds cet engagement et prends le risque qu'un participant soit piraté à partir de ces données par la suite.

Globalement chaque nouvelle fonctionnalité liée à l'IA doit se soumettre à la réflexion du bénéfice/risque. Cela passe par une exploration éthique et transparente mais également par l'échange entre pairs. L'IA ne représente pas notre avantage concurrentiel en tant que formateur. Ce sont nos connaissances, notre congruence et notre passion qui font la différence sur le terrain. L'IA peut venir en soutien à notre expertise mais à ce jour, elle ne la créera ou remplacera pas. ■



# Bien-être, sérénité & IA

## CAPSIX

### Carole Eyssautier-Bavay

Co-fondatrice @CAPSIX ROBOTIC

Bonjour Carole, vous êtes l'une des 3 associés-fondatrices de la société CapSix. Quand l'aventure a-t-elle commencé ?

**Carole Eyssautier-Bavay :** L'aventure a commencé en 2015, avec un constat : les maux de dos et le stress sont les maux du siècle, et touchent une grande majorité des personnes (respectivement 80% et plus de 60%). C'est un coût économique et humain majeur pour l'individu et pour la société. On a pourtant la solution depuis plus de 3000 ans : le massage !

Sauf que la littérature scientifique le montre : les effets positifs sont observables lorsque la personne se fait masser très régulièrement (2 fois par semaine en général dans les études, pendant au moins 5 semaines). Et ce n'est malheureusement pas possible avec uniquement des masseurs humains de permettre à 80% des gens d'avoir 1 à 2 séances de massage par semaine ! D'où cette idée un peu dingue en 2015 : utiliser la technologie (IA, Robotique, Mécatronique) pour permettre de reproduire de manière précise des gestes de masseurs experts, pour permettre à chaque personne de s'entretenir au quotidien et de gérer ses tensions, qu'elles soient physiques, émotionnelles ou mentales... et ainsi avoir un impact positif sur son bien-être et sa santé !

Présentez-nous brièvement vos 2 associés...

**C. E.-B. :** François Eyssautier est ingénieur en robotique et président de la société. Stéphane Rollet est masseur-kinésithérapeute. Quand à moi, j'ai une thèse de doctorat en IA, et j'ai ensuite fait des choses très variées dans ma carrière, de la fiscalité à l'organisation de projets R&D en informatique, au développement de partenariats.

Un robot de massage donc...

**C. E.-B. :** Plus précisément le 1<sup>er</sup> lit de massage totalement automatisé au monde ! Le robot n'est qu'un des composants de iYU, même si c'est celui qui est le plus visible. En fait, le masseur expert définit ses protocoles de massage sur un modèle générique de corps humain en 3D en amont des séances. Un protocole, c'est un ensemble de gestes de massage positionnés sur le corps humain de manière précise et assemblés pour avoir une suite cohérente. Le masseur définit la pression par défaut qui sera appliquée à chaque instant durant le massage, la vitesse, et même le point de contact de la main qui sera appliquée sur le corps pour avoir l'effet voulu.

Au moment de sa séance, l'utilisateur interagit avec iYU à l'aide de la borne d'accueil qui lui propose une interface extrêmement simple pour paramétriser sa séance. Il choisit le massage qu'il souhaite, l'accompagnement sonore qu'il souhaite (bruit naturel, musique, ou même accompagnement pleine conscience), ainsi que la chaleur de la table de massage.

Une fois ce paramétrage effectué, l'utilisateur s'allonge sur la table, déshabillé, comme pour un massage traditionnel. Son corps est alors scanné en 3D par iYU et le protocole choisi est adapté en temps réel à sa morphologie. Il peut ensuite démarrer sa séance à l'aide de la télécommande à disposition. Il ressent les mouvements fluides de iYU, loin de l'idée mécanique que l'on peut s'en faire lorsqu'on pense à un robot !

L'utilisateur peut à tout moment adapter la pression appliquée à l'aide de la télécommande, dans la limite des pressions maximales et minimales autorisées par le masseur expert.

iYU, c'est une 3<sup>ème</sup> voie pour vivre le massage : entre l'auto-massage et le massage traditionnel, comme un auto-massage

serait sécurisé par des gestes de masseurs experts, pour nous permettre d'aller mieux au quotidien, tout simplement !

Une innovation française, lyonnaise plus précisément ?

**C. E.-B. :** Exactement ! Imaginée, conçue, testée et fabriquée sur Lyon ! Le bras robotique provient d'Allemagne, conçu et fabriqué par KUKA, l'un des leaders robotique au niveau international, qui nous assure un bras extrêmement sécurisé !

Qui s'adresse à qui ?

**C. E.-B. :** iYU s'adresse à tout le monde : utilisable par tous, quels que soient les profils des personnes, tant que celles-ci ne présentent pas de contre-indications aux massages.

- grâce à sa simplicité d'utilisation, y compris des personnes qui ne sont pas technophiles, ou qui ne savent pas lire ;  
- grâce à son adaptation à toutes les morphologies, en creux, en bosse, en taille, en poids ;  
- grâce à la diversité des protocoles créés, allant des sportifs souhaitant un massage de récupération, aux personnes aimant des massages de relaxation de type Spa, ou encore aux personnes aimant les massages profonds (Deep tissue massage) : il n'y a qu'à choisir et nous avons la séance dont nous rêvons !

iYU s'appuie sur une démarche de recherche scientifique depuis l'origine, pour atteindre les objectifs qui sont les siens, selon les 3 axes stratégiques de la société :

- le bien-vivre : pour permettre à tout un chacun d'améliorer sa qualité de vie en gérant ses tensions physiques, mentales et émotionnelles au quotidien ;

- le bien-récupérer : pour couvrir les besoins

spécifiques des sportifs en phase de

récupération ;

- le bien-vieillir : pour couvrir les besoins spécifiques des personnes de plus de 60 ans et les accompagner dans la conservation du lien avec son corps, de son équilibre, et l'inclure dans des protocoles de suivi spécifiques.

**iYU est la première vraie solution de massage totalement autonome, une innovation mondiale portée par une équipe qui place l'humain au centre de ses préoccupations, « une innovation mondiale portée par une équipe qui place l'humain au centre de ses préoccupations. » C'est le point de départ, et on espère d'arrivée de ce magazine, d'où vous vient cette idée ?**

**C. E.-B. :** Le point de départ de l'idée, c'est vraiment le constat présenté plus haut : tout le monde est concerné par le stress et/ou des problématiques de maux de dos et le corollaire des troubles du sommeil. Mais de là à créer une société et de se lancer dans cette aventure, il y a un pas énorme à franchir !

Au démarrage de Capsix, nos enfants nous avaient questionné sur la raison pour laquelle nous prenions tous ces risques en créant notre société. La réponse est simple : nous avons eu la chance de naître en France, en Europe, et d'avoir eu accès à des formations de haut niveau. Je pense qu'il est de notre responsabilité de nous munir des possibilités offertes par la technologie (IA, robotique et mécatronique), pour proposer nos propres solutions technologiques. Cela permet d'y inclure nos valeurs, notre vision philosophique, et de proposer une solution technologique empreinte de l'humanité, de la liberté qui nous sont chères, ainsi que de l'excellence. Si nous ne le faisons

pas, nous serons soumis à des solutions technologiques qui sembleront similaires, sans doute très bien, mais qui ne porteront pas intrinsèquement nos valeurs et notre vision philosophique.

Je pense qu'il est de notre devoir de citoyen de ne pas attendre, mais de faire, de proposer, de développer, pour permettre à nos pays premièrement d'exister dans le monde économique de demain, et deuxièmement, de continuer à faire vivre notre bagage culturel et donc... continuer à apporter au monde notre vision. Il serait ainsi temps que population comme politiques prennent conscience que derrière chaque solution technologique, il y a une volonté, une INTENTION, et un système de valeur, porté consciemment ou non par ses concepteurs. Et qu'il est fondamental, si l'on ne veut pas être totalement asservi à une technologie, de connaître cette intention avant d'adopter ou non cette technologie. Et qu'il est tout aussi fondamental de s'assurer que certaines de ces technologies continuent de porter les valeurs et la vision Européenne.

L'Europe n'est pas qu'une vision politique, économique ou de défense. Nous devrions aussi parler de l'Europe Technologique, et nous questionner sur la place que nous lui donnons pour vérifier qu'elle est en phase avec la place que nous souhaiterions continuer à avoir au niveau mondial.

**Placer l'humain au centre de l'innovation, mettre des valeurs, de l'expertise et de l'émotion dans les projets que l'on porte, est le manifeste de ce magazine et avec vous, on est comblé !**

**Un immense merci Carole !**

**C. E.-B. :** Merci Nathalie !





TELLERS  
Robin Guignard-Perret  
CEO @ Tellers.ai

# Journalisme & l'Agen

LA VÉRIFICATION  
DES SOURCES  
EST BIENTÔT POSSIBLE

Bonjour Robin, racontez-nous l'histoire de Tellers ?

**Robin Guignard-Perret** : Bonjour Nathalie, merci pour cette invitation. Je travaille depuis 8 ans en tant que développeur et chef de projet dans le domaine de l'intelligence artificielle. C'est après une mission de consultant évaluant l'IA et son éthique dans les médias que j'ai créé Tellers.AI. Le média pour lequel j'avais travaillé est alors devenu le premier client de Tellers.

C'est une IA qui ne va pas fâcher les journalistes ?

**R. G.-P.** : Les journalistes qui essaient l'application nous ont montré beaucoup d'enthousiasme ; de plus Tellers est là pour défendre le rôle du journaliste et non le remplacer. Bien sûr, l'IA soulève des questions légitimes quant à son impact sur le journalisme, certaines tâches vont évoluer mais le rôle du journaliste ne peut pas et ne doit pas être menacé. Automatiser complètement la publication de news est risqué, tant pour les médias que pour la société en mettant en péril le pluralisme et la fiabilité du journalisme. Cependant, si l'IA est un outil au service des journalistes, cela devient vertueux. Ils pourront travailler plus efficacement, effectuer des recherches plus en profondeur tout en gagnant du temps pour affiner la subtilité de leurs plumes. L'information doit continuer d'avoir un garant et un auteur, humain.

Que fait précisément Tellers ?

**R. G.-P.** : Tellers.AI c'est une suite d'outils augmentant les compétences des journalistes. Les trois outils que nous avons déjà dans l'application sont :

1. La génération de revues de presse, permettant aux journalistes d'avoir en un clic un résumé fiable de ce qui a déjà été dit sur un sujet.

2. La génération de vidéos à partir d'articles ou de scripts écrits. Notre algorithme va automatiquement chercher des morceaux de vidéos dans les bases de données de nos partenaires et de l'utilisateur pour constituer un montage vidéo professionnel pour l'article.

3. La vérification des sources ou "fact-checking" permet aux journalistes de repérer rapidement les parties d'un texte qui ne sont pas fiables.

Ce n'est que le début, notre objectif est de devenir un assistant quotidien incontournable pour les journalistes.

Nous sommes au cœur du débat ?

Comment vérifie-t-elle les sources ?

**R. G.-P.** : Le module de fact-checking de Tellers analyse et compare chaque phrase d'un texte à une base de données d'articles fiables pour évaluer sa véracité. Ce module permet notamment de détecter les fameuses "hallucinations" présentes dans les textes générés par l'IA.

Quel est le périmètre de sa vérification de sources ?

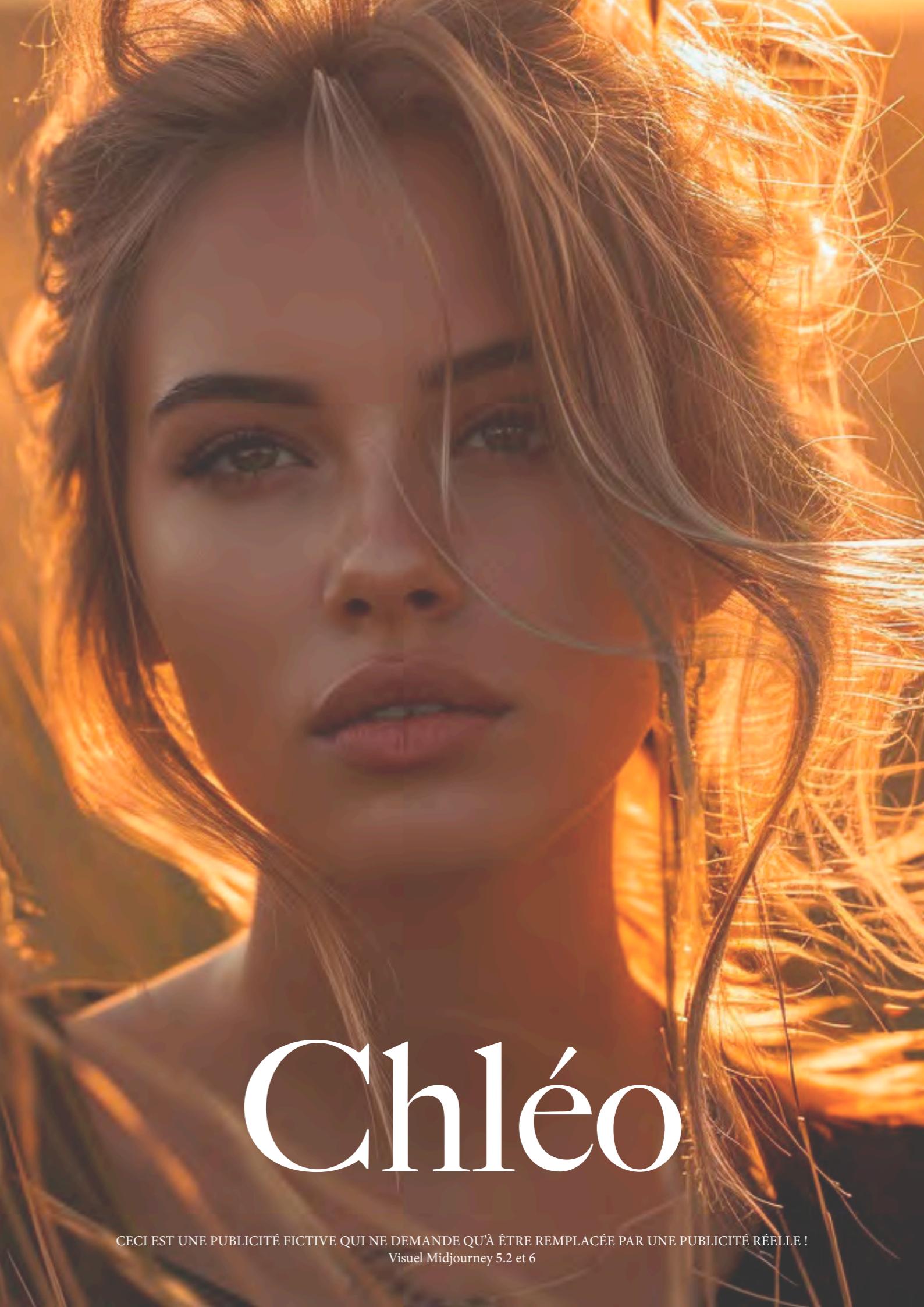
**R. G.-P.** : Pour tous les outils, Tellers donne aux journalistes le contrôle sur les sources utilisées par l'application. Ils peuvent choisir une ou plusieurs de nos agences de presse partenaires ou les données et articles internes de leurs médias.

Cette IA est-elle en version bêta déjà ?

**R. G.-P.** : oui Tellers est disponible en bêta pour les médias et bientôt disponible publiquement. Pour intégrer Tellers dans votre rédaction, vous pouvez d'ores et déjà m'envoyer un mail à [robin@tellers.ai](mailto:robin@tellers.ai) ou vous inscrire sur <https://tellers.ai> pour être parmi les premiers utilisateurs lors du lancement.

Vous intégrez la Station F dès ce mois, vous pouvez nous en dire plus...

**R. G.-P.** : Avec plaisir, Station F c'est le plus grand incubateur de start-up au monde. Cela positionne Tellers au cœur de l'innovation technologique et facilite les collaborations avec les partenaires financiers et techniques les plus pertinents. Le programme que nous intégrons est le 42 Startup Club. Après avoir intégré la première promotion de l'école 42 il y a maintenant dix ans, j'ai hâte de retrouver cet écosystème en mode startup avec Tellers.



# Chléo

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !

Visuel Midjourney 5.2 et 6



# Parler et faire parler

adn.ai

**Amaury Delloye**

Fondateur CEO

**MODELE GaN  
MODÉLISATION 3D  
SYNCHRONISATION LABIALE  
TEXTE TO SPEECH**

**Bonjour Amaury, racontez-nous l'aventure d'adn.ai ?**

**Amaury Delloye :** L'aventure a démarrée en 2017 avec l'arrivée des assistants vocaux, après Siri, Amazon Alexa et Google Home. Pourquoi est-ce une révolution ? Car cela marque une transformation significative dans l'accessibilité et la manière de consommer du contenu, ainsi que dans la façon d'interagir. Auparavant, nous pouvions lire du texte ; maintenant, nous pouvons non seulement l'entendre, mais également nous immerger dans une expérience conversationnelle bien plus interactive. Cette évolution des réseaux sociaux nous permet de lire, de parler et d'échanger en temps réel et de manière privée, plutôt que publiquement. Nous passons d'un format statique à un format fluide, adapté à nos besoins et en constante évolution – un peu comme une histoire dont nous sommes les héros. L'utilisateur lecteur devient ainsi un utilisateur acteur. Le contenu est centré sur l'individu.

Notre parcours a débuté avec la programmation d'applications vocales sur des plateformes américaines, avant de nous décider à créer notre propre plateforme. Celle-ci n'est pas connectée aux enceintes intelligentes, mais au Web, nous permettant ainsi de nous affranchir des écosystèmes fermés de ces acteurs et de rendre la création d'expériences conversationnelles, vocales et maintenant incarnées par des avatars parlants, accessible à tous. C'est une démarche inédite à ce jour.

**C'est une somme de technologies IA, c'est bien cela ?**

**C. E.-B. :** Oui, mais il y a plus à considérer. Il est nécessaire de maîtriser plusieurs blocs technologiques pour cela. En effet, la gestion des navigateurs par appareils et l'activation des microphones sont essentielles pour exploiter les technologies de reconnaissance vocale et de synthèse vocale dans toutes les langues (STT et TTS). Il est également crucial de mettre en place une plateforme en mode Self-Service (SaaS) qui soit facile à utiliser (No code). À cela, il faut ajouter de nouveaux modules comme notre IA (modèles GAN) capable de transformer des photos en vidéos simulées en 3D, un module de synchronisation labiale (LipSync), et bien sûr, un module statistique pour suivre l'utilisation des expériences conversationnelles réalisées.

**Quels sont les applicatifs ? Bien entendu au-delà des blagues sur Emmanuel Macron, qui ne font plus complètement rire, je crois.**

Oui, certains usages démocratisent souvent les nouvelles innovations, et certains ne sont pas toujours les meilleurs mais participent à établir des usages et les faire connaître. Plus sérieusement, il y a autant d'usages que de besoins. En termes de priorité pour moi, les voici : Transformer un simple texte froid en vidéo incarnée (plus facile à assimiler le message voire créer de l'affect). On retrouve ici tous les contenus possibles, articles, informations produit, présentation et divers slides, FAQ,

Voir et entendre en plus de lire. On passe en 3D au lieu de la 1D du texte classique et cela tombe bien car on lit de moins en moins et on regarde de plus en plus. Ces créations sont alors accessibles par des liens et boutons web mais aussi en NFC et via QR code pour du mobilier urbain. On étend alors notre technologie dans les domaines de la publicité et des ventes (type information à l'attention des usagers dans les transports), à la formation, aux musées où les visages parlent et deviennent vivants un peu à la Harry Potter (les tableaux bougent et parlent). Tout ce qui était écrit peut-être transformé et incarné. Transformer une consommation passive en consommation active et ici l'IA devient essentielle. Il s'agit en plus de l'incarnation, de rendre interactifs les contenus et de pouvoir leur parler. Le marché est encore frileux en France car cela demande beaucoup plus de préparation et de réflexion mais il explose en Asie et est en forte progression aux USA.

**Un sacré investissement, j'imagine ?**

Oui, des milliers d'heures de développement pur et beaucoup de design thinking et de tests et encore plus pour faire découvrir et accepter les futurs usages !

**Cette IA est-elle en version bêta déjà ?**

Oui, elle est accessible via notre plateforme plus BtoB avec toutes nos autres innovations conversationnelles et va être bientôt mise à disposition en freemium sur une plateforme web dédiée plus grand public. N'hésitez pas à demander votre accès en test en MP.



CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !

Visuel Midjourney 6

TREND



CAS BUSINESS

EQUANCY

Bertrand Destailleur

Associé Expérience Client Equancy

**Vous est-il possible de définir l'intelligence artificielle prédictive en quelques mots ?**

**B. D. :** L'IA prédictive permet 2 choses : prédire des tendances, du réachat, des potentiels de ventes, des écoulements de stock, des dates d'obsolescence... Ou elle permet d'émettre des recommandations (de produits, d'assortiments, de canal d'interaction, de renouvellement...).

**C'est-à-dire ?**

Elle a besoin pour cela dans un premier temps d'un jeu de données (tableaux de chiffres, textes, images... généralement propres à l'entreprise : transactions, packshots produits, fiches produits... et parfois externes : socio-démo, météo, trafic, disponibles en open source).

Dans un second temps, elle a besoin d'un algorithme à même d'entraîner le modèle mathématique ou statistique qui produira les prédictions.

Le tout sous-tendu par une dynamique d'amélioration permanente (machine learning, entraînement du modèle, boucle d'apprentissage...)

**Concrètement chez Equancy ?**

**B. D. :** Ce sont plus de 60 data scientists et

# Luxe & IA prédictive

PRÉDIRE TENDANCES, VENTES, ÉCOULEMENT DE STOCKS, RECOMMANDATIONS...

data engineers qui mettent de l'intelligence statistique dans la prise de décision. Leurs algorithmes aident nos clients à prendre des décisions plus éclairées, plus fiables, plus profitables.

Ainsi pour un de nos clients dans la distribution, l'IA prédictive lui a permis tout d'abord d'identifier les meilleures zones d'implantation pour ses futurs magasins (quelle ville, quel quartier, quelle rue, quelle surface) en collectant des données internes et externes et en établissant les corrélations entre la performance des magasins et ces différentes données.

Ensuite d'aider ses directeurs de boutique à passer la meilleure commande produits auprès de ses fournisseurs (c'est-à-dire ni trop ni trop peu) afin d'éviter les ventes manquées faute de stock disponible comme d'éviter les stocks dormants faute d'une mauvaise estimation de la demande.

Enfin d'ajuster chaque semaine les commandes de chaque article et chaque référence produit proposé en magasin afin de permettre aux magasins d'atteindre ensemble leur objectif de chiffre d'affaires.

**Quels sont les bénéfices client ?**

**B. D. :** Les bénéfices sont financiers (réduction des coûts, augmentation des ventes, meilleure gestion de la rareté et de la valeur produit qui en découle...) et Client (meilleure

satisfaction client en apportant dans les bonnes boutiques, le bon produit en bonne quantité).

Pour le 1<sup>er</sup> cas :

- Identification rapide des zones à fort potentiel grâce au modèle de prédition
- Réduction drastique du risque financier sur des investissements souvent très lourds (plusieurs millions) pour la création d'une boutique

Pour le 2<sup>ème</sup> cas :

- Ajuster les commandes auprès des fournisseurs grâce à la fiabilisation des prévisions de commandes
- Réduire les coûts liés aux livraisons inter boutiques & inter pays

Pour le 3<sup>ème</sup> cas :

- Réduction des ventes manquées faute de stock en boutique
- Meilleure gestion de la rareté par l'allocation des pièces réceptionnées aux boutiques en demande et les plus à même de les vendre

Un dossier spécial "IA prédictive" est en préparation sur le prochain numéro de IALS du mois d'avril 2024.



**CUIR CUIR**  
**PARIS**

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Visuel Midjourney 5



# Digi tal I.Art

Transformation de la création artistique, créations algorithmiques, changement du processus de création, qui crée quoi ? Quid de l'origine et des droits d'auteur dans l'art. Un dossier vu sous plusieurs angles pour obtenir quelques débuts de réponses.



# L'engagé

**Photographe, photo-reporter, créateur digital, formateur, Alexis Choron, un touche-à-tout qui descend d'une lignée de journalistes et éditeurs. Il y a à lire et à voir. .**

## Depuis quand vous intéressez-vous à l'IA ?

Depuis une dizaine d'années. J'ai écrit mon premier article – "Des Algos et des Hommes" – au sujet de l'IA en avril 2016, pour un blog qui n'existe plus, article influencé, entre autres, par la lecture d'un papier paru à cette époque dans le magazine américain WIRED intitulé "Can an Algorithm Write a Better News Story Than a Human Reporter?" par Steven Levy. Cette année-là (2016) plus d'un milliard d'articles avaient ainsi été écrits par des logiciels que l'on appelait pas encore des "IA génératives" mais des "algorithmes de génération automatique de narration", ce qui est exactement la même chose...

## Comment votre parcours en photographie a-t-il influencé votre transition vers la création d'images génératives par IA ?

Mon parcours en photographie n'a pas eu beaucoup d'influence sur ma transition vers la création d'images génératives par IA, si ce n'est pour le fait que j'utilise mon expérience et ma connaissance du jargon photographique (nom de l'appareil photo, type d'objectif, type de plan, vitesse d'obturateur, filtres photos, type de pellicule, profondeur de champ, etc.) que j'inclus dans mes prompts pour obtenir des images photo-réalistes, ce qui me permet de m'approcher au plus près des résultats obtenus par un photographe aujourd'hui.

## Quelles sont vos principales sources d'inspiration pour créer des images avec l'IA, et comment se différencient-elles de celles de votre époque en tant que photographe ?

Mon imagination fertile est ma principale

source d'inspiration. Je fais également beaucoup de veille sur l'IA générative et l'art en général. J'observe avec grand intérêt le travail des autres prompts engineers/artistes et visite quotidiennement des blogs, chaines Youtube et autres supports sur le sujet, pour stimuler ma créativité et me tenir au courant des dernières avancées en matière d'IA.

## Pouvez-vous décrire votre processus créatif lorsque vous travaillez avec l'IA pour générer des images ?

Je me documente sur le sujet qui m'intéresse (exemple : les tenues traditionnelles des samouraïs de l'époque Meiji) puis à partir des mots clés en rapport avec le sujet, je construis mon prompt. Puis je modifie les valeurs de différents paramètres (chaos, style, weird etc.) Ensuite j'itére et réitère jusqu'à obtenir le résultat escompté. J'utilise également beaucoup la commande /blend pour mélanger des images de style très divers ce qui donne des visuels aussi intéressants qu'inattendus.

## Vous avez comme un regard de photographe qui génère des visuels IA... Quels sont les principaux défis et avantages que vous avez rencontrés en utilisant l'IA pour la création d'images ?

Défis : créer des personnages constants, arriver à obtenir des mains "humaines" parvenir à gérer les couleurs convenablement.

Avantages : rapidité de création sans précédent et créativité stimulée comme jamais.

## Comment pensez-vous que l'intégration de l'IA dans la création artistique va

## transformer le monde de l'art dans les années à venir ?

Je pense que l'intégration de l'IA dans la création artistique va transformer le monde de l'art en profondeur dans le bon comme dans le mauvais sens.

Dans le bon sens : en offrant à tous un outil permettant de créer sans compétences artistiques particulières des visuels de qualité professionnelle, l'IA va, dans un premier temps, stimuler l'imagination et l'imaginaire de millions de gens et engendrer un foisonnement créatif sans précédent.

Dans le mauvais sens : en offrant à tous un outil permettant de créer sans compétences artistiques particulières des visuels de qualité professionnelle, l'IA va, dans un second temps, probablement produire des millions d'œuvres qui se ressemblent beaucoup et sont identifiables au premier coup d'œil, ce qui est déjà le cas aujourd'hui (après à peine deux ans d'existence) et tendre vers l'uniformisation des styles visuels. L'IA ne palliera jamais le manque de talent et d'imagination, en revanche elle sublimera ces deux qualités chez qui les possède naturellement...

## Comment abordez-vous les questions éthiques liées à l'utilisation de l'IA dans l'art, telles que le droit d'auteur et l'authenticité ?

Avec beaucoup de sérieux. Avec ma sœur Amélie, juriste spécialisée dans le droit des nouvelles technologies et de la propriété intellectuelle, nous avons créé l'APIAG\* (l'association des professionnels de l'IA générative) dont l'activité va démarrer en 2024. Nous sommes très attentifs à l'évolution du droit dans ce

domaine. Nous militons, entre autres, pour une mention légale obligatoire (comme la mention "photographie retouchée") sur toutes les images créées avec les IA génératives du type "image générée par IA" et une acculturation du grand public, via des conférences, ateliers, webinaires etc.

À court terme et de manière encore plus concrète, nous avons créé avec une équipe des spécialistes de la technologie blockchain PixChain\* un plugin Photoshop 2 en 1 qui offre un service totalement inédit et à forte valeur ajoutée pour tous les créateurs d'images (graphistes, illustrateurs, designers, photographes, prompt engineers).

## Quels conseils donneriez-vous aux artistes traditionnels qui souhaitent explorer la création d'images avec l'IA ?

Ne vous trouvez pas toutes les mauvaises raisons pour ne pas vous lancer maintenant. L'IA ne vous remplacera jamais, mais les artistes qui l'utilisent à sa pleine puissance, oui...

J'ai commencé ma carrière de photographe peu après la transition de l'argentique vers le numérique et j'ai vu des tonnes de photo-

graphes talentueux disparaître parce qu'ils ont refusé de passer de l'argentique au numérique et que leur workflow n'évoluait pas. Or le numérique a considérablement accéléré et optimisé le workflow des photographes qui l'ont intégré. Ceux-ci ont prospéré, pas les autres... C'est pareil avec l'IA...

## Comment voyez-vous l'évolution de la photographie à l'ère de l'intelligence artificielle ?

La photographie est morte, vive la photographie ! Seuls les puristes continueront à utiliser un appareil photo pour faire des photos, quand le reste du monde générera des images photo-réalistes avec l'IA...

L'appareil photo est déjà une relique du passé, en partie en raison des caméras embarquées dans les smartphones qui font que tout le monde est un photographe en puissance (ou plutôt un faux-photographe car sans un œil, un sens de l'observation, du détail et un minimum de talent votre smartphone, aussi puissant soit-il, ne produira que des visuels insipides, sans intérêt).

Je milite, entre autres, pour une mention légale obligatoire (comme la mention « photographie retouchée »)

## Des tips Midjourney pour nos lecteurs ?

Comme pour beaucoup d'autres choses dans la vie le secret de Midjourney c'est la persévérance. Une citation de Boileau résume assez bien le processus créatif avec Midjourney "Hâtez-vous lentement ; et, sans perdre courage, Vingt fois sur le métier remettez votre ouvrage : Polissez-le sans cesse et le repolissez ; Ajoutez quelquefois, et souvent effacez."

Il y a près d'un an, quand j'ai commencé à créer des images avec Midjourney, j'ai passé 3h et plus de 80 prompts pour obtenir un flacon de parfum en forme d'ampoule électrique qui correspondait à mon idée de départ. Ça m'a rendu dingue et c'était frustrant de ne rien obtenir, pendant 2h59. Mais j'ai persévééré jusqu'à obtenir le résultat escompté et après 3h00 de travail acharné, j'étais vraiment satisfait et très fier de mon flacon de parfum unique au monde. Comme la vie en général, si c'était facile, ce ne serait pas drôle et, in fine, pas aussi gratifiant ! ■

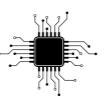
## Où peut-on voir votre travail ?

<https://alexischoron.pixieset.com/midjourney/>

### PixChain permet en effet pour la première fois :

1/ l'enregistrement dans une blockchain des œuvres des créatifs, directement à partir de Photoshop, leur assurant ainsi une preuve d'antériorité permanente et infalsifiable, et donc la possibilité de défendre leur propriété intellectuelle contre le vol ou la contrefaçon. 2/ la possibilité de créer des collections de NFT, là encore, directement sur Photoshop. Cet outil est une véritable révolution pour les créatifs qui souhaitent protéger leur droit d'auteur en un clic.

[www.pixchain.app](http://www.pixchain.app)



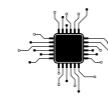
## Série “Faceless”

Cette série a d'abord été inspirée par le conflit en Ukraine mais a été produite suite au conflit israélo/palestinien. L'objectif ici est double : d'abord rendre un hommage à toutes les victimes civiles des guerres dans le monde, ces victimes sans visage (d'où le nom de la série), sans nom, sans identité et, *in fine*, sans vie. Victimes "collatérales" innocentes des violences humaines qui se comptent déjà par millions depuis le début de ce court siècle.

Ensuite c'était pour moi, un moyen d'explorer un style "autre" que les millions d'images au look publicitaire hyper propres et colorées produites chaque jour avec les outils d'IA génératives.

Un moyen de faire parler mon côté "artistique" autrement, de solliciter ma créativité et de laisser la parole à mon côté sombre, en créant un style pictural unique, qui capte l'attention durablement et provoque des réactions épidermiques, viscérales chez le spectateur de ce travail qui est submergé par la violence visuelle de ces images.

Ce travail exploratoire m'a permis de trouver en mon for intérieur l'énergie suffisante pour repousser nos limites créatives (à Midjourney et moi-même).

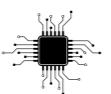


(...) un faux-tographe  
car sans un œil,  
un sens de l'observation,  
du détail et un minimum  
de talent  
votre smartphone,  
aussi puissant soit-il,  
ne produira  
que des visuels insipides,  
sans intérêt

ALEXIS CHORON



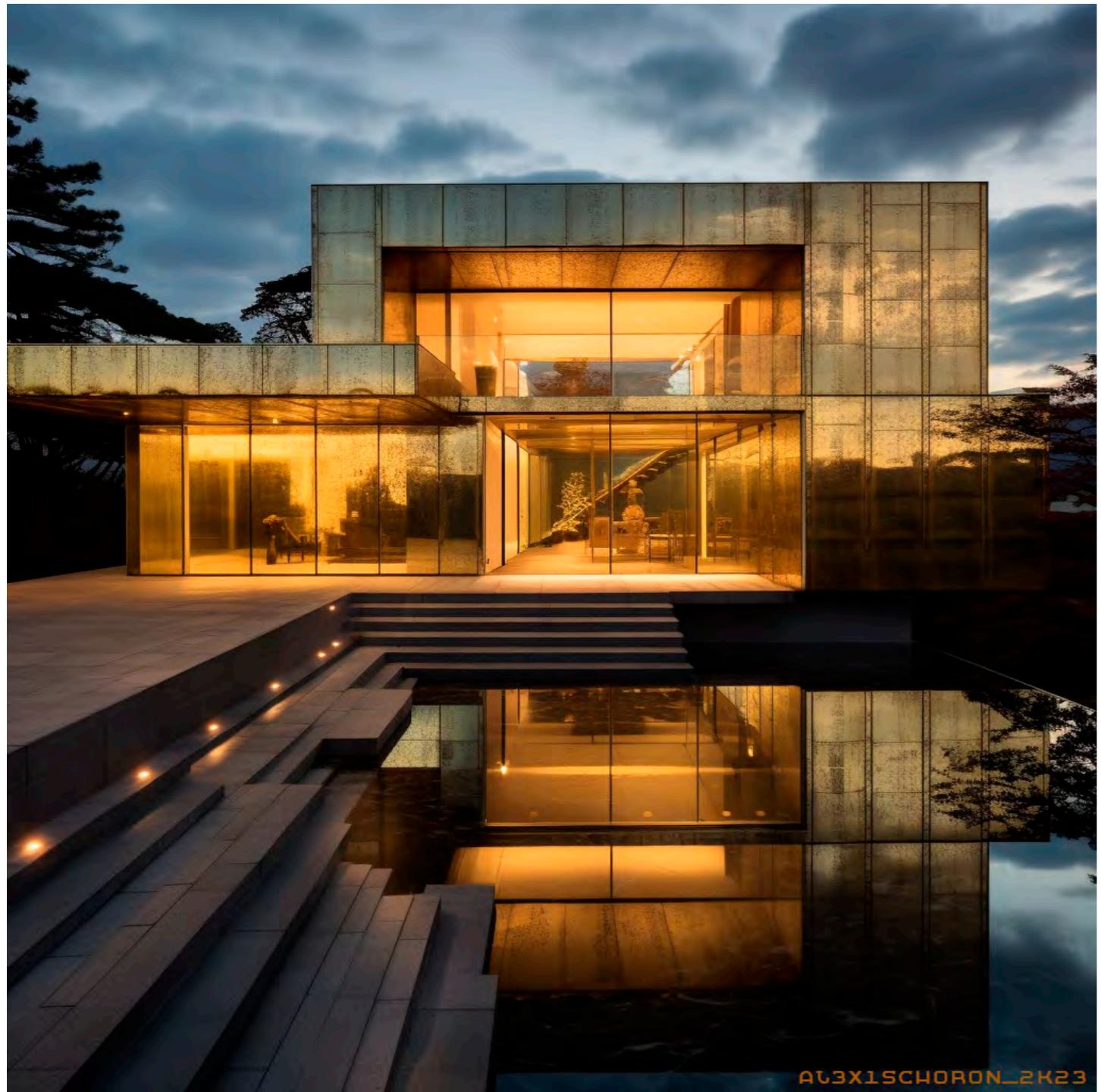
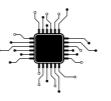
AL3X1SCH0R0N\_2K23



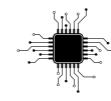
## Série “Midas”

La série Midas est une manière à la fois de tourner en dérision l'hyperconsomérisme de notre société où tout un chacun se presse d'empiler les possessions matérielles qui dépossèdent l'homme de sa faculté de pensée (je pense donc je suis) et en font un être qui n'existe plus qu'à travers l'acte d'achat (je consomme donc je suis) ce qui contribue à accélérer sa décadence morale et intellectuelle.

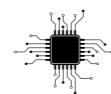
Et également de parodier un peu toutes ces images générées par des prompts engineers/artists qui produisent ad nauseam des images très semblables, reconnaissables au premier coup d'œil et sans aucune réelle valeur ajoutée autre qu'un parti-pris stylistique qui lui aussi va dans le sens de la société d'hyperconsommation dont ces images ne sont qu'un médium de plus.



ALEXISCHORON\_2K23



ALEXISCHORON\_2K23



# Lyon.ai

**Saby Maviel est photographe indépendant basé à Lyon depuis 30 ans, il excelle dans divers domaines tels que l'événementiel, les photocalls, le secteur corporate, la presse magazine et l'édition. Passionné par l'image, il a transformé sa polyvalence en une véritable richesse.**

## Depuis quand vous intéressez-vous à l'IA ?

Depuis décembre 2022 en dilettante et plus sérieusement depuis septembre 2023.

## Comment votre parcours en photographie a-t-il influencé votre transition vers la création d'images génératives par IA ?

Naturellement, depuis le début de mon activité, j'ai connu l'argentique, la transition numérique et aujourd'hui c'est celle de l'IA, qui à mon sens est incontournable.

## Pouvez-vous décrire votre processus créatif lorsque vous travaillez avec l'IA pour générer des images ?

Après avoir lu la notice d'utilisation de Midjourney et analysé le travail d'autres utilisateurs, consulté des Tutoriels, je peux aujourd'hui avec mon expérience de photographe diriger mon prompt en le détaillant pour obtenir ce que je souhaite, du moins jusqu'à la version 5.2.

Les prompts sont comme une recette, je préfère en garder la composition, à chacun son apprentissage et sa découverte...

## Comment abordez-vous les questions éthiques liées à l'utilisation de l'IA dans l'art, telles que le droit d'auteur et l'authenticité ?

Pour ce qui est de l'art, l'IA aura obligatoirement sa place. Je pense que l'éthique dans le monde de l'art sera moins complexe que pour l'information, l'artiste n'a pas cette obligation de donner son processus de création. Il existe déjà un cadre strict en notion de droit d'auteur (utiliser\_contenu\_etapes\_essentielles.pdf), en tant que photographe je suis explicitement concerné. Avant l'IA, les graphistes, les illustrateurs, les photographes, le Pop-Art, le Street-Art et bien d'autres catégories, ont déjà détourné une somme considérable de visuels qui ne leur appartenaient pas pour en faire un travail personnel où il leur a été possible d'ajouter leur mention de droit d'auteur sans aucune citation de leur source, en respectant la règle du détournement à plus de 70% d'un visuel existant (les galeries d'art en sont remplis) cette info juridique reste cependant à vérifier, je n'en ai plus la source, c'est le souvenir d'une de mes recherches sur le net. Il faudrait consulter un spécialiste qui pourrait nous éclaircir sur le sujet de l'art et de son détournement. Le droit, la jurisprudence nous donneront le fin mot. Que dit la loi ?

On parle là d'art, donc pour le droit d'auteur et son copyright, c'est à nous, auteurs, de décider si l'on souhaite mentionner l'outil de l'IA. C'est bien l'homme au départ qui a une idée, une pensée, un désir et qui de sa main demande à une machine de l'exécuter, tout en le dirigeant par un prompt, le corrigeant jusqu'à satisfaction...

Pour l'authenticité, juste en mentionnant art digital cela suffit à mon sens, le débat est bien plus complexe pour la diffusion à titre d'information telle que le monde du journalisme... Il est important de noter que la vérification de l'information reste essentielle, quelle que soit la source. L'utilisation d'images générées par l'IA nécessite une diligence supplémentaire pour s'assurer de leur légitimité et de leur exactitude. Le travail des journalistes consiste à enquêter, recouper les informations et vérifier les sources pour garantir l'objectivité et la fiabilité des informations qu'ils diffusent. L'art et l'information sont deux mondes totalement opposés ayant, de fait, deux éthiques bien distinctes.

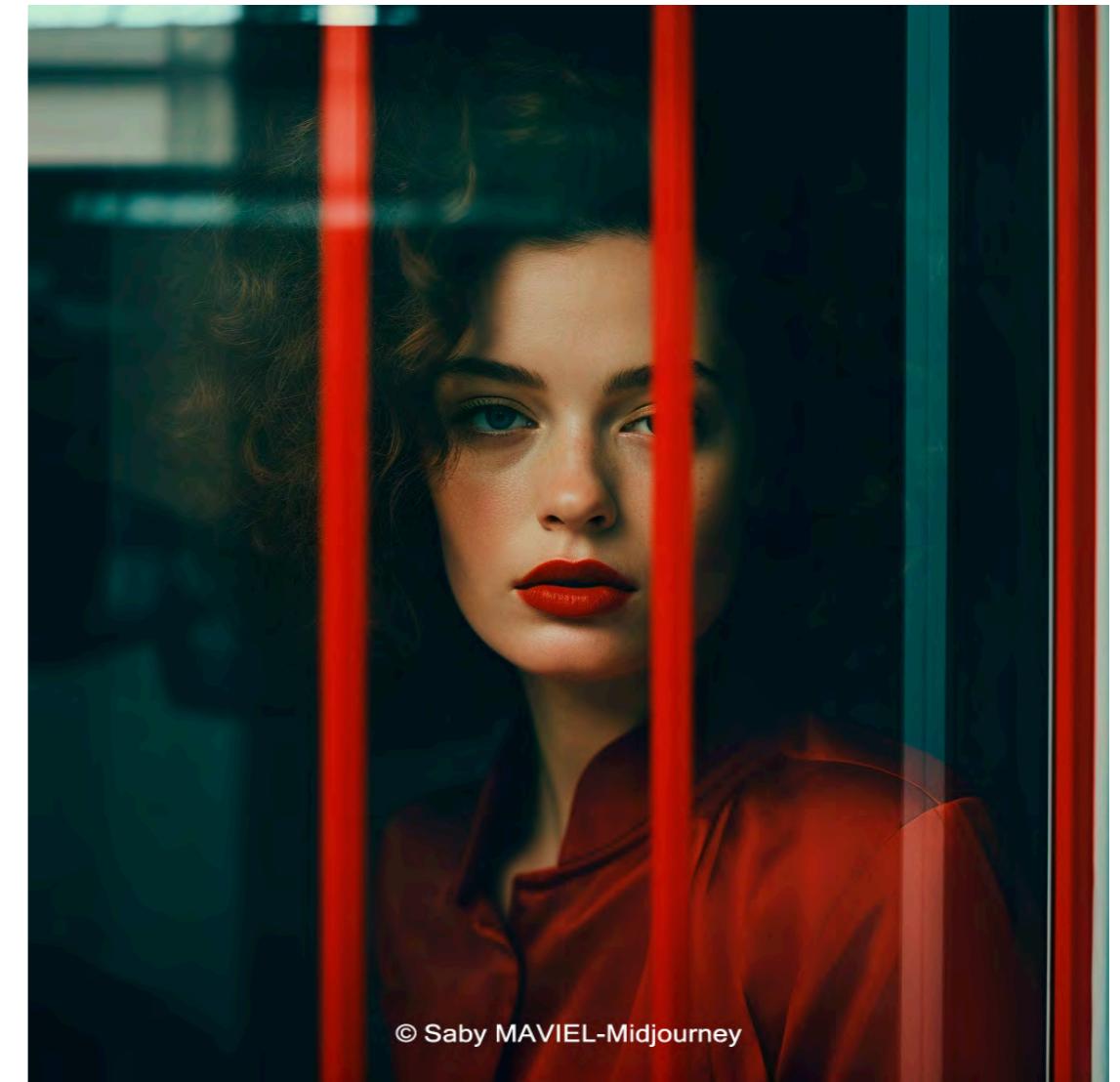
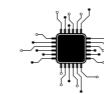
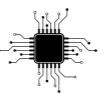
Pour conclure au plus simple je dirais que pour l'art il suffit d'apposer son © avec la mention art digital et pour l'information, effectivement il faut que l'auteur soit honnête et respecte quelques règles de bon sens pour ne pas porter atteinte à et préserver la dignité de ceux qui y sont représentés, tout en indiquant le logiciel qui a permis à sa création.

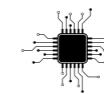
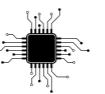
## Des projets IA pour la suite ?

Une exposition justement. Une réalisation de banque d'images. Le souhait de collaborer à des parutions magazine et à la communication. ■



## Portfolio







# De la créativité... humaine

PAR SANDRINE DECORDE

**Nous caressons tous le joli fantasme selon lequel la création artistique est la conséquence d'un don attribué à la naissance et de fulgurances qui en sont l'expression. Il y a les artistes, et le reste du monde.**

Certains artistes se voient comme des vecteurs portant ce don divin, dont ils ne sont pas seulement les porteurs mais plutôt les passeurs. La dette est donc grande et ils se doivent de restituer au monde une contrepartie sans fin. D'autres racontent la difficulté du travail, celle de se remettre à l'ouvrage, l'acharnement dans l'apprentissage des techniques, la connaissance du passé, du présent, du travail des anciens, de leurs contemporains, de leurs amis, de leurs ennemis, de l'histoire de leur art et des méandres de leur introspection. Et dans tout cela, l'arrivée de l'intelligence artificielle générative, à faible coût et

Les IA génératives n'ont ni corps, ni sens, ni émotions.

accessible à tous ceux qui disposent d'un ordinateur connecté, laisse à penser à tout un chacun que l'on peut devenir artiste, ou du moins créatif. Comme la prédiction réalisée d'Andy Warhol avec notre quart d'heure de célébrité, la promesse de l'IA générative créative est celle de notre quart d'heure créatif.

Jusqu'à présent et à peu près dans toute l'histoire de l'humanité, pour passer de l'idée à l'œuvre, l'artiste dédie sa vie entière au travail, à l'itération jusqu'à la perfection de l'œuvre, utopie inatteignable. Un intermédiaire accompagne alors cette maïeutique permettant à l'artiste d'en finir avec la création : éditeur, producteur, galeriste, critique, curateur, diffuseur,... pour arriver jusqu'à la destination finale : le public. Le processus artistique, extrêmement complexe et peu étudié, s'articule toujours entre le choix d'une idée, parmi de nombreuses, et le processus permettant d'accoucher d'une œuvre finie, en passant par bien des circonvolutions humaines. Ce processus prend sa source dans la connaissance, l'apprentissage, la répétition mais aussi dans les facteurs environnementaux et psychologiques. La vue de Van Gogh était affectée par ses dépressions et son hyper-anxiété probablement autant que par le saturnisme, conséquence de la peinture au plomb qu'il absorbait. Son corps et ses sens troublés ont eu un impact majeur sur son œuvre.

Les IA génératives n'ont ni corps, ni sens, ni émotions.

Les IA génératives créatives sont des outils technologiques incroyablement puissants pour celui qui a su développer sa connaissance, ses compétences, son goût dans son domaine privilégié d'expression, maîtrisant au préalable les techniques et conventions artistiques. ■

Les IA génératives créatives sont des outils technologiques incroyablement puissants pour celui qui a su développer sa connaissance, ses compétences, son goût dans son domaine privilégié d'expression, maîtrisant au préalable les techniques et conventions artistiques.



**Sandrine Decorde**

*Fondatrice de ARTCARE, consultante, conférencière, formatrice*

Passionnée par la création artistique depuis l'âge de raison, Sandrine Decorde collectionne dès lors les œuvres autant que les biographies d'artistes. Elle est mère de deux prototypes qui ne passeront jamais au stade de l'industrialisation.

Après avoir travaillé à la transformation numérique de grands groupes dans les industries créatives, elle fonde et dirige Artcare, un studio hybride alliant l'art et les technologies pour imaginer le monde de demain.



# Shoot de créa !

**Peggy Leroy, fondatrice de l'Agence Del in, est une entrepreneuse passionnée d'art.**

**Elle dirige des projets variés en architecture intérieure et design, se concentrant sur les rêves, les désirs et aspirations de ses clients avec un sens du détail remarquable. Peggy a intégré l'IA depuis le mois de septembre dans son processus de création.**

**Comment l'intelligence artificielle est-elle actuellement intégrée dans le processus de décoration d'intérieur ? Quelles tâches ou décisions peut-elle automatiser ou améliorer ?**

Depuis quelques années déjà, les architectes d'intérieur travaillent avec des logiciels de CAO qui sont, pour certains, munis de fonctionnalités basées sur l'intelligence artificielle et notamment pour la conception de visuels en 3D.

Chez Del in, nous avons intégré l'IA générative dans le processus de création depuis quelques mois. Cela nous permet de tester nos idées rapidement et d'affiner nos concepts créatifs. C'est aussi une excellente source d'inspiration.

**De quelle manière l'IA aide-t-elle à personnaliser les projets de décoration d'intérieur en fonction des préférences et besoins spécifiques des clients ?**

L'IA s'adapte à bon nombre de préférences ou de styles, même si parfois les styles ne sont pas retracés comme nous le souhaitons.

L'IA peut ainsi mettre au point des visuels, concevoir des mobiliers, proposer des gammes chromatiques et des matériaux

selon notre seule description textuelle. Elle nous accompagne et nous pousse à sortir des sentiers battus.

En revanche, je suis partagée sur la réponse que l'IA donne sur des projets d'agencement car elle n'intègre pas forcément les besoins spécifiques des clients.

**Comment l'IA influence-t-elle les tendances actuelles en matière de décoration d'intérieur ? Y a-t-il des styles ou des éléments de design qui sont devenus populaires grâce à l'IA ?**

Tout ce que l'IA connaît ce sont des stocks d'images correspondant à un mot-clé. Pour autant l'intelligence artificielle n'a pas tant de limites que cela en termes de création. C'est en cela qu'elle nous influence. Elle repousse nos limites créatives.

À ma connaissance, il n'y a pas de design ou de styles devenus populaires grâce à l'IA.

En revanche, avec de l'entraînement, nous arrivons à reconnaître un visuel généré par l'IA. Aujourd'hui, la décoration et la technologie collaborent et cette tendance émergente, que j'aime nommer "ARTY FUSION" pourrait s'apparenter à un vrai mouvement qui guide nos conceptions dans le design, voire l'art en général.

**Pouvez-vous expliquer le rôle de l'intelligence artificielle dans l'utilisation de la réalité augmentée pour la visualisation et la planification de la décoration d'intérieur ?**

Bien que je collabore avec celle-ci, je ne suis pas une spécialiste de l'IA dans le sens où je ne développe d'interface IA.

Mais d'après ce que j'ai expérimenté, l'intelligence artificielle dans la réalité augmentée est capable de comprendre l'environnement spatial réel en utilisant des capteurs et des caméras. Cela permet de positionner virtuellement des éléments de décoration dans des emplacements précis de la pièce. L'IA générative, quant à elle, permet de concevoir une image en lien avec un espace par la seule commande de texte. Entre nous soit dit, je trouve ça fascinant.

**Quels sont les principaux défis et limitations rencontrés lors de l'utilisation de l'IA dans la décoration d'intérieur ? Comment ces obstacles sont-ils surmontés ?**

Je pense qu'il manque à l'IA cette intuition humaine, celle qui permet de prendre des décisions subjectives, comme le choix de couleurs ou de matériaux basé sur des émotions, des ressentis ou même les



@agence Del In - Peggy Leroy

expériences personnelles des clients.

L'IA ne prend pas non plus en considération l'expérience clientèle dans la conception d'un espace et ne comprend pas pleinement le contexte spécifique d'un projet, y compris les préférences culturelles, les besoins individuels des clients et les nuances de style.

L'efficacité de l'IA dépend des données sur lesquelles elle a été formée. Si les données sont limitées ou biaisées, cela peut entraîner des recommandations ou des créations également limitées ou biaisées. À mon sens, le designer - l'humain - est indispensable dans le processus créatif et doit utiliser l'IA générative comme une source d'inspiration plutôt qu'une solution autonome. L'IA ne remplacera pas la sensibilité humaine qui fait le cœur de notre métier d'architecte d'intérieur.

**Comment envisagez-vous l'évolution de l'usage de l'IA dans la décoration d'intérieur dans les prochaines années ? Y a-t-il des innovations ou des développements spécifiques ?**

L'évolution rapide de l'IA générative m'interpelle, me captive et marque, à mon sens, une véritable révolution dans le monde de la décoration, du design et de l'architecture

d'intérieur.

Nous entrons dans une nouvelle ère créative, c'est pourquoi j'aime parler de cette tendance fusionnelle entre le design d'espace - ou l'art en général - et cette nouvelle forme d'expression technologique qui cherche à repousser nos limites créatives. Je pense également que certains logiciels de CAO utilisés aujourd'hui seront obsolètes dans quelques temps. L'IA va transformer nos métiers d'architectes d'intérieur, de décorateurs.

Nous arriverons probablement à intégrer plus de sensibilité à l'IA. Chacun aura probablement son interface IA personnalisée...

**Comment les décorateurs d'intérieur peuvent-ils trouver un équilibre entre l'utilisation de l'IA et le maintien d'une touche personnelle et humaine dans leurs créations ?**

L'IA peut aujourd'hui créer un visuel en 3D très réaliste, cependant l'intelligence artificielle n'est pas encore capable de raconter l'histoire et de vendre le décor.

Nous devons continuer à dialoguer avec nos clients pour les comprendre et cerner au mieux leurs envies, leurs besoins et leurs objectifs.

Une fois de plus, l'architecte d'intérieur se doit de superviser l'IA.

Les suggestions générées par l'IA peuvent être considérées comme point de départ. Nous pouvons, ensuite, apporter des ajustements et des personnalisations en fonction des préférences spécifiques de chacun de nos clients et des expériences à vivre.

**Avez-vous des projets IA plus personnels ?**

Pour le moment, mes projets sont centrés sur l'interaction et l'assistance avec des interfaces d'IA générative. Au-delà de son côté envoutant, nous commençons à gagner du temps et à repousser nos limites créatives. Cependant, l'idée de projets plus personnels m'emmène à imaginer une application spécialisée en architecture intérieure pour l'agence DEL IN, qui permettrait de "prompter" pour créer un intérieur et pourquoi pas concevoir un prochain meuble en collaborant avec l'IA ! ■



### Peggy Leroy

*Fondatrice de l'agence Del in  
Directrice artistique, architecte d'intérieur et scénographe*

Entrepreneuse dans l'âme, créative et passionnée, Peggy Leroy a fondé l'Agence Del in, il y a 20 ans. Femme passionnée d'art sous toutes ses formes, profondément à l'écoute des personnes qui la consultent et du monde qui l'entoure, épaise de réalisations bien ficelées, Peggy Leroy gère, avec son équipe, des projets en architecture intérieure, scénographie, et design global.

Elle aime par-dessus tout matérialiser les rêves de ses clients et traduire leurs aspirations profondes. Avec toujours ce sens du détail qui la caractérise.

« Concevoir un espace cohérent et différenciant, autour d'une identité forte et d'un concept puissant »



“L'évolution rapide de l'IA générative m'interpelle, me captive et marque, à mon sens, une véritable révolution dans le monde de la décoration, du design et de l'architecture d'intérieur.”

# RETOUR SUR UNE BLAGUE D'ÉTÉ 2023

# Un magazine expérimental

PAR NATHALIE DUPUY

**Vous avez peut-être vu des images sur les réseaux, eu des bouts d'histoire, lu des interviews dans la presse, alors voici l'histoire complète, cette folle histoire.**

**Ça pourrait s'appeler l'histoire d'une réorientation professionnelle non-programmée !**

En juin dernier, je commence à m'intéresser à l'intelligence artificielle générative de visuels. Je me familiarise assez rapidement à l'outil, intuitif et grisant, je me plonge dedans. Je passe des heures à regarder des tutos, des heures à essayer, à explorer, à promettre. Je suis totalement happée par l'outil. Tellement d'ailleurs, que je décide de m'arrêter pendant trois semaines. C'est comme un sevrage, j'y pense tout le temps.



C'est un outil fascinant pour un créatif : en quelques secondes nos images les plus folles peuvent prendre forme.

Je reviens début juillet avec une idée : voir précisément quels sont les biais de l'IA, s'il y en a.

Là, je commence à générer des milliers

d'images, toutes plus biaisées les unes que les autres. Concrètement, ça veut dire quoi ? Pour être très précise, voici la définition du biais : Il désigne une situation dans laquelle un système de Machine Learning discrimine un groupe de personnes en particulier. C'est la « distance » entre le meilleur modèle pouvant être appris par l'algorithme et le vrai modèle. En règle générale, cette discrimination reflète celles que l'on déplore dans notre société à l'égard des couleurs de peaux, du genre, de l'âge ou de la nationalité. Il y a deux exemples parlants (page 73).

Sur les prompts, ma demande est précise, et les images générées montrent sans conteste des biais d'âgisme, de grossophobie mais pas uniquement. Plus je prompte, plus je suis choquée, ma colère de maman de deux filles pré-ado et adolescente monte. J'ai aussi exploré les biais de patriarcat, racisme, bref, nous sommes en juillet 2024 et on coche toutes les cases !

Nous avons eu un certain nombre d'avancées féministes ces dernières années, si l'IA abreuve la toile de corps stéréotypés, blancs, longilignes et jeunes, les générations futures vont encore ramer avec la dysmorphophobie et les nouvelles injonctions ! (sachant que les anciennes injonctions sont toujours d'actualités).

C'est alors, qu'un jour, lors de mes séances

de prompts compulsifs, je génère cette image :



C'est ce qu'on appelle une hallucination en IA. Une erreur, je pèse mes mots car Midjourney est incapable de générer une personne transgenre sur demande. Les modèles n'ont pas été entraînés.

À ce jour, il n'est toujours pas possible de générer une tête d'homme sur un corps de femme ou l'inverse via un prompt clair. On peut en revanche générer les pires bestioles possibles.

Revenons au sujet, travaillant de près ou loin pour de nombreux magazines et le



Post sur le compte @nathalie\_dupuy\_ daté du 11 juillet 2023



Post sur le compte @nathalie\_dupuy\_ daté du 28 août 2023



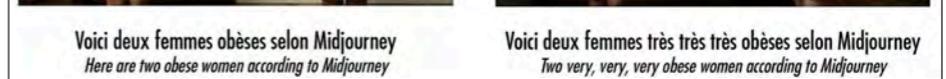
Post sur le compte @nathalie\_dupuy\_ daté du 12 octobre 2023



Voici deux femmes en léger surpoids selon Midjourney  
Two women who are slightly overweight according to Midjourney



Voici deux femmes obèses selon Midjourney  
Here are two obese women according to Midjourney



Voici deux femmes très très très obèses selon Midjourney  
Two very, very, very obese women according to Midjourney



magazine ELLE en régions depuis 20 ans, hop, l'idée m'est venue de faire une faux ELLE, un IELS (!). Bon, je n'ai pas imaginé jusqu'où tout cela irait...

Je sors sur les réseaux ce faux magazine. Les réactions sont telles (énormément de messages) que je décide quelques jours après, de faire un vrai magazine expérimental à date (fin juillet 2023) dont les contenus sont 100% générés par IA et en quatre langues. Tous les textes sont générés par ChatGPT 3.5 et le texte sur le féminicide par Chat GPT 4. Tous les visuels sont générés par Midjourney. Et voici 68 pages de contenus 100% intelligence artificielle prêtes en quelques heures. L'expérience est simple : je prompte (sans itération) et je mets en page sans aucune retouche ou correction. En langage simple, j'ai fait une seule demande à l'intelligence artificielle pour chaque visuel et chaque texte.

Je voulais voir ce que "la machine" avec une seule commande très précise (et sans autre intervention humaine) et en une seule fois était capable de sortir comme textes et images. Ce que la machine avait dans le ventre en somme. Bien entendu, il y a des heures de travail au préalable pour comprendre comment prompter car "à l'époque" (c'est-à-dire il y a sept mois) il n'y avait pas vraiment de formation. Donc des heures de tutoriels plus tard, quand je démarre l'exercice, je suis très précise sur mes demandes : pour les textes je demande très clairement ce que je veux, une brève de X signes, une interview, un portrait etc. J'indique les émotions et le ton que je désire.

Je garde le nom IELS, je ne réfléchis toujours pas aux possibles conséquences, je fonce, je veux voir.

Le plus long est de mettre en page tout cela, car j'essaie de trouver une IA qui le fait, mais il n'y en a pas. Ça me rassure aussi une peu. Le résultat fait la "blague" sur la forme, en surface mais pas sur le fond. Le texte est assez creux et plat, un peu malaisant, car il n'est pas complètement nul et faux, mais il est "bof".

Nous sommes fin juillet, j'ai plus de 500 demandes en messages privés pour recevoir ce magazine. C'est fastidieux et déroutant, rien n'est automatisé car encore une fois rien n'était vraiment prévu. Les personnes peuvent me le réclamer plusieurs fois. Très rapidement, L'Équipe des Lyonnaises\*, plus précisément, Anne

Delaigle et Alexandra Carraz-Ceselli me contactent pour une soirée, puis Tribune de Lyon et tout s'enchaîne !

Début août, nous prenons rendez-vous avec Alexandra Carraz-Ceselli pour enregistrer un podcast (café des Lyonnaises n°77) en septembre, après les vacances d'été. Je pars en vacances, les demandes continuent chaque jour, je l'envoie de mon smartphone, je n'en reviens pas. À la rentrée, les articles dans les médias\*\* s'enchaînent.

Alexandra me propose une soirée expérimentale autour du magazine, avec Anne (Delaigle au Comex de l'équipe des Lyonnaises), on imagine une soirée thématique. Elle a lieu au Life Hub de Bayer, c'est la première fois que je prends la parole sur le sujet, je suis pétrifiée, mais apparemment, cela ne s'est pas trop vu !

Anne Boudrot, traductrice en free-lance me contacte pour "jeter" un œil sur les traductions. On décide de faire une enquête à l'aveugle auprès de son réseau de traducteurs et de présenter les résultats lors de la soirée.

À mes côtés sur scène, Morgane Soulier, experte IA (bio page 93). La suite est narrée par les différents intervenants de la soirée-débat de ce dossier.

Je suis contactée par des experts IA qui me demandent mon avis sur certains sujets IA, à ce moment-là, je n'en ai pas !! J'explore, je démarre, j'essaie de comprendre, tout va tellement vite.

J'ai des demandes de prises de parole qui se datent, au début, je suis très flattée que ma modeste expérience intéresse, puis vu le nombre, je commence à monnayer mes interventions. Suite à des demandes de formations récurrentes, je réfléchis aussi au sujet et j'ouvre des sessions qui se remplissent immédiatement.

Je teste des IA (oui oui !) et plusieurs : cette aventure est folle et absolument passionnante, je rencontre (presque) toutes les personnes interrogées dans ce magazine.

En décembre, les articles de presse recommencent, et c'est en national cette fois (France inter) et international (enfin en Belgique), c'est à côté, mais c'est pas la France !

Cette aventure me fait rencontrer énormément de personnes "dans la vraie vie" et tisser de vrais liens professionnels

avec certains. Mon activité de DA a un peu évolué, je suis aujourd'hui contactée par les marques afin d'imaginer une prise de parole visuelle combinant IA et direction artistique. Je donne des conférences et des formations sur l'IAGen de visuels.

Ma conclusion sur cette expérience, l'IA est puissante et puissamment dangereuse si mal utilisée. Alors, pas dangereuse dans le sens où la machine se retournerait contre nous et nous attaquerait pour nous faire mourir dans d'atroces souffrances. Enfin, si c'est le cas, on la débranche ! Dangereuse car tellement puissante et précise que le vrai du faux est de plus en plus difficile à démêler. Et là on parle de fake news. Mais a-t-on attendu l'IA pour divulguer de la fausse information ?

Dangereuse, car l'IA ne crée pas, elle génère. Cela sous-entend que l'humain qui commande, est en zone d'expertise pour vérifier et corriger au cas échéant la machine. Si on lui demande un contenu (peu importe lequel, texte, image ou vidéo) que l'on est pas en mesure de vérifier, on peut diffuser des informations inexactes ou totalement fausses.

Dangereuse car elle peut inciter à la paresse intellectuelle, c'est tellement simple de prompter et diffuser. Et c'est toute la différence je crois. Utiliser comme "assistante", comme "intelligence ouvrière" – le terme n'est pas de moi mais de Martino Bettucci – elle est puissante et stimulante à l'infini. Alors l'enjeu des « défricheurs » de ce magazine, et la plupart sont dans cette logique, c'est l'acculturation et elle passe par la formation. Nous sommes presque tous devenus « passeurs », nous croyons en la pédagogie et la transmission. Nous avons quelques mois ou une petite année d'avance sur les autres. Dans cette technologie, un mois ou un trimestre est une année-lumière, c'est édifiant. Ce qui est vrai, faux ou impossible, peu importe, maintenant ne l'est plus dans cinq minutes. Le cerveau est en action : nous sommes la définition de l'agilité !!

Enfin, L'IA est pour moi, depuis le mois de juillet, une aventure dingue ! J'ai rencontré plus de personnes en physique ces 4 mois que sur les 3 dernières années. Les discussions sans fin, où se mêlent subtilités d'esprit, des ponts critiques et autres joyeusetés du débat typiquement français.

Cette aventure me fait rencontrer

énormément de personnes "dans la vraie vie" et tisser de vrais liens professionnels

\*L'Équipe des Lyonnaises est une association lyonnaise fondée par Alexandra Carraz-Ceselli qui a pour vocation de réunir les talents féminins, transmettre leurs expériences et les encourager à prendre davantage place dans le débat public.

\*\*Lien pour la revue de presse complète



Pages intérieures du magazine IELS(heshe) du mois de Juillet 2023

**L'Éclat de la Maturité SUR LES PODIUMS**

**L**a mode a toujours été un démineur ou la jeunesse et la fraîcheur ont été mises en avant, mais au cours des dernières années, une révolution silencieuse a commencé à se produire. Les podiums de mode ont commencé à mettre en valeur les personnes de plus de 60 ans, apportant avec eux leur charisme, leur élégance et leur beauté interprétative. Cette évolution marque une véritable révolution dans l'industrie de la mode, car elle célèbre la diversité de l'âge et encourage à redéfinir les normes de beauté.

La présence de mannequins seniors sur les podiums de mode offre une représentation plus réaliste de la société actuelle. Les lignes et les rôles sont désormais considérées comme des atouts plutôt que des défauts, car elles racordent l'histoire de vie des modèles avec leur nouvelle présentation. La beauté remet en question les idéaux de jeunesse éternelle, en montrant que la vraie beauté transcende l'âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération qui aspire à une vie active et dynamique. Les personnes plus âgées démontrent que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

**Changer les Mentalités**

L'inclusion des seniors sur les podiums de mode contribue à changer les mentalités en brisant les stéréotypes liés à l'âge. Elle pousse l'industrie de la mode à reconnaître la beauté et le potentiel des personnes âgées. Cela envoie un message fort à la société, en montrant que l'âge n'est pas un obstacle pour réaliser ses rêves et poursuivre des passions. Ils montrent au monde qu'il est possible de rester élégant, confiant et pertinent à tout âge.

Les marques de mode ont également joué un rôle important dans cette évolution. De nombreuses maisons de couture et marques de prêt-à-porter intégreront désormais des mannequins seniors dans leurs campagnes publicitaires. Ces campagnes mettent en avant des personnes adaptées à un public plus mature et montrent que la mode est accessible à tous, peu importe l'âge.

**La tendance d'inclure les plus de 60 ans sur les podiums de mode indique un futur plus inclusif pour l'industrie.**

La présence des plus de 60 ans sur les podiums inspire une génération

## Avis d'une lectrice engagée

### Anne Delaigle

Créatrice de mode & CEO d'IzzyTown

#### Quel a été votre avis, votre ressenti à la lecture de ce magazine expérimental ?

Avant même la lecture, j'ai été happée par l'esthétisme des visuels et l'effet "WAOUH" ! C'était beau, looké, dynamique et attrayant. Alors évidemment, sans regarder plus en détail, je me suis dépechée de plonger dans la lecture des différents articles. Les sujets étaient alléchants... En revanche, à leur lecture, je n'ai pas retrouvé ce qui avait fait mes premières impressions. Le style était plat, pour ne pas dire inexistant. Pas d'humour, pas de rythme et encore moins de "nervosité" dans l'écriture. Pas de questionnement, que des réflexions et des prescriptions somme toute assez convenues. Rien qui n'aiguise ma curiosité. Bien au contraire, l'ennui n'était pas loin de me guetter.

Pour faire simple, la promesse n'était pas "tenue"... Et pour un magazine de mode, c'est bien là le comble !

Ayant tout lu, j'ai donc regardé plus en détail les magnifiques photos produites par l'IA pour m'apercevoir que là aussi, les approximations étaient de mise.

Résultat, je comprends que ça ait fait la blague si l'on achète la presse dite féminine pour une lecture superficielle.

#### Votre avis sur l'expérience de l'IA dans ce cadre ?

J'ai trouvé cette expérience passionnante. J'avais toujours regardé ça de loin, sans y porter un intérêt particulier et presque convaincu que c'était encore de l'ordre d'un futur assez lointain... Loin de moi donc la possibilité d'imaginer un tel résultat. Loin de moi également d'envisager la rapidité avec laquelle évolue l'outil et le champ des possibles déjà adressable.

Cela m'a tout de suite confronté à un sentiment très ambivalent, entre admiration (l'IA est tout de même le fruit de cerveaux humains et nous permettra des avancées scientifiques très certainement fantastiques !) et la terreur de ce que cela peut générer ( fake news, perte de sens critique, fainéantise intellectuelle ... Le début d'un mauvais film de science-fiction !).



Pages intérieures du magazine IELS(heshe) du mois de Juillet 2023

# QUELLE L'AVENTURE !

**C**e qui était au départ un post sur mes réseaux sociaux est devenu un peu viral, pas au sens classique du terme, les interactions n'étaient pas vraiment au rendez-vous ou « visibles » mais en messages privés (beaucoup, vraiment beaucoup) c'est un premier point intéressant : on ne montre pas que ça nous intéresse.

L'engouement, les retours, les interrogations, les marques d'intérêts, des propositions (parfois dingues) m'ont poussé à aller au-delà du simple pastiche d'un célèbre magazine féminin.

Et IELS(heshe) est né.

100% intelligence artificielle, c'est-à-dire ?

De la même façon que je brieve un journaliste, la plupart du temps autour d'un café, avec un angle de rédaction et des calibrages précis (article, brèves, interview, témoignage etc. j'ai « brieve » Chatgpt, en d'autres termes, j'ai demandé très précisément la rédaction de ce que je désirais au prompt et j'ai bu mon café seul !

J'ai à peu près fait la même chose sur Midjourney.

La création de ce magazine expérimental, le choix des sujets, le format des articles, la direction artistique et la mise en page sont sortis de ma tête.

En revanche les visuels et les textes sont intégralement générés via intelligences artificielles. J'ai demandé, j'ai reçu et j'ai mis en page. Je n'ai rien corrigé ou modifié.

Pourquoi IELS(heshe) ?

Sur Midjourney, j'ai, au départ été fascinée par ces images extravagantes, bling bling, délirantes, fascinantes et effrayantes aussi parfois.

Une fois cet état de fascination redescendu (il m'a fallu trois semaines : pour les créatifs, quand on ouvre le

champs des possibles trop fort, il faut du temps pour calmer tout ça !).

Donc une fois cet état de fascination-répulsion passé, j'ai « questionné » l'IA sur le corps, le rapport au corps. Le corps vieillissant, abîmé, qui s'épaissit etc. Alors l'IA, conservatrice par essence car génératrice, a des années de biais et de patriarcat derrière elle, et il faut sacrément la malmener pour obtenir une personne qui sort du lot (sans que ce soit un monstre sans nom) !!

Exemple : Quand je demande une personne âgée, l'IA me propose une personne de 42-45 ans max.

Une personne très très âgée : 48-52 ans maximum et souvent liftée.

Un couple : Madame a systématiquement 10 ans de moins que Monsieur... : second point intéressant mais je pourrais en parler des heures et cet édito serait beaucoup trop long !!

Un jour, l'AI m'a proposé cette personne non-genrée (cf. : page 8) et c'est parti, ma créativité était en marche ! J'ai décidé de dérouler le fil d'un magazine 100% IA. (pour info, je n'ai jamais réussi à refaire ce genre d'image avec un prompt)

Travaillant dans la presse magazine depuis 20 ans, ensuite je me suis simplement amusée.

Alors Ta da !

Je sors officiellement LE PREMIER MAGAZINE INTÉGRALEMENT GÉNÉRÉ VIA LES IA et le thème de ce numéro 1 est le pro-ageing. Il y a 4 numéros disponibles : en français, anglais, espagnol et suédois.

Il va sans dire que vos retours me seront très utiles pour l'expérience.

Bonne lecture !

Edito du magazine  
du mois de Juillet 2023



# La soirée expérimentale

RETOUR SUR LA SOIRÉE DU 17 OCTOBRE 2023

**Alexandra Carraz-Ceselli**  
Fondatrice de L'Équipe des Lyonnais,  
Spécialiste des médias et des politiques publiques

**Quel a été votre avis, votre ressenti à la lecture de ce magazine expérimental ?**

L'expérience a été assez déroutante, je dois l'avouer, pour plusieurs raisons. D'abord, sur la forme, les images sont très esthétiques et ont un côté spectaculaire, qui donne le ton et oriente le ressenti général. Ensuite, sur le fond, et même si le ton était plutôt insipide, les titres, accroches et chapeaux m'ont semblé plutôt réussis, les contenus fidèles à ce que l'on est en mesure d'attendre de la part de certains magazines « féminins ». Dans l'ensemble, j'ai eu l'impression d'un joli livrable, propre et bien ficelé, qui aurait eu toute sa place en kiosque, même si le volet de la rédaction laissait à désirer.

**Utilisez-vous l'IA dans votre quotidien ?**

Depuis l'expérimentation réalisée par Nathalie Dupuy et la conférence sur l'IA qui s'en est suivie, avec l'intervention de Morgane Soulier, conférencière et spécialiste de l'IA, je dois dire que oui. J'étais réticente à l'idée que la machine puisse se substituer à l'intelligence humaine, mais j'ai été convaincue par les arguments développés par mes

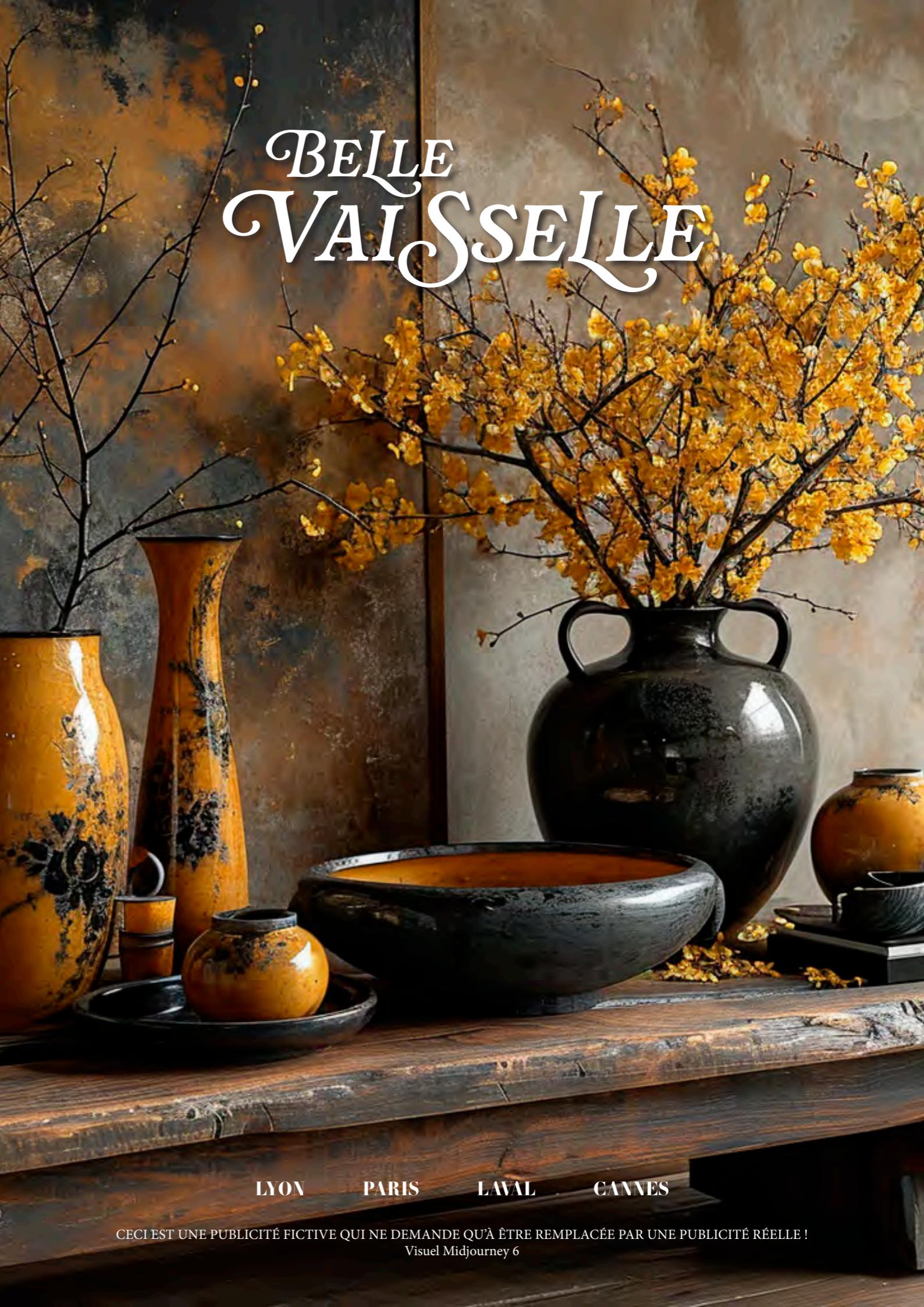
collègues : l'importance de se familiariser avec ces nouveaux outils, de travailler avec eux pour qu'ils deviennent une aide, et finalement un gain de productivité. Donc aujourd'hui je m'entraîne en interrogeant régulièrement ChatGPT sur la définition qu'il donnerait d'un concept ou d'une notion, la réponse qu'il apporterait à une itw, les questions qu'il poserait ou bien encore des idées supplémentaires qu'il permettrait d'apporter à du contenu éditorial. C'est vrai que c'est une autre façon de réfléchir et de travailler.

**Qu'avez-vous mis en place pour la soirée débat de l'Équipe des Lyonnais qui s'est passée au Life Hub chez Bayer ?**

Afin d'alimenter concrètement le débat public sur ce sujet au centre de nos préoccupations actuelles et dont nous avons collectivement et individuellement beaucoup de mal à évaluer les impacts gigantesques à venir sur nos vies, ainsi que sur de nombreuses filières professionnelles, et à partir du travail de recherche original mené par Nathalie Dupuy, nous avons imaginé cette soirée comme une véritable expérimentation à grande échelle, prenant le public à témoin. Le Café DÉBAT des Lyonnais sur l'IA a donc réuni, outre des spécialistes et expertes du sujet comme Nathalie, Morgane (Soulier) ou Catherine Sirven, spécialiste IA chez Bayer, d'autres professionnels amenés à témoigner ou à apporter leur contribution, en se confrontant chaque fois à ChatGPT. ■

**Comment s'est déroulée la soirée ?**  
En explorant chaque partie du magazine expérimental, nous avons interrogé un professionnel extérieur pour confronter son regard à celui de l'IA. Médecin spécialiste de chirurgie esthétique pour le dossier sur l'âgisme (Dr Véronique Abou), journaliste spécialisée en tourisme, food et art de vivre pour le volet rédactionnel (Audrey Grosclaude), traductrice en charge d'un pool de traducteurs pour faire relire à l'aveugle les productions générées dans 4 langues différentes (Anne Boudrot), et même un Chef d'un restaurant bistronomique (Guy Benayoun) pour tester les recettes et proposer sa propre version en mode « blind-test » avec le public.

**Avez-vous un avis plus précis sur l'IA aujourd'hui ?**  
Très clairement, cette expérimentation un peu pionnière, lancée par Nathalie, me semble avoir contribué à désacraliser l'IA dans le bon sens. Le mythe de la machine qui prend le contrôle total de la planète s'est un peu apaisé, au profit d'une vision plus pragmatique et efficace du sujet. Il me semble primordial autant qu'inévitable, d'inviter chacun à se saisir de ces nouvelles avancées technologiques et apprendre à travailler avec, pour ne pas se retrouver d'ici quelques années, dans une nouvelle rupture numérique générationnelle qui sera beaucoup plus difficile à surmonter que l'arrivée de l'ère internet des années 2000. ■



LYON

PARIS

LAVAL

CANNES

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Visuel Midjourney 6



## IA VS un Chef!

Sur une idée originale de Anne (Delaigle), on a fait un test grandeur nature : une recette générée par ChatGPT versus les mêmes ingrédients cuisinés par le Chef de l'Atelier du Square à Lyon, suivi d'une dégustation à l'aveugle. Elle répond.

### Vous avez imaginé un test grandeur nature IA versus Chef ? Un mot sur l'expérience ?

J'ai adoré l'idée de confronter l'homme à la machine ! J'ai trouvé l'épilogue rassurant ... L'homme gagne ! Mais jusqu'à quand ? Effectivement, la recette proposée par l'IA manquait d'originalité et quelques ajustements (notamment au niveau des cuissons) étaient nécessaires. Mais, pour un Chef en manque d'inspiration ou de créativité et sans autre concurrence, cela pourrait tout à fait faire l'affaire !

### Un mot du Chef ?

Le chef était emballé à l'idée... Normal, il a l'impression que sa femme n'a que de bonnes idées !!! (Anne Delaigle est l'épouse de Guy Benayoun NDLR) Plaisanterie mise à part, il a été très curieux de savoir ce que pouvait produire l'IA. Rassuré de voir qu'effectivement la recette proposée DEVAIT être adaptée pour être mangeable (la viande n'aurait pas été cuite si la recette avait été suivie à la lettre.) Il a été époustouflé par la rapidité avec laquelle l'IA génère les recettes en fonction des contraintes qui lui sont données. Il se rassure en se disant que quoiqu'il en soit, rien ne remplacera la main de l'homme ni son grain de folie... À suivre...

La recette de ChatGPT est ici pour les curieux, le Chef ne donne pas la sienne et c'est tant mieux !



# Vision experte

PAR MORGANE SOULIER

J'ai d'abord entendu parler du projet IELS et de cette initiative avant-gardiste de Nathalie lorsque j'ai été sollicitée en tant que consultante spécialisée en numérique pour partager mon expertise lors d'une conférence axée sur cette expérience pionnière. Intriguée initialement par la proposition, mon intérêt s'est rapidement transformé en admiration devant l'exploit accompli par cette journaliste visionnaire. IELS n'est pas un magazine ordinaire, c'est une création révolutionnaire. La démarche de Nathalie allie audace et vision : utiliser l'IA pour créer un magazine de A à Z, c'est non seulement repousser les frontières de la créativité mais aussi interroger notre rapport à l'innovation et ici en l'occurrence à la féminité dans l'espace numérique.

Cette soirée-débat consacrée à l'initiative de Nathalie a servi de catalyseur pour une réflexion approfondie sur notre relation à l'innovation. Réunissant un public varié : novices en technologie, journalistes, traducteurs, sans oublier un chef cuisinier mis au défi de concrétiser une recette suggérée par ChatGPT tout en y opposant sa propre création culinaire, l'événement a mis en lumière toute une gamme de réactions. Les discussions ont révélé les nuances et les défis inhérents à ces nouvelles technologies, ainsi que les appréhensions suscitées par leur intégration croissante dans nos pratiques professionnelles et créatives.

Nathalie elle-même a évoqué les difficultés rencontrées lors de la création, notamment pour générer des images de personnes âgées, illustrant les limites actuelles de la technologie. Cette honnêteté a apporté une profondeur inattendue à l'expérience, révélant la complexité derrière ce qui semble être une prouesse technologique. La soirée a

également été l'occasion d'entendre les appréhensions des professionnels face à l'arrivée de ces nouvelles technologies. Les journalistes présents ont partagé leurs inquiétudes sur l'impact potentiel de l'IA sur leur métier, un sentiment de menace planant sur les traditions et les compétences établies.

Mais ce que j'ai aussi noté, c'est ce moment particulièrement marquant que fut le défi lancé au chef invité à reproduire une recette créée par ChatGPT tout en concoctant sa propre version pour un vote comparatif. Fruit de l'humain qui au final concourrait seul face à lui-même, le résultat fut une démonstration visuelle frappante des différences entre l'œuvre de l'IA et la création humaine. L'assiette issue de la recette de l'IA proposée par le chef, bien que correcte, manquait de l'esthétique raffinée de celle préparée par sa propre recette, qui a logiquement remporté les faveurs du public. Cette expérience a souligné les limites de l'IA dans des domaines où le goût, l'esthétique et la créativité personnelle jouent un rôle crucial.

Quo qu'on pense de l'IA et de ses répercussions sur la société, ce magazine est une prouesse, illustrant parfaitement comment l'IA peut enrichir et transformer les médias traditionnels. La vision de Nathalie, alliant esthétique et intelligence artificielle, ouvre des horizons inédits dans le monde de la presse. En tant qu'experte en numérique, je suis impressionnée par la finesse avec laquelle l'IA a été guidée pour produire un contenu si riche, reflétant des thématiques variées. IELS n'est pas seulement un magazine, c'est un témoignage de l'évolution fulgurante de l'IA et de son potentiel infini dans la création culturelle. ■

**Morgane Soulier**  
est multi-entrepreneure,  
consultante, conférencière  
et auteur.

Diplômée de l'EM Lyon, d'HEC et de Sciences Po Paris, Morgane a travaillé 8 ans dans les Nouvelles Technologies au sein de grands groupes avant de développer sa propre entreprise dans le domaine de la santé connectée. Elle dirige maintenant sa propre structure de conseil et accompagne les dirigeants et leurs équipes dans leur compréhension des enjeux liés aux transformations numériques du monde contemporain et notamment ceux en lien avec l'intelligence artificielle, le metaverse, et les réseaux sociaux. Editorialiste pour de nombreux médias (Harvard Business Review, Challenges, Le Point, L'Express) elle rédige des chroniques hebdomadaires dédiées à la compréhension du monde numérique. Elle anime le podcast Now Futures et interviewe chaque semaine un leader d'opinion qui décrypte l'évolution de son activité à l'ère du numérique.



REGARDS CROISÉS

# L'IAgen chez Bayer

PAR CATHERINE SIRVEN ET RACHEL RAMA

**Vous avez reçu dans votre Lifehub BAYER la fameuse soirée autour de l'IA et du magazine IELS(heshe) qui fait aujourd'hui parler de lui au-delà des frontières ?**

**Quel a été votre réaction en interne, à la lecture de ce vrai-faux magazine ?**

**Catherine Sirven** : Première réaction : incroyable ! Les images sont vraiment étonnantes et percutantes... On obtient un sentiment fort : « Ce qui était impossible devient possible », donc de nouvelles opportunités s'ouvrent.

Avec plus de recul, on découvre les limites du magazine. Les biais comme l'âgisme (les femmes de 80 ans paraissent si jeunes !) et le manque de pertinence de certains articles non fouillés et donc pauvre en contenu.

Tout comme les outils d'Intelligence Artificielle utilisés chez Bayer, on voit bien que les opportunités ne s'ouvrent que si on utilise ces outils avec une intelligence émotionnelle humaine qui complémente l'accélération procuré par la machine. En somme nous serons augmentés si nous l'utilisons avec pertinence !

**C. S. : Utilisez-vous l'IA dans votre quotidien ?**

Qui ne l'utilise pas ? Oui, je m'en sers pour la navigation, pour mes choix de musiques ou de films, dans les réseaux sociaux ! J'aime bien cependant « surprendre » les algorithmes en opérant parfois des choix différents de ceux attendus pour ne pas me retrouver enfermé dans des classes hermétiques (un des biais connus de ces algorithmes).

**Quelle est l'utilisation de l'IA au sein de Bayer ?**

**Rachel Rama** : Chez Bayer, l'IA est complètement intégrée dans nos métiers et à différents niveaux... Dans, les solutions vendues aux clients finaux, dans notre quotidien et dans nos outils de recherche.

• Pour nos clients, les solutions futures pour les agriculteurs intègreront toutes du digital et de l'IA. Avec une meilleure connaissance des parcelles et des besoins

des plantes, l'agriculture digitale aide l'agriculteur à faire des choix éclairés en matière de protection des cultures, de fertilisation ou encore d'irrigation, permettant ainsi d'explorer de nouvelles approches pour une agriculture plus durable.

- Dans nos usages bureautiques au quotidien, l'usage de Microsoft Copilot est une vraie révolution que nous accompagnons grâce à des formations dans le cadre de la transformation digitale.

- En recherche, nous avons lancé une approche disruptive avec #CropKey, notre toute nouvelle approche révolutionnaire de l'innovation dans le domaine de la chimie de protection des cultures. CropKey utilise l'IA et le machine learning pour identifier des protéines uniques présentes dans la composition des ravageurs beaucoup plus rapidement et avec une plus grande précision que jamais. Ces protéines uniques peuvent être considérées comme des « verrous » et les scientifiques appellent ce processus « Target Based Discovery » / Découverte basée sur des cibles. A l'aide d'une modélisation informatique prédictive, nous concevons la molécule de protection des cultures (la clé) qui inhibera la protéine cible (le verrou) selon des profils de sécurité prédefinis. Grâce à ces mêmes outils prédictifs, nos scientifiques peuvent s'assurer d'autres facteurs de durabilité comme la dégradabilité de la molécule dans le sol. La molécule conçue peut être considérée comme une « clé » précise pour la serrure unique. Les scientifiques appellent ce processus « Profile-Driven Discovery » / Découverte basée sur des profils

Le caractère unique du verrou et la précision de la clé signifient que d'autres espèces non ciblées sont protégées. L'approche CropKey révolutionne l'innovation dans le domaine de la chimie de la protection des cultures car elle nous permet de passer de la sélection de molécules (ou clés) et de leur évaluation sur différentes protéines (ou serrures) avec un certain degré d'essai et d'erreur, à la conception de clés entièrement nouvelles et spécifiques pour des serrures identifiées avec une grande précision.



**R. R. : Et concrètement...**

Bayer a très récemment signé un partenariat avec une jeune startup française appelé IKTOS spécialisée dans l'IA pour la conception de médicaments. La pièce maîtresse de cette collaboration est le logiciel d'IA génératif « Makya » développé par Iktos. Ce logiciel, basé sur des modèles de deep learning, offre aux scientifiques de Bayer la possibilité de concevoir de nouvelles molécules in-silico, répondant à des critères prédefinis tels que l'efficacité, la sélectivité, la sécurité et la durabilité. En utilisant Makya, les chercheurs peuvent accélérer les étapes cruciales de recherche, propulsant ainsi le développement de nouvelles solutions de protection des cultures. Ils deviennent des « chercheurs augmentés ».

**R. R. : On parle beaucoup d'IA prédictive en ce moment ? Est-ce votre cas ?**

Oui bien sûr ! Nous l'utilisons déjà pour fiabiliser la prévision d'apparition de risque de maladies sur vigne pour les viticulteurs. D'une manière plus prospective, en utilisant ces mêmes outils prédictifs, les scientifiques peuvent également garantir d'autres facteurs de durabilité tels que la dégradabilité de la molécule dans le sol, en allant au-delà des normes

actuelles et en minimisant tout impact environnemental. Cette approche CropKey apporte des niveaux élevés de précision, sécurité et durabilité ; elle permet d'aller au-delà des normes actuelles, minimise considérablement l'impact de la protection des cultures sur l'environnement, établissant ainsi une nouvelle référence pour l'industrie.

Agrégation d'informations publiques :

Sources :  
Agriculture digitale : <https://www.bayer.com/fr/fr/agriculture-digitale>  
<https://www.bayer.com/media/en-us/bayer-demonstrates-digital-technologies-as-a-key-enabler-for-regenerative-agriculture/>  
Copilot : <https://www.zonebourse.com/cours/action/MICROSOFT-CORPORATION-4835/actualite/Microsoft-partenaire-des-nouveaux-services-de-Bayer-43243022/>  
[https://www.linkedin.com/posts/christoph-sieger-74b00418\\_bayers-innovation-journey-with-microsofts-activity-7131192643329351680-w0OB?utm\\_source=share&utm\\_medium=member\\_desktop](https://www.linkedin.com/posts/christoph-sieger-74b00418_bayers-innovation-journey-with-microsofts-activity-7131192643329351680-w0OB?utm_source=share&utm_medium=member_desktop)  
<https://www.youtube.com/watch?v=jakFIORRSEG>  
Cropkey : <https://www.bayer.com/en/agriculture/article/designing-the-keys-to-unlock-the-future-of-sustainable-protection>  
Iktos : <https://www.agro-media.fr/actualite/agriculture-iktos-et-bayer-veulent-revolutionner-la-protection-des-cultures-grace-a-lia-59168.html>  
Agriculture prédictive : [https://www.bayer-agri.fr/cultures/moving-a-grapevision-predictif-et-fiable-pour-traiter-moins-et-mieux\\_5709/](https://www.bayer-agri.fr/cultures/moving-a-grapevision-predictif-et-fiable-pour-traiter-moins-et-mieux_5709/) + Cropkey

**Rachel Rama**  
est une leader éclairée de la recherche en santé des plantes chez Bayer

Dotée d'une formation en microbiologie, Rachel a occupé divers postes de direction, notamment dans la biotransformation et le criblage des substances actives fongicides. En 2009, elle a développé avec succès un portefeuille de produits de biocontrôle, assumant finalement la direction du développement global de la division Environnemental Science en 2012. Son leadership exceptionnel et sa vision l'ont conduite à devenir, en 2016, directrice du Centre de Recherche, puis en 2020, responsable des petites molécules de la division Cropsience chez Bayer. Sous sa direction, une approche d'innovation disruptive nommée CropKey intègre l'intelligence artificielle comme support d'innovation, passant ainsi de la sélection à la conception sur-mesure de solutions durables identifiées avec précision. Rachel est engagée, visionnaire et impulse l'innovation ouverte dans le domaine agricole.



# L'IA à hauteur de journaliste Le magazine IELS, une exploration déstabilisante

PAR AUDREY GROSCLAUDE

**Habituée à travailler avec Nathalie pour la presse magazine, l'édition, le web ou le coaching éditorial de marques depuis de longues années je connais très bien son travail de direction artistique, sa capacité d'adaptation et ses facultés à s'approprier des sujets complexes avec rapidité et intelligence.**

**Malgré tout cela, lorsqu'elle m'a parlé de son projet de magazine entièrement généré par l'IA ma première réaction a été d'avoir peur.**

Après la révolution web, l'arrivée des journaux gratuits, celle des réseaux sociaux et la course à l'info (pas toujours fiable on va y revenir) qu'ils ont induit, l'IA représentait pour moi un nouveau défi, un de plus, pour la profession déjà éprouvée des journalistes. J'ai eu l'occasion de l'expliquer lors de la soirée Bayer, cette peur s'est vite dissipée à la lecture du magazine IELS. Briefés par Nathalie Dupuy, les IA ChatGPT et Midjourney ont livré un magazine aussi bluffant sur la forme (à première vue) que navrant sur le fond. L'expérimentation proposée par Nathalie posait déjà toutes les bonnes questions : pertinence des propositions, biais sur les rendus iconographiques ou éditoriaux, véracité des informations, crédibilité des sources, droits d'auteur... Là où le bât blesse c'est qu'avant d'en arriver là, à ce niveau de discussion et de réflexion, j'ai lu et vu nombre de commentaires s'enthousiasmant sur le procédé avant même d'avoir été au bout de l'acte de lecture ou d'analyse du magazine. Un symptôme de notre époque (rares sont les gens à lire encore, qui plus est sur les réseaux où l'on se contente de survoler) qui m'a permis de pointer rapidement la principale faille de l'IA à mon sens : l'humain. Pour que cet outil devienne et rende un

formidable service à l'humain, il va falloir former ce dernier c'est-à-dire qu'il va nous falloir développer de nouvelles capacités d'analyses et de réflexion ; déployer des compétences encore inédites pour « dompter » et « apprivoiser » cette intelligence autonome. Or, c'est justement ce savoir-faire intellectuel, cette capacité à mobiliser sa matière grise qui se voit chahutée par une IA souvent perçue comme miraculeuse et providentielle. C'est dire l'enjeu.

**De quelle manière l'intelligence artificielle est-elle utilisée aujourd'hui pour assister les rédacteurs et journalistes dans le processus de création de contenu ?**

Il est difficile de donner une réponse unique à cette question. Tous les rédacteurs et journalistes ne l'utilisent pas. C'est une question de génération (les professionnels les plus âgés ne maîtrisent pas nécessairement l'outil), d'habitude (les journalistes aguerris passent des coups de fil pour vérifier des informations alors que des rédacteurs moins formés peuvent se contenter de synthétiser des contenus trouvés sur le web) mais aussi

d'expertise. Si je maîtrise un sujet car j'écris dessus depuis dix ans je n'ai pas besoin d'une IA pour m'expliquer ce que je sais déjà dans mon disque dur humain : mon cerveau. En revanche, pour faire court, l'IA peut servir d'assistant ou de super moteur de recherche intelligent. En effet, l'IA donne accès à un grand nombre d'informations en un temps record, voire carrément en live, comme le résultat d'une élection ou d'une rencontre sportive. Dans ce cas, elle remplace clairement l'humain sur une tâche pénible, chronophage, répétitive et/ou sans valeur ajoutée. Encore faut-il que l'on puisse vérifier que l'IA reste strictement dans le périmètre qui lui a été assigné. Autrement dit l'humain, la tour de contrôle, reste indispensable.

**Comment l'IA influence-t-elle la vitesse et la qualité de la production d'articles, si c'est le cas ?**

Sans s'en rendre compte les journalistes utilisent déjà l'IA. Nombre de logiciels, petites applications ou services de traitement de texte ou de gestion de projets font appel au procédé même si cela paraît moins impliquant de poser une question à un chatbot que de télécharger ChatGPT. A titre

personnel j'utilise beaucoup un logiciel de transcription audio qui me livre un texte « rédigé » à partir de mes conversations et interviews. Je gagne un temps fou car je ne suis pas obligée de réécouter mes enregistrements dans leur totalité pour les transcrire. Néanmoins, je ne peux pas le livrer tel quel sans repasser dessus, ce que j'obtiens est un brouillon, un document de travail. C'est juste un facilitateur, un accélérateur mais ma démarche reste la même.

Soyons clairs, par sa capacité à scanner un nombre quasi infini de données en quelques secondes, l'IA peut nettement accélérer le temps de production d'un article, même si ce dernier est ensuite repris, corrigé et révisé par l'humain. Prenons un exemple : je ne connais rien au fonctionnement du moteur thermique de ma voiture. L'IA va avoir accès en temps réel à une notice constructeur, à l'histoire de l'ingénierie peut-être même à des études en RD. Moi je vais devoir me documenter sur le web, lire des ouvrages, interroger des spécialistes. L'IA ira plus vite c'est factuel. En revanche, on arrive à la deuxième partie de la question, pour quelle qualité ? L'IA va compiler ce qu'elle a trouvé. Incitée à réfléchir à nouveau par retour de prompt peut-être même qu'elle arrivera à dégager une problématique... mais cela demande donc

une intervention humaine dans le processus. Moi, de question en question, je vais affiner ma démarche intellectuelle, comprendre quels sont les enjeux derrière la question initiale du fonctionnement de ma voiture thermique, qui, quand, quoi, comment, où ça se passe et surtout, quel avenir ? Le contexte ne suffit pas, le sel d'un article c'est son angle, le biais par lequel le sujet est attaqué et traité. Il y a une finalité : répondre à une question donnée et/ou ouvrir le sujet, c'est-à-dire être capable de créer des passerelles entre différents concepts intellectuels. L'IA en est-elle capable au même titre que l'humain ? Non. Justement car elle n'est pas humaine, néanmoins par sa capacité à être exhaustive peut-être m'obligea-t-elle à explorer des champs que je n'avais pas pris en compte à la base. En cela, elle peut me challenger...

**Quels sont les défis éthiques posés par l'utilisation de l'IA dans le journalisme, notamment en termes de biais, de transparence et de responsabilité éditoriale ?**

L'IA est un outil. Comme tous les outils, tout dépend de qui l'utilise, à quelles fins et avec quelles limites. Pour répondre en partie à la question il faut au préalable définir ►

**Audrey Grosclaude**  
Journaliste, directrice éditoriale et rédactrice en chef déléguée

Rédactrice en chef déléguée et directrice éditoriale Audrey Grosclaude est journaliste lifestyle (déco, design, food, culture, voyages...) depuis 20 ans. Basée à Lyon, elle est à la tête des cahiers régionaux du Figaro Magazine (Auvergne Rhône-Alpes, Occitanie, Bretagne, Aquitaine...) pour l'agence Intelligence Media Connect et coordonne le trimestriel A la lyonnaise, co-édité par Tribune de Lyon et Only Lyon. Elle collabore régulièrement avec le pôle voyages du Figaro. En parallèle, elle accompagne marques et institutions dans leur stratégie éditoriale et la production de leurs contenus print & web.

L'expérimentation posait toutes les bonnes questions : pertinence des propositions, biais sur les rendus iconographiques ou éditoriaux, véracité des informations, crédibilité des sources, droits d'auteur...



le « qui » car il faut déjà faire la différence entre le journaliste et le rédacteur. Le premier, c'est la règle d'or, est là pour transmettre une information. Il la vérifie, il la source et la bétonne. C'est encore mieux si elle est inédite et exclusive. C'est ce qu'on appelle un scoop. Le rédacteur, lui, est payé pour produire du contenu. Il y a des nuances entre les magazines papier à vocation purement commerciale, dont l'intérêt est de vendre de la pub avant d'informer, les posts réseaux sociaux ou encore les contenus commandés et donc pilotés, financés et produits par une marque mais pour tous ces cas de figure, clairement, l'éthique et la déontologie attendues ne sont pas les mêmes que dans le contexte d'un média d'information. Et ce, même si le milieu a parfois perdu une partie de sa rigueur journalistique sur l'autel de la survie économique ou des intérêts politiques. Toujours est-il que certaines rédactions ont fait le choix d'utiliser l'IA dans des cas très précis et très factuels : publication de résultats trimestriels ou scores sportifs. Il y a peu de chances que le résultat soit biaisé mais ce n'est pas impossible. L'IA est-elle capable de faire la différence entre une info et une fake news ? Peut-elle être « programmée » pour ne livrer qu'une partie des faits ? Des éléments historiques avérés pourront-ils noyer sous des éléments contradictoires complotistes et ainsi rester sous le radar de l'IA ? Les développements venant des US ou de Chine, les contenus générés seront-ils centrés sur ces parties du monde ? Comment le lecteur sera-t-il assuré qu'il lit une actualité sourcée

ou un contenu farfelu imaginé par l'IA - qui on le sait peut « inventer » pour combler les blancs. Là, on touche à une partie du problème et à sa solution : l'humain reste indispensable pour vérifier et bonifier l'info générée par l'IA.

**Comment envisagez-vous l'avenir du journalisme à l'ère de l'intelligence artificielle ? Quels sont les développements ou innovations que vous anticipez dans ce secteur ?**

L'IA dans le journalisme n'est pas une option, elle est déjà là et il faut impérativement que les professionnels s'emparent de l'outil, se l'approprient pour y faire infuser leurs bonnes pratiques : vérification de l'information, rigueur, capacité d'analyse, etc. Elle peut et elle doit être le moyen de redonner du temps aux journalistes, le temps d'enquêter, d'explorer, de rencontrer. Peut-être qu'une partie des actualités « chaudes » pourront être traitées par l'IA. Exemples : Qui a gagné le match Lyon-Marseille ? Combien coûte un litre d'essence en France ? Quel pourcentage de participation à tel vote à l'Assemblée nationale ? Quelle était la température moyenne en France le 14 décembre ? Ce qui pourrait laisser le champ de l'analyse à l'humain : le résultat du match Lyon-Marseille est-il révélateur du niveau sportif montré par les joueurs ? Combien représente ce litre d'essence dans le budget d'un ménage ? Pourquoi un tel taux de participation à ce vote de l'Assemblée

nationale et qui a voté ? Les températures du 14 décembre sont-elles exceptionnelles pour la saison et que racontent-elles du réchauffement climatique ? La profession se retrouve déjà face à un énorme chantier, à nous de ne pas rater le coche en étant transparents avec des mentions stipulant clairement les contenus produits par l'IA (à l'image de ce qui se fait pour les publireportages). Si le risque de déviance est fort il y a aussi de formidables possibilités qui se dessinent. J'aime beaucoup la vision d'Alexandre Astier (à voir dans Hot Ones avec Kyan Khojandi). Pour lui « les mauvais ont du souci à se faire » mais « pas les auteurs, les vrais, ceux qui doivent écrire », en revanche « ceux qui ne mettent rien d'eux-mêmes dans leurs écrits, ceux qui remplissent une fonction, oui ils sont remplacables. » Je suis assez d'accord avec cette approche même si auteurs et journalistes diffèrent. Il y a des sujets, des reportages sensibles au cœur de la vie des gens, des rencontres entre deux humains, des complicités ou des inimités, des moments de grâce, de douleur, de joie, des guerres mais aussi de simples moments de vie que l'IA ne pourra jamais générer toute seule, car cela demande de savoir capter et retranscrire de l'émotion. Or, l'émotion est une réaction psychologique et physique à une situation. Ce que l'IA n'est et n'a pas, elle n'a ni corps, ni psyché. Il faudra donc l'utiliser pour ce qu'elle est. Ni plus ni moins et sans détourner le regard parce qu'elle fait déjà partie de nos vies personnelles et professionnelles. À nous d'être créatifs. ■



CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !

Dall-e 3



L'IA à hauteur des traducteur·rices

# Expérience visuo-linguistique autour de l'IA

PAR ANNE BOUDROT

**L'occasion était simplement parfaite. Avec son expérience loufoque, osée, voire provocatrice, Nathalie me donnait l'occasion de parler de mon métier bousculé, contrarié par l'IA depuis au moins 6 ans déjà... L'opportunité également d'aborder le sujet sous un angle nouveau, empirique, et de faire germer quelques idées et questionnements.**

## Qu'expérimente-t-on exactement ?

L'« expérience visuo-linguistique » est lancée en septembre 2023 auprès de 27 traductrices et traducteurs de langue française, anglaise, espagnole et suédoise faisant partie de mon réseau ou « recrutés » par le biais du Tradiscord, une communauté en ligne de traducteur·rices à laquelle j'appartiens. Les instructions fournies sont très succinctes de façon à préserver l'aveugle. Il est demandé à chaque linguiste de parcourir le magazine (version dépourvue d'éditorial, d'ours et de toute mention à l'IA) et de faire un retour sur la qualité globale des textes, fond et forme. L'idée est de voir si ces plumes expertes seront capables de déceler l'IA derrière les mots. Il leur est également demandé de noter la qualité de l'écriture en attribuant une note globale sur 10.

En définitive, sur les 27 personnes interrogées, 6 (22 %) n'ont pas imaginé un instant que les textes aient pu être générés par une IA et 21 (78 %) l'ont deviné, avec plus ou moins de certitude. Quant aux notes, une note moyenne de 6,7 sur 10 a été attribuée à la forme contre 6 sur 10 pour le fond.

## Qu'en pensent les linguistes ?

Les commentaires reçus sont riches et variés, teintés d'humour, de doutes, de révolte parfois, chacun·e étant libre de commenter à sa manière et de sélectionner les articles à sa guise.

Le magazine est d'emblée bien accueilli. Au premier coup d'œil, la présentation est jugée léchée, sophistiquée, agréable et

claire. Les thèmes explorés sont intéressants et pertinents. Puis, rapidement, le doute s'immisce. Les personnes interrogées me font part d'un sentiment de malaise, d'inadéquation, certain·es restent perplexes, ne sachant mettre le doigt sur ce qui dérange parfois.

La structure très formelle (on me parle de « thèse », de « mémoire », « pas assez presse », « démonstration scientifique ») empruntée aux articles scientifiques (« dans cet article, nous explorerons », « en conclusion ») est mentionnée dans tous les retours reçus. Les textes semblent s'inspirer de l'anglais, aussi bien dans les tournures employées, le choix des mots que dans la typographie par endroits (l'usage des majuscules pour chaque mot du titre, que l'on retrouve dans le magazine, est une règle de typographie anglaise). Par ailleurs, la majorité des personnes citées dans les témoignages portent des prénoms à consonance anglo-saxonne, orthographiés à l'anglaise (Mary, John, William, Evelyn, James).

Les textes manquent de naturel, sont étrangement répétitifs, ils manquent de diversité linguistique – les mêmes mots-clés sont répétés à l'envi, l'exploration lexicale est inexistante. La majorité des linguistes ont supposé qu'il s'agissait d'une traduction automatique ou d'une traduction littérale, non rédigée par une personne native. Or, il ne s'agit pas d'une traduction à proprement parler.

On note également pléthore de défauts esthétiques dans la mise en page, la typographie, la ponctuation ; des erreurs de

yntaxe, quelques coquilles, une écriture inclusive aléatoire par endroits, même si l'usage excessif des tournures impersonnelles permet de contourner le problème. Le contenu est quant à lui jugé plat, creux, naïif. Il n'y a pas d'effet de surprises ou d'anecdotes intéressantes, de contre-argumentation ou d'informations nouvelles, lecteurs et lectrices restent sur leur faim. Est également évoqué l'aspect stéréotypé des visuels, ce qui dénote avec l'approche a priori subversive, ou du moins alternative, de IELS. Pour un magazine censé faire tomber les barrières, les références aux personnes LGBTQ+ et aux personnes de couleur sont quasiment inexistantes, les témoignages et les images mettent principalement en scène des couples blancs, bronzés, minces et hétérosexuels.

Il y a comme un hiatus entre l'aspect luxueux et soigné du magazine, d'une part, et les maladresses et platiitudes dans l'écriture et le contenu, d'autre part.

Sans grande surprise, les maladresses et incohérences du texte original français se retrouvent dans les traductions faites par l'outil. Quelle que soit la langue, les retours sont unanimes : « on entend le français » derrière les mots, comme le dit joliment une des traductrices suédoises.

Aux bizarries de départ, s'ajoutent des erreurs de typographie (guillemets français [chevrons] laissés dans les traductions), de ponctuation (l'usage de la ponctuation n'étant pas transposable tel quel d'une langue à l'autre) ou dans le choix des mots même s'il s'agit parfois de différences subtiles (« a few »

à la place de « some »).

Les linguistes relèvent et corrigeant – par réflexe – un nombre non négligeable de gallicismes et d'erreurs de traduction. Citons à titre d'exemple la traduction pour le moins malheureuse de « World street fashion », traduit en espagnol par « La moda mundial de calle », une référence à la « mode des sans-abris » et non à la mode « urbaine ».

Les textes anglais sont jugés trop verbeux, l'anglais étant une langue élastique et plastique par essence. Même constat dans les textes en espagnol, qui transpirent la traduction (or l'exercice traductif est avant tout un travail discret). Certaines tournures et structures couramment employées en espagnol, l'usage de la voix passive réfléchie par exemple, semblent inconnues de ChatGPT.

L'adaptation culturelle, nécessaire pour toucher le public cible, est également inexistante. La version espagnole mêle vouvoiement et tutoiement. La version anglaise semble avant tout s'adresser à un

public américain d'après l'orthographe utilisée (-or [US] vs -our [UK]) et les termes employés (« runway » [US] vs « catwalk », « zucchini » vs « courgette », « pants » vs « underwear ») même si les recettes de cuisine utilisent le système métrique et non le système impérial (onces et livres) appliqué aux États-Unis.

Dans les 3 langues, l'IA peine à expliquer le pronom IELS et se contente de traduire littéralement un paragraphe qu'il aurait fallu adapter culturellement (« localiser ») en précisant au minimum qu'il s'agit de la combinaison de 2 pronoms français (les traductions ne précisent nullement qu'il s'agit d'un pronom étranger). On peut toutefois imaginer que la machine ne devrait pas tarder à être en mesure de retrouver les équivalents de IELS dans les 3 langues cibles (hen en suédois, elle en espagnol (elle) et they en anglais), à condition de la nourrir à partir de textes « inclusifs » et diversifiés.

Le verdict est sans appel pour l'ensemble des linguistes impliqués dans l'expérience : les traductions ne sont pas publiables en l'état.

Nathalie Dupuy et moi-même nous sommes par ailleurs demandé si la traduction était meilleure à partir d'un texte rédigé par une personne humaine (en partant du principe que plus le texte de départ est bon, meilleure sera la traduction). Il s'avère au final que si la traduction de l'éditorial, rédigé par Nathalie, est correcte et fidèle au texte de départ, les subtilités du texte original (la touche d'humour, le rythme et le style) sont nettement estompées. L'écriture manque à nouveau de naturel et d'équilibre, l'outil ayant suivi à la lettre la structure du texte français. Le verdict reste le même que précédemment : trop d'automatismes, pas assez d'humain.

## Et notre capacité de réflexion dans tout ça ?

Même si le postulat de départ est en fait biaisé car, dans la vraie vie, les textes sont relus et corrigés par des personnes humaines, l'expérience n'en demeure pas moins éloquente. Elle illustre de façon presque





caricaturale tout ce que les métiers de l'écrit reprochent à l'IA, à commencer par les risques d'appauvrissement et d'homogénéisation de la langue et, par extension, le risque d'une pensée et d'une culture sinon uniques, au minimum perverses. Je ne peux d'ailleurs m'empêcher de faire le rapprochement avec le concept d'acculturation à l'IA, fréquemment encouragée par les experts du numérique. L'usage de ce terme équivoque – le préfixe « a » étant fréquemment compris comme un « a » privatif alors qu'il s'agit bien du « a » inclusif de *ad culturem*, « acculturer » signifiant « assimiler un groupe ethnique, les individus d'un groupe culturel, à un autre groupe culturel » (définition du CNRTL) sur le plan ethnologique et sociologique – est quelque peu cocasse, voire effroyablement approprié, si l'on songe aux risques d'aliénation et d'altération de la pensée évoqués précédemment.

L'IA n'invente rien, elle recrée du contenu à partir des données avec lesquelles elle a été nourrie en tentant de jouer le meilleur coup possible, avec une perception très limitée du contexte global, du ton ou de l'intention revendiquée. Elle a de fait tendance à simplifier les choses et à privilégier les tournures, collocations et associations les plus courantes dont elle dispose, pour la forme comme pour le fond. Le contrôle de la qualité, de la fiabilité et de la diversité des ressources textuelles ou visuelles que l'on donne à ingurgiter à l'IA devient dès lors urgent. À ce sujet, l'IA Act de l'Union européenne sera-t-il suffisamment audacieux et contraignant ? L'UE parviendra-t-elle à faire fi de la cupidité de l'industrie au nom de l'humain et de l'environnement ?

Dans le microcosme de la traduction, l'IA a réellement pris son envol en 2018, avec l'arrivée de la traduction automatique neuronale (ou apprentissage profond) qui analyse la phrase dans son ensemble, contrairement à la traduction automatique statistique dont l'analyse est bien plus morcelée. Malgré des progrès effarants, la machine trébuche encore – et reste à terre – face aux intraduisibles, aux expressions idiomatiques ou à tout contenu nécessitant un tant soit peu de créativité et d'adaptation culturelle. Elle n'est pas non plus encore

capable de résoudre les ambiguïtés syntaxiques et sémantiques. Elle n'en saborde pas moins le quotidien des traducteurs et traductrices pragmatiques chargé·es, par leurs commanditaires, des agences de traduction essentiellement, de corriger des textes moulinés par la machine dans des délais toujours plus courts pour des tarifs rarement honnêtes. Des conditions de travail un tantinet dégradées, déplorables même peut-être... Ajoutons à cela le côté rébarbatif du travail, la perte en qualité et en créativité<sup>1</sup> liée au biais d'ancrage (Kahneman et Tversky, 1974) – d'après une étude comparative menée sur un texte littéraire par Waltraub Kolb, chercheuse à l'Institut des sciences de la traduction de Vienne, les traductrices et traducteurs privilégieraient les propositions de la machine<sup>2</sup> – mais également à la perte d'engagement vis-à-vis de l'auteur·rice et du texte source (toujours d'après les études de Waltraub Kolb, les traductrices et traducteurs auraient tendance à se focaliser sur les sorties de la machine et à perdre de vue le texte de départ<sup>3</sup>) ou simplement à la cadence de travail et à nos limites cognitives<sup>4</sup>. Exit donc le goût de l'effort, les sessions de remue-ménages, le plaisir de traduire, d'écrire, pour laisser place à l'homme ou à la femme augmenté, mais décérébré ? Non merci, sans façon. ■

1. Guerberof Arenas, Ana & Toral, Antonio. (2021). The Impact of Post-editing and Machine Translation on Creativity and Reading Experience. Consulté en ligne le 07 novembre 2023. URL : [https://www.researchgate.net/publication/348563718\\_The\\_Impact\\_of\\_Post-editing\\_and\\_Machine\\_Translation\\_on\\_Creativity\\_and\\_Reading\\_Experience](https://www.researchgate.net/publication/348563718_The_Impact_of_Post-editing_and_Machine_Translation_on_Creativity_and_Reading_Experience)

2. Intervention de Waltraud Kolb aux 39es Assises de la traduction littéraire. Observatoire de la traduction automatique : An 04. 2022. Consulté en ligne le 07 novembre 2023. URL : <https://www.atlas-citl.org/assises-2022/>

3. Waltraud Kolb. Less room for engagement, Counterpoint, No.4, p. 26 | 2020. Consulté en ligne le 07 novembre 2023. URL : <https://www.ceatl.eu/ceatl/counterpoint>

4. Laura Hurot, « Vers une slow translation ? Ralentir pour mieux traduire », Traduire, 246 | 2022, mis en ligne le 15 juin 2022. Consulté en ligne le 07 novembre 2023. URL : <http://journals.openedition.org/traduire/2869>

## Anne Boudrot Traductrice

Anne Boudrot est traductrice de l'anglais et de l'espagnol vers le français, en free-lance depuis 6 ans après 11 années épanouissantes en entreprise dans le domaine de la validation linguistique. Attirée aussi bien par des textes pragmatiques, à caractère médical essentiellement, que par des contenus plus créatifs et rédactionnels, Anne aime cultiver l'aspect caméléon de son métier, les contraintes et exigences d'un article de recherche

médicale étant très différentes de celles d'un texte traitant de l'art de l'illusion et de la magie.



Janvier 2024



Avril 2024  
couverture temporaire



Juillet 2024  
couverture temporaire



Octobre 2024  
couverture temporaire

Pour ne rien louper  
des prochains numéros

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



e-couteurs



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

CECI EST UNE PUBLICITÉ FICTIVE QUI NE DEMANDE QU'À ÊTRE REMPLACÉE PAR UNE PUBLICITÉ RÉELLE !  
Midjourney v5.2