

# L'IA générative dans l'économie créative

## Principaux cas d'usage

Les spécialistes de l'économie créative sont aux avant-postes de la génération de contenu. Les principaux cas d'usage identifiés au cours de nos interviews et recherches sont les suivants :

- Création et édition d'images, vidéos et audios
- Création de texte avec variations stylistiques
- Outil d'inspiration pour générer un premier contenu
- Elaboration de campagnes de communication (création de messages personnalisés, optimisations des mots-clés, travail d'indexation)
- Résumé/synthèse sur la base d'un enregistrement brut (par ex. briefing client)
- Optimisation des petites tâches quotidiennes (mail, rapport, présentation, contact client)

## Défis spécifiques de la branche

Les outils d'IA générative peuvent être des multiplicateurs de créativité et d'efficacité pour les branches de l'économie créative, notamment la communication et le graphisme.

Néanmoins, des questions de propriété des données utilisées et du contenu généré, de transparence mais également d'éthique en relation avec la diffusion de contenus de masse se posent de manière encore plus pressante que par le passé. En effet, la capacité de créer du contenu en masse et à bas coût peut modifier de façon significative notre écosystème d'informations.



## Quelques bonnes pratiques

Les interviews et recherches effectuées ont fait émerger certaines recommandations :

- **Communication transparente envers les mandant-es :** cette communication porte sur les utilisations d'outils d'IA générative, le fonctionnement de ces outils et leurs limites/faiblesses actuelles.
- **Sensibilisation des mandant-es :** les contenus créés déploient un impact sur les destinataires finaux. Cet impact relève de la responsabilité du mandant et inclut notamment la véracité du contenu créé, l'utilisation d'images artificielles, et la capacité du destinataire d'identifier clairement les intentions et les motivations de la communication (prévenir des risques de manipulation).
- **Pression sur le contenu moyen :** en simplifiant la création et la transmission de contenu, les outils d'IA générative mettent sous pression les personnes et entreprises qui proposent un contenu moyen. La structure et la composition des entreprises de la branche vont être directement impactées. La question de l'impact de l'IA générative sur la pricing se pose (facturation heures ou produit fini).

## Notre projet en bref

Ce projet est mené par **ethix** – laboratoire d'éthique de l'innovation, avec le soutien de la **Fondation Mercator Suisse**. Entre janvier et juin 2023, ethix a réalisé plus de 40 interviews et workshops avec des personnes exerçant des activités touchées par des outils d'IA générative. L'équipe a ensuite cherché à établir des liens entre le contenu des interviews et la vaste littérature philosophique sur les outils d'IA.

Contact pour le projet: Dr Johan Rochel ([rochel@ethix.ch](mailto:rochel@ethix.ch))

## Pour aller plus loin

- une étude de cas portant sur une campagne de communication avec chatbot ([consulter](#))
- un document pour accompagner une réflexion sur l'identité professionnelle des spécialistes de création de contenu ([consulter](#))
- un document présentant 6 questions fondamentales dans l'usage de ChatGPT ([consulter](#))