

IA générative : 5 conseils pour générer les meilleures images pour votre communication

Déjà démocratisée, l'IA générative est aujourd'hui accessible au grand public et aux entreprises. Cependant, son utilisation dans un contexte de communication professionnelle nécessite d'en maîtriser les subtilités.

Temps de lecture : minute

2 juillet 2024

Depuis deux ans, l'intelligence artificielle générative a transformé l'univers de la création visuelle. L'IA offre des possibilités infinies de création d'images grâce auxquelles les entreprises, comme les particuliers, peuvent désormais produire des visuels uniques et personnalisés. Cependant, à défaut de maîtriser les outils graphiques, le créateur doit désormais maîtriser l'art des mots, en suivant ces 5 grands conseils destinés à générer des images hautement qualitatives.

« Les modèles d'IA générative sont entraînés à partir d'exemples, des millions voire des milliards, et peuvent générer de façon prédictive des textes ou des images », explique Benoît Raphaël, journaliste et entrepreneur spécialisé dans l'IA. « Des centaines de millions de personnes l'utilisent et tout le monde peut générer ses propres images. Mais les IA ne constituent pas une solution de facilité pour autant, bien au contraire ! »

« Nous voyons l'IA générative dans la création d'images comme un outil puissant qui peut aider les PME et les créateurs à rendre leur travail plus efficace », explique Sandra Michalska, Creative Insights Manager EMEA

chez iStock, qui a lancé sa propre IA générative au début de l'année, formée uniquement à partir de sa bibliothèque créative. *« D'après une étude de notre plateforme de recherche VisualGPS, 65 % des consommateurs français sont enthousiastes à l'idée que l'IA puisse améliorer leur vie en effectuant des tâches plus rapidement. L'IA offre aussi aux créateurs la possibilité de produire des visuels jamais vus auparavant ! »*

Sélectionnez avec soin les termes utilisés

Un prompt bien structuré donnera des images de qualité. En effet, les créatifs ne doivent plus seulement disposer de compétences graphiques, mais doivent pouvoir formuler leurs idées : on appelle cela le visual prompting. Commencez par des descriptions simples, soyez concis dans votre choix de mots et jouez avec l'ordre de vos termes, en essayant de ne pas dépasser 50 mots. Soyez descriptif et intégrez les éléments les plus importants dès le début du texte : le sujet, le lieu, puis les détails et la direction artistique (« cadre large », « lumière naturelle »...). Si vous rencontrez des difficultés à formuler vos idées, utilisez des outils qui intègrent directement des aides au prompting.

« L'IA générative signée iStock offre un créateur de prompts pour rendre le processus plus rapide et plus facile pour les utilisateurs. Si le prompt ne génère pas le résultat que vous souhaitez, pensez à la manière dont vous pouvez décrire la scène autrement », explique Sandra Michalska, Creative Insights Manager EMEA chez iStock. *« Vous pouvez même chercher des images similaires à celles générées par notre IA à travers la recherche d'images inversée, ce qui peut être plus rapide que d'utiliser des mots-clés pour trouver la bonne image. »*

Travaillez votre culture visuelle

Une bonne culture visuelle est cruciale pour affiner vos prompts. En effet, une image de qualité nécessite des règles de composition. Il est également essentiel de bien maîtriser le choix des couleurs, en comprenant comment elles s'harmonisent.

« Vous saurez faire de belles photos si vous avez un bon regard, et c'est pour cela que les amateurs de photos sont très bons avec l'IA générative. Cela montre bien que l'IA reste un outil », affirme Benoit Raphael.

Choisissez l'outil adéquat

Les services et outils d'IA générative gratuits ne sont pas nécessairement sûrs pour une utilisation commerciale, car ils sont entraînés sur du contenu pour lequel ils n'avaient pas les permissions nécessaires, et qui peut être protégé par des droits de propriété intellectuelle.

Certains outils, comme l'IA générative signée iStock, proposent des options pour limiter les risques juridiques. Ainsi, par exemple, le générateur IA d'iStock fournit à ses utilisateurs des images sans risque légal, basées sur du contenu sécurisé et contrôlé. L'IA ayant été formée uniquement à partir de leur bibliothèque de contenu créatif autorisé, elle n'est donc pas contaminée par des visuels provenant de grands centres de données ou trouvés sur internet.

« Notre objectif est d'offrir aux PME une manière sereine et abordable d'explorer l'IA générative commercialement sûre pour leurs visuels de marketing et de publicité », explique Sandra Michalska. *« Par exemple, l'IA générative signée iStock ne génère pas de produit, personnes, lieux qui existent ou autres éléments protégés par des droits d'auteurs car ces images ne font pas partie de l'entraînement de notre IA. En dehors de cela, vous pouvez laisser libre cours à votre imagination ! »*

Adaptez votre prompt au fur et à mesure des résultats

Réfléchissez à quel type d'image s'accordera le mieux avec l'audience, les messages et les objectifs de votre entreprise. Puis, essayez différentes combinaisons et analysez les résultats pour apprendre et améliorer le résultat. Ce travail est obligatoirement itératif, et vous n'obtiendrez que rarement le résultat le plus optimal dès le premier prompt.

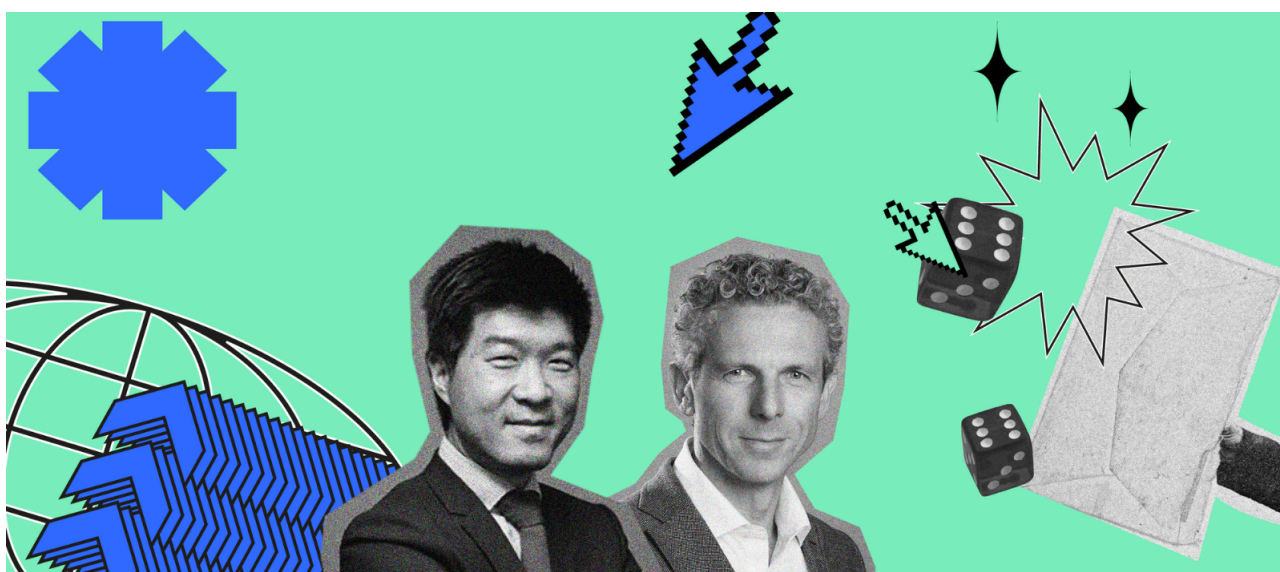
« Alors testez : mettez des détails et enlevez-en ! Transformer un prompt en image n'est pas une solution de facilité. C'est un travail visuel que l'on doit réaliser petit à petit, avec une petite part de hasard », affirme Benoît Raphaël.

Soyez transparent dans votre utilisation de l'IA

L'IA peut être considérée comme un outil supplémentaire, capable d'améliorer la créativité humaine et d'optimiser les flux de travail créatifs. Cependant, si vous planifiez une campagne basée sur une connexion authentique et la confiance, privilégiez les images pré-capturées plutôt que les images générées par l'IA. Selon une étude VisualGPS d'iStock, 98 % des consommateurs français estiment que les images et vidéos authentiques sont essentielles pour établir la confiance avec une marque. Si vous utilisez l'IA pour créer du contenu montrant des humains, envisagez de le signaler comme étant généré par l'IA afin d'éviter que votre audience ne se sente trompée.

« Avant de commencer à utiliser des outils d'IA générative pour créer des images, réfléchissez à quel type d'image - généré par IA ou pré-capturée (libre de droit) - s'aligne le mieux avec votre audience et ce que vous cherchez à accomplir en tant qu'entreprise. La créativité humaine peut

apporter des possibilités infinies, surtout quand elle est appliquée à des prompts ou à des concepts visuels. L'IA est idéale pour créer des images qui sont difficiles à recréer dans la vraie vie, comme un pingouin se tenant sur une route au milieu d'une ville. Cependant, si vous cherchez à raconter l'histoire de vraies personnes, dans un lieu réel, alors peut-être vaut-il mieux utiliser des images déjà existantes qui incluent ou ont été créées par ceux que vous essayez de représenter. L'authenticité est essentielle si vous cherchez à établir de la confiance avec vos consommateurs », conclut Sandra Michalska.



À lire aussi

IA générative : où en sera-t-on en 2028 ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS

Article écrit par Maddyness avec iStock