

Former des créatifs à l'ère de l'IA : sortir du fantasme de l'image

L'intelligence artificielle est présente depuis longtemps dans les métiers créatifs, intégrée aux outils du quotidien sans provoquer d'inquiétude. Pourquoi, alors, cette crispation soudaine face à l'IA générative, à Midjourney ou Stable Diffusion ?



© projet d'Avery Cotten, Jeanne Guays & Jean-David Berda



Rosa Luna-Palma
Directrice générale
du Pôle Industries
Créatives du groupe
AD Éducation



Étienne Lala
Diplômé ECV - 2019
Senior Art Director
& Ai Creative
Branding professor -
Speaker & Mentor

Parce qu'elle ne transforme pas seulement les outils. Elle révèle un malentendu plus profond : la confusion entre création et fabrication d'images.

«Le vrai défi n'est pas seulement pédagogique. Il est culturel. Notre rôle, en tant qu'école, est aussi de rééduquer le regard sur ce qu'est réellement un créatif», explique Rosa Luna-Palma, Directrice générale du Pôle Industries Créatives du groupe AD Éducation.

L'IMAGE N'A JAMAIS ÉTÉ LE MÉTIER

Un designer ou un directeur artistique ne «fabrique» pas une image. Il transforme un brief en intention, hiérarchise, raconte et assume des choix. L'image n'est que l'aboutissement visible d'un raisonnement invisible. Là où l'IA peut produire mille propositions en quelques secondes, elle ne sait pas dire laquelle

est juste ou porteuse de sens. La création humaine, elle, repose sur l'anticipation. Les créatifs captent des signaux faibles et donnent forme à des émotions émergentes. «L'IA ouvre le champ des possibles, mais c'est toujours l'humain qui fait les choix, donne du sens et tranche», souligne Étienne Lala, Senior Art Director & AI Creative chez Lonsdale, alumni et intervenant à l'ECV.

DE LA PEUR DU REMPLACEMENT À L'HYBRIDATION

Dans les agences, l'IA n'est pas pensée comme un outil de substitution, mais comme un accélérateur : analyse de brief, exploration de pistes, itérations. Elle ponctue le workflow créatif sans jamais remplacer le regard critique. Chaque rupture technologique a suscité des peurs similaires. L'imprimerie n'a pas tué le livre ; elle

a démultiplié la diffusion du savoir. Les outils n'ont jamais tué la création. Ils l'ont déplacée.

LIRE L'IA COMME ON LIT UNE IMAGE

C'est la posture défendue par l'ECV ; l'intelligence artificielle n'y est ni taboue ni magique : elle devient un objet d'analyse. Former à l'IA ne suffit plus. Il faut former au discernement. Les étudiants apprennent à l'utiliser, mais surtout à la lire : comprendre ses biais, ses limites, savoir quand l'activer... et quand s'en passer. L'objectif n'est pas de produire plus vite, mais de penser mieux.

QUAND LE RÔLE DU JUNIOR CHANGE

L'IA prend en charge certaines tâches historiquement confiées aux juniors, transformant leur rôle. «Nous recherchons des

personnalités qui savent travailler avec l'IA, la piloter intelligemment pour démultiplier leurs compétences, tout en gardant un regard critique», observe Étienne Lala. Le junior n'est plus seulement un exécutant : il comprend un contexte de marque, articule stratégie et création. Cette montée en responsabilité pose un défi aux écoles : permettre aux jeunes talents de créer de la valeur dès leur entrée dans la vie professionnelle.

PENSER AVANT DE PRODUIRE

La réponse ne réside pas dans la seule maîtrise technique, mais dans la capacité à penser avant de produire. Curiosité, culture visuelle et sens du choix restent centraux. «L'IA donne des compétences en plus, mais elle ne remplace jamais la nécessité d'une signature humaine. Au contraire, elle nous oblige à renforcer la rigueur, la culture générale et la capacité de choix de nos étudiants», souligne Rosa Luna-Palma. L'IA ne remplace pas les créatifs. Elle les révèle.

Portes ouvertes
le samedi 14 mars
de 10h à 17h

Plus d'informations sur
www.ecv.fr

ecv ÉCOLE DE
CRÉATION
VISUELLE