

SIGNAL

LE RENDEZ-VOUS MENSUEL DES AGENCES EN MOUVEMENT

En juillet

La justice américaine valide un accord à 1,5 milliard de dollars entre une entreprise d'IA et des auteurs. Google signalera désormais les publicités fabriquées par IA. Son laboratoire s'associe au studio de cinéma A24. Et un logiciel professionnel voit le jour pour 149 dollars. Le mois où l'IA reçoit un prix et une étiquette.

CRÉA

La vidéo IA passe aux actes

TECH & ORG

Construire chez soi, choisir son moteur

RÉGULATION & MARCHÉ

L'étiquette et le prix

Édito

Ce mois-ci, tout ce qui restait flou a reçu un chiffre ou une étiquette.

Un logiciel professionnel a été fabriqué presque entièrement par une IA, pour environ 149 dollars. Un accord à 1,5 milliard de dollars, validé par la justice américaine, fixe pour la première fois un prix aux œuvres qui ont servi à faire apprendre ces machines. Et Google indiquera désormais au public quelles publicités ont été fabriquées par IA. Produire ne coûte presque plus rien, le travail des créateurs a une valeur reconnue, et la transparence devient la règle.

Au même moment, les IA elles-mêmes n'ont jamais changé aussi vite. Celles qui avaient été suspendues en juin sont revenues le 1er juillet. De nouvelles venues, chinoises, promettent la même qualité pour beaucoup moins cher.

Pensez à l'IA comme au moteur d'une voiture : c'est ce qui fait avancer vos outils de travail. Quand de meilleurs moteurs, moins chers, arrivent chaque trimestre, mieux vaut pouvoir en changer le jour venu. Une agence qui installe toute sa façon de travailler à l'intérieur d'un seul outil s'attache à ce fournisseur, comme si elle montait dans une voiture qu'il conduit : c'est lui qui choisit la route, l'allure et le prix.

Nous croyons à une idée simple : construire chez soi. Garder ce qui fait la valeur de l'agence, ses données, ses méthodes, sa relation client, et y brancher le meilleur moteur du moment. Rester libre de comparer, de choisir, de changer. Cette liberté se construit. Ça tombe bien, c'est notre métier.

Les signaux du mois.

Trois angles pour lire le mois écoulé.

CRÉA

La vidéo fabriquée par IA entre dans le concret

Les studios de cinéma et les investisseurs passent des promesses aux actes.

01

TECH & ORG

Construire chez soi, choisir son moteur

Les IA se dépassent tous les trois mois et leurs prix baissent. Garder les mains sur le volant.

02

RÉGULATION & MARCHÉ

L'étiquette et le prix

La transparence devient la règle, et le travail des créateurs obtient un prix officiel.

03

Également dans ce numéro :

Le fond du mois · En bref (5 signaux) · La citation · Maison Saint Germain

La vidéo fabriquée par IA entre dans le concret.

Les studios de cinéma et les investisseurs passent des promesses aux actes.

La légitimité de ces outils vient des créateurs qui s'en emparent.



Le 23 juin, le laboratoire d'IA de Google investit 75 millions de dollars aux côtés d'A24, le studio derrière certains des films les plus marquants de la décennie, pour créer ensemble de nouveaux outils de réalisation. Mi-juillet, PixVerse, dont l'IA fabrique des vidéos aux décors réalistes, reçoit 439 millions de dollars d'investisseurs.

Google ajoute à ses outils de bureau le présentateur virtuel : on écrit son texte, son double le présente en vidéo. Notre N°02 décrivait la promesse, juillet apporte la preuve par l'investissement. La manière compte autant que les montants : Google crée avec un studio réputé pour son exigence artistique, plutôt que de vendre des outils au cinéma. La légitimité de ces outils vient des créateurs qui s'en emparent.

Des tournages hier impossibles

Décors spectaculaires, époques reconstituées, lieux inaccessibles deviennent abordables pour les campagnes.

La crédibilité vient des studios

A24 apporte le regard artistique, Google la technologie. Un modèle pour les partenariats marques et agences.

Une vidéo par public

Une même campagne, déclinée par audience, fidèle à la marque d'un bout à l'autre.

À SURVEILLER

Les premières productions nées du duo Google et A24, et les premières demandes d'annonceurs pour des présentateurs virtuels.

Construire chez soi, choisir son moteur.

Les IA se dépassent tous les trois mois et leurs prix baissent. Bonne nouvelle, à une condition : garder les mains sur le volant.

Le 1er juillet, les IA les plus puissantes d'Anthropic, suspendues quelques semaines plus tôt sur décision de Washington (N°03), sont redevenues accessibles partout. Près de la moitié des 500 plus grandes entreprises américaines utilisent désormais des IA installées chez elles, qu'elles contrôlent de bout en bout.

Le moteur, l'IA qui fait tourner vos outils, se remplace de plus en plus facilement : les prix baissent, la qualité monte. L'agence qui garde chez elle l'essentiel, ses fichiers clients, ses méthodes, ses règles de contrôle, branche le meilleur moteur du moment et en change le jour venu. OpenAI propose enfin une méthode simple pour mesurer ce que l'IA rapporte vraiment.

Ce qui vous appartient fait votre valeur

Vos données, vos méthodes, vos règles de contrôle : aucun changement de moteur ne les remet en cause.

Au volant, quel que soit le moteur

L'agence organisée pour changer d'IA profite des progrès et des baisses de prix, sans tout reconstruire.

Des chiffres pour choisir

Choisir une IA devient aussi lisible que choisir un plan média, chiffres à l'appui.

À SURVEILLER

Les « prises universelles » qui relient les outils aux IA, et les premières agences qui garantiront de pouvoir changer de moteur à tout moment.

L'étiquette et le prix.

La transparence devient la règle du marché, et le travail des créateurs obtient un prix officiel.

Ce que scellent une étiquette et un accord à 1,5 milliard.

EN UNE PHRASE

La chaîne est complète : le principe pose la règle, le contrat l'organise, et l'accord à 1,5 milliard lui donne enfin un prix.

DE QUOI ON PARLE

Début juillet, Google annonce que les publicités fabriquées par IA seront désormais signalées comme telles sur ses espaces, une obligation jusqu'ici réservée aux publicités électorales. Le 21 juillet, la justice américaine valide l'accord de 1,5 milliard de dollars conclu entre Anthropic et des auteurs dont les livres avaient servi à faire apprendre ses IA. Pour la première fois, cet usage reçoit un prix officiel. La loi Darcos posait le principe (N°01), l'accord Sonilo et Shutterstock montrait le contrat (N°02), l'accord Anthropic apporte le chiffre.

Une étiquette informe

Une étiquette dit qu'une publicité est faite par IA. Elle ne dit pas encore comment le public réagira : les prochains mois le diront.

Le marché s'organise

Les créateurs sont rémunérés, les annonceurs savent ce qu'ils achètent, le public sait ce qu'il regarde. Chacun retrouve un repère clair.

Documenter devient un avantage

Les agences qui savent dire quels outils ont servi à chaque campagne savent précisément ce qu'elles déclarent, et pourquoi.

TROIS LECTURES POSSIBLES

Optimiste

Un marché clair, où les créateurs sont payés et le public informé, profite aux agences transparentes.

Prudente

L'effet des étiquettes sur l'efficacité des campagnes reste inconnu tant que le public n'a pas tranché.

Business

Les agences qui documentent déjà leurs outils déclarent sans effort et transforment la règle en avantage.

En bref.

CHIFFRE

01

149 dollars pour un logiciel professionnel

Un logiciel utilisé par des milliers de professionnels a vu sa nouvelle version fabriquée presque entièrement par une IA. La valeur se déplace vers la conception, la vérification et la décision.

JURIDIQUE

02

Midjourney invite Hollywood à la transparence

Poursuivi par de grands studios, le générateur d'images demande au tribunal qu'ils précisent leur propre usage interne de l'IA. Savoir dire comment on travaille devient un atout.

PLATEFORMES

03

Les règles du jeu s'écrivent

Tidal accepte les morceaux composés par IA mais réserve les rémunérations à la création humaine. TikTok repère les fausses vidéos imitant ses créateurs, Patreon protège ses auteurs. Les plateformes s'affirment alliées des talents.

FORMAT

04

Des mini-séries dont le spectateur est le héros

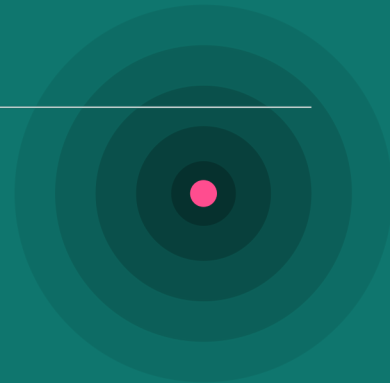
Character.AI lance des mini-séries verticales créées par IA, où le spectateur influence l'histoire épisode après épisode. Un laboratoire à suivre pour les contenus de marque.

FRANCE

05

Station F muscle son programme IA

Le grand campus parisien renforce son accompagnement des jeunes entreprises d'IA. Après Cannes Lions et Mistral, l'écosystème français confirme sa place de tremplin européen.



SIGNAL

LE RENDEZ-VOUS MENSUEL DES AGENCES EN MOUVEMENT