

SIGNAL

LE RENDEZ-VOUS MENSUEL DES AGENCES EN MOUVEMENT

En avril

Agnès Jaoui préside le jury du World AI Film Festival pendant que Genario intègre une foule invisible dans son film. Ledger crée un poste de Chief Human Agency Officer. La loi Darcos inverse la charge de la preuve entre créateurs et IA. Et cinq signaux dessinent le paysage du mois.

CRÉA

Jaoui, Genario et l'IA invisible

TECH & ORG

Ledger et le Chief Human Agency Officer

RÉGULATION

Loi Darcos : la charge de la preuve inversée

Édito

Depuis quelques mois, une transformation silencieuse s'opère dans les agences.

● L'IA a accéléré nos métiers et déplacé le centre de gravité. Hier, ce qui prenait du temps, c'était produire. Écrire un script, maquetter, caler une musique, composer une foule à l'image. Aujourd'hui, ces gestes deviennent quasi instantanés.

Ce qui demande désormais un effort, c'est autre chose. Vérifier. Comprendre. Juger. Décider si ce qui sort du modèle mérite d'être signé, diffusé, facturé.

Les signaux de ce mois racontent cette même bascule sous deux angles. Agnès Jaoui accepte de présider un jury de films générés par IA et, en parallèle, laisse Genario intégrer une foule invisible dans son film à Cannes. Un geste de discernement artistique : elle juge au cas par cas ce qui mérite d'exister.

Ledger crée un poste de Chief Human Agency Officer pour que l'humain garde la main sur les agents IA. Un choix d'organisation : quelqu'un, quelque part, doit continuer à décider.

Et c'est précisément parce que ce discernement devient central que le législateur s'en mêle à son tour, avec la loi Darcos qui force les acteurs du marché à documenter, arbitrer, assumer leurs choix d'outils. Ce qu'on pouvait déléguer aux plateformes devient la responsabilité de ceux qui signent les campagnes.

Pour nos métiers, c'est une bonne nouvelle, à condition de la voir. La productivité brute n'est plus le différenciant qu'elle a pu être. Ce qui fera la valeur d'une agence demain, c'est sa capacité à juger, à arbitrer, à garantir que ce qui sort tient debout. Penser redevient un effort.

Ça tombe bien, c'est notre métier.

Alexandre Glas & Nicolas Galand
Associés fondateurs, Maison Saint Germain

Les signaux du mois.

Trois angles pour lire le mois écoulé.

CRÉA

Jaoui, Genario et l'IA qui se fait oublier

Quand l'IA devient invisible au service de l'intention artistique.

01

TECH & ORG

Ledger crée un « Chief Human Agency Officer »

Un poste inédit pour que l'humain garde la main sur les agents IA.

02

RÉGULATION & MARCHÉ

La France inverse la charge de la preuve

La loi Darcos rebat la chaîne de responsabilité sur les œuvres par IA.

03

Également dans ce numéro :

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

Jaoui, Genario et l'IA qui se fait oublier.

Deux événements racontent la même bascule :

l'IA créative légitime sera celle qu'on ne voit pas, et sa légitimité viendra des artistes, pas des plateformes.



L'Objet du délit, le nouveau film avec Agnès Jaoui (production Les Films du Kiosque), sera présenté en hors-compétition au Festival de Cannes 2026. Le studio français Genario y a intégré une foule entièrement générée par IA, composée et fondue dans l'image. Et les 21 et 22 avril, quelques semaines avant la projection cannoise, Jaoui présidera le jury du World AI Film Festival, co-organisé par Genario.

Les deux événements tissés ensemble racontent quelque chose de plus fort que chacun pris isolément. Côté production, on bascule dans ce que Genario appelle l'hybridation : l'IA est une brique invisible au service de l'intention artistique. Côté symbolique, une cinéaste césarisée, dont le film sera à Cannes, accepte de juger des œuvres entièrement générées par IA. Pour les agences, le message est clair : l'IA créative « bien faite » sera celle qu'on ne voit pas, et sa légitimité viendra des artistes, pas des plateformes.

Intégration invisible

L'IA performante en création sera celle qui se fond dans le processus sans devenir un argument de vente. Les agences qui réussiront sont celles qui intègrent l'IA comme outil, pas comme marque.

Légitimité par les créatifs

La caution vient désormais des artistes. Quand une cinéaste césarisée accepte de présider un jury IA, elle légitime l'outil par le regard qu'elle pose sur les œuvres.

Hybridation comme standard

Le modèle « full IA » ou « full classique » cède la place à l'hybridation assumée. Les premiers briefs annonceurs demanderont explicitement ce mode de production.

À SURVEILLER

La réception critique de L'Objet du délit à Cannes (la foule IA sera-t-elle repérée ? discutée ? saluée ?) et les premiers briefs annonceurs qui demanderont explicitement des productions « en mode hybridation ».

Ledger crée un

«Chief Human Agency Officer».

Un poste inédit qui pose la question centrale : à mesure que les agents IA prennent en charge des actions à enjeu : **qui valide, avec quelle traçabilité ?**

Ledger a nommé Ian Rogers à un poste inédit de Chief Human Agency Officer, en parallèle du déploiement de sa feuille de route « AI Security 2026 ». L'objectif : faire du hardware Ledger la couche de validation humaine des transactions initiées par des agents IA, avec un système « Proof of Human » attendu au Q4.

L'intitulé du poste est en soi un signal fort pour les organisations. À mesure que les agents IA prennent en charge des actions à enjeu (achats média, envois, publications, transactions), la question est désormais « qui valide, avec quelle traçabilité ? ». Les agences qui industrialisent l'IA vont devoir structurer leur propre couche de gouvernance, idéalement avant que leurs clients ne l'exigent.

Gouvernance IA structurée

Les agences doivent définir qui valide les actions des agents IA avant déploiement. Une couche de contrôle humain devient un prérequis opérationnel, pas un luxe.

Nouveaux rôles à créer

L'apparition de rôles équivalents côté agences et annonceurs est prévisible dans les 12 prochains mois : AI Ops, Head of Agentic Workflows, etc.

Avantage concurrentiel

Les agences qui auront structuré cette gouvernance en avance disposeront d'un argument commercial face à des clients de plus en plus exigeants sur la traçabilité.

À SURVEILLER

L'apparition de rôles équivalents côté agences et annonceurs dans les 12 prochains mois (AI Ops, Head of Agentic Workflows, etc.).

La France inverse la charge de la preuve.

La loi Darcos crée une présomption d'exploitation des œuvres par l'IA. Les agences devront tracer finement les outils utilisés et contractualiser différemment avec leurs fournisseurs.

Ce que change concrètement l'inversion juridique voulue par le Sénat.

EN UNE PHRASE

La France s'apprête à être le premier pays européen à créer une présomption légale que les fournisseurs d'IA ont utilisé les œuvres protégées pour entraîner leurs modèles, renversant ainsi la charge de la preuve.

DE QUOI ON PARLE

Portée par la sénatrice Laure Darcos et co-signée par des élus de plusieurs bords, la proposition de loi déposée en décembre 2025 est arrivée en séance publique au Sénat le 8 avril 2026. Son mécanisme est simple dans son principe : aujourd'hui, c'est à l'artiste de prouver qu'un modèle d'IA a bien été entraîné sur son œuvre, une démarche quasi impossible vu l'opacité des jeux de données utilisés par OpenAI, Google ou Stability AI. Demain, si le texte est adopté, cette preuve sera présumée : ce sera au fournisseur d'IA de démontrer qu'il n'a pas utilisé l'œuvre. En cas d'exploitation établie, les plateformes devront verser des droits d'auteur. Le Conseil d'État a jugé le dispositif compatible avec la Constitution et le droit européen.

Traçabilité obligatoire

Les campagnes mobilisant de l'IA générative devront documenter précisément les outils utilisés, leurs sources d'entraînement et les licences associées. Le « nous avons utilisé Midjourney » devient une information à verser au dossier de production.

Enjeu contractuel

Les clauses d'indemnisation IP avec les fournisseurs d'IA (celles qui existent déjà chez Adobe Firefly ou OpenAI pour certains plans entreprise) deviennent un critère de choix technique, pas seulement juridique.

Opportunité commerciale

Les annonceurs les plus exposés réputationnellement (luxe, culture, institutionnel) vont demander des garanties. Les agences qui auront structuré leur stack IA « propre » disposeront d'un argument différenciant.

TROIS LECTURES POSSIBLES

Optimiste

La France ouvre la voie à un marché européen de la licence IA qui profitera aux créateurs comme aux annonceurs soucieux de leur image.

Prudente

Le texte peut complexifier le quotidien des équipes créatives sans régler le fond du problème tant qu'il n'est pas européen.

Business

Les agences qui prennent l'avance sur la documentation des workflows IA transforment une contrainte juridique en avantage commercial.

En bref.

01 SORTIE

France « Creative Country of the Year 2026 »

Le Festival Cannes Lions a désigné la France Creative Country of the Year 2026. L'écosystème français sera à l'honneur du 22 au 26 juin sur la Croisette, avec showcases, talks et activations dédiés, portés notamment par l'AACC. L'occasion de rappeler le poids de la filière communication : 220 000 emplois directs et près de 50 milliards d'euros de PIB.

02 RÉGULATION

Norme « contenu IA » du Gouvernement

Le Service d'Information du Gouvernement a publié une norme de mention « Contenu partiellement généré par une IA et vérifié par un agent », avec icône dédiée, à apposer sur tout texte, image ou vidéo produits par IA générative sur les sites de l'État. Un standard qui pourrait inspirer les annonceurs privés dans les mois à venir.

03 SIGNAL

Heroïks lance Versus, agence 100% IA

Legroupe Heroïks a lancé Versus, agence créative entièrement fondée sur l'IA générative. Implantée à Paris, Berlin et Bangkok, elle revendique des campagnes produites jusqu'à 7,5 fois moins coûteuses, avec validation humaine systématique et transparence sur les prompts comme principes affichés.

04 ÉTUDE

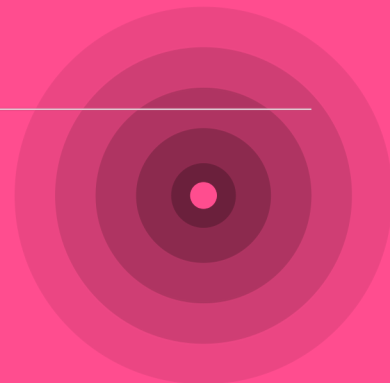
30% des artistes identifient leur style dans l'IA

Selon l'ADAGP, 30% des artistes visuels français déclarent avoir identifié leur style sur des outils génératifs. Un chiffre qui renforce la pertinence de la loi Darcos et pose la question de la protection du style en tant qu'actif immatériel.

05 AGENDA

L'IA & Communication, Le Wagon, 30 avril

En présence de Nathalie Dupuy (IALS), Alexandre Glas (Maison Saint Germain), et Nicolas Galand (Binôme AI). Un format conférence-débat avec bien entendu un moment networking.



SIGNAL

LE RENDEZ-VOUS MENSUEL DES AGENCES EN MOUVEMENT