

Visuels et contenus

Produire ses visuels et ses vidéos avec l'IA générative. Qualité, cohérence de marque et cadre légal, sur deux journées majoritairement pratiques.

70 %

du temps consacré à la production, sur les supports et les campagnes réels des participants

PUBLIC VISÉ

Services communication et marketing, chargés de communication, community managers, marque employeur, agences, indépendants de la communication.

PRÉREQUIS

Avoir une pratique de la communication ou de la production de contenus. Ce module n'est pas une formation de découverte.

DURÉE

2 journées consécutives, 14 heures. Troisième journée en option.

MODALITÉS

Présentiel, en intra entreprise. De 6 à 12 participants. Un poste de travail connecté par participant.

LE PRINCIPE

Chacun vient avec un support ou une campagne réels de son organisation, ainsi que sa charte graphique. Le travail se fait sur cette matière, pas sur des exemples fictifs.

La production de visuels par IA est à la portée de tout le monde. La production de visuels utilisables ne l'est pas. Les équipes communication obtiennent vite des images séduisantes et isolées, puis se heurtent aux trois mêmes murs : impossible de tenir une charte sur une série, doute permanent sur ce qui est juridiquement utilisable, et un niveau de finition qui trahit l'outil dès qu'on regarde de près. Ces deux journées traitent ces trois points, dans cet ordre, avec une méthode issue de la direction artistique et de la production audiovisuelle professionnelle.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue des deux journées, le participant sera capable de :

- 01 Situer ce que l'IA générative apporte réellement dans une chaîne de production de contenus, et ce qu'elle ne remplace pas.
- 02 Appliquer les règles d'usage commercial, de droits et de protection des données de marque.
- 03 Décrire précisément une image attendue et obtenir un résultat conforme à une intention.
- 04 Tenir une cohérence visuelle sur une série de déclinaisons et sur plusieurs formats.
- 05 Reprendre et adapter des visuels existants plutôt que de tout produire à partir de rien.
- 06 Produire une séquence vidéo courte de bout en bout, de l'intention au fichier livré.
- 07 Évaluer le niveau de finition attendu selon le support de diffusion.

OBJECTIFS DE LA TROISIÈME JOURNÉE, EN OPTION

À l'issue de cette journée complémentaire, le participant sera capable de :

- 01 Décliner une même campagne sur plusieurs formats et supports sans perte de cohérence.
- 02 Tenir une cohérence de marque sur une série complète de visuels.
- 03 Organiser et nommer sa production pour qu'elle soit réutilisable par l'équipe.
- 04 Diagnostiquer ce qui a bloqué depuis la formation et corriger sa méthode.
- 05 Contribuer aux règles internes d'usage et au circuit de validation des contenus.

Sébastien Denis

Réalisateur et monteur, douze ans de production audiovisuelle. Formateur en école supérieure audiovisuelle. Praticien quotidien de l'IA générative en production professionnelle.

06 88 26 67 46

contact@smartmovestudio.com
smartmovestudio.com

Jour 1 L'image fixe : cadre légal, intention, cohérence

Poser les règles d'usage, apprendre à décrire une image, tenir une charte sur une série.

MATINÉE

Cadrage

Ce que l'IA générative change réellement dans une chaîne de production de contenus, ce qu'elle ne remplace pas, et les cas où elle fait perdre du temps. Typologie des usages selon les supports de diffusion.

Droits et cadre d'usage

Repères pratiques sur l'usage commercial des contenus générés, les marques et les personnes reconnaissables, les données de marque qu'on ne verse jamais dans un outil, et les obligations de transparence qui se mettent en place. Ce que l'entreprise doit trancher en interne avant de produire.

APRÈS-MIDI

Décrire une image

Cadrage, lumière, focale, composition, matière, référence de style. Traduire une intention de communication en une demande précise, et corriger un résultat qui s'éloigne de l'intention.

Tenir la cohérence

Le point le plus difficile et le plus utile : conserver une charte, un même produit, un même univers sur une série de visuels et sur plusieurs formats. Méthodes de reproductibilité d'un visuel à l'autre.

Reprendre l'existant

Extension, nettoyage, détourage, adaptation de visuels déjà disponibles. Atelier sur un support réel apporté par chaque participant, puis repérage des défauts qui trahissent une image générée.

Jour 2 La vidéo : de l'intention au fichier livré

Journée de production, consacrée à la fabrication complète d'un contenu vidéo court.

MATINÉE

De l'image au plan animé

Ce qui distingue une image d'un plan : durée, mouvement, intention narrative. Écriture courte et storyboard, étape que la plupart des utilisateurs sautent, ce qui explique l'essentiel de leurs échecs.

Générer des séquences

Production de plans et maintien de la cohérence d'un plan à l'autre, principale difficulté du format. Choix de ce qui se génère et de ce qui se tourne autrement.

APRÈS-MIDI

Son, voix et sous-titrage

Voix off, sous-titrage, habillage sonore et musique, avec les repères de droits correspondants. Adaptation aux usages réels de diffusion, dont la lecture sans le son.

Montage et finition

Assemblage, rythme, formats et exports selon les canaux de diffusion. Niveau de finition attendu selon le support.

Atelier de production

Fabrication complète d'une vidéo courte, de l'intention au fichier livré, sur un sujet réel de l'organisation. Accompagnement individuel.

JOUR 3, EN OPTION

Décliner, industrialiser, cadrer les usages

Cette journée se programme trois à quatre semaines après le bloc de deux jours. Les participants produisent pour de vrai dans l'intervalle et reviennent avec de vraies questions. Elle ne présente aucun outil nouveau : elle transforme une compétence individuelle en pratique d'équipe.

MATINÉE

Retour d'expérience structuré

Chacun présente ce qu'il a produit depuis la formation, ce qui a fonctionné et ce qui a coincé. Diagnostic collectif et correction des méthodes.

Décliner une campagne

Passage d'un visuel unique à une série complète : plusieurs formats et supports, sans perte de cohérence ni dérive de la charte.

APRÈS-MIDI

Organiser sa production

Nommage, classement et archivage des visuels et des formulations retenues, pour que la production de chacun serve à toute l'équipe.

Cadrer les usages en interne

Contribution aux règles internes et au circuit de validation : qui produit, qui valide, ce qui peut être diffusé et à quelles conditions.

Livable

Chacun repart avec une série déclinée sur ses formats réels et une trame de règles internes.

MOYENS ET MÉTHODES PÉDAGOGIQUES

- Alternance d'apports courts et de production, avec une part de pratique majoritaire, de l'ordre de 70 % du temps.
- Démonstrations commentées en direct, réalisées face aux participants et non sur des captures préparées.
- Travail sur les supports, campagnes et chartes réels apportés par les participants.
- Questionnaire de recueil des besoins adressé deux semaines avant, exploité pour adapter les ateliers aux supports de chacun.
- Mémo de synthèse, repères de droits et fiches de méthode remis à l'issue de la formation.
- Accompagnement individualisé pendant les phases d'atelier.

MODALITÉS D'ÉVALUATION ET DE SUIVI

- Questionnaire de positionnement en amont de la formation.
- Évaluation continue par les productions réalisées en atelier.
- Point de reprise en ouverture du jour 2, à partir des visuels produits la veille.
- Auto évaluation des acquis en fin de parcours. Questionnaire de satisfaction à chaud.
- Attestation de fin de formation délivrée par l'organisme.

Ce que la formation produit, et ce qu'elle ne produit pas

Ces journées transmettent une méthode et permettent de réaliser des essais aboutis sur les supports réels des participants. Elles ne constituent pas une prestation de production : une campagne finalisée et prête à diffuser relève d'un travail distinct. Sur le volet juridique, elles apportent des repères d'usage professionnel et ne se substituent pas à un avis juridique.

ÉLÉMENTS À COMPLÉTER PAR L'ORGANISME DE FORMATION

- Tarif et conditions financières
- Délais d'accès et modalités d'inscription
- Dates et lieu des sessions
- Accessibilité aux personnes en situation de handicap et coordonnées du référent
- Coordonnées du contact pédagogique
- Mentions légales et numéro de déclaration d'activité