

**LSI**LEARNY SOCIETY
INTERNATIONAL

PLAQUETTE 2026

IA & TECHNOLOGIES · CONTENUS & CRÉATION

Images, vidéo et création visuelle avec l'IA

Direction artistique, prompts visuels, retouche, storyboard : produire avec l'IA des visuels fidèles à votre marque, et savoir lesquels peuvent être diffusés.

● Cours disponible · sur devis

DURÉE

1 jour (7h)

FORMAT

Présentiel · Distanciel · Hybride

PUBLIC

Équipes marketing et communication, chargés de communication, community managers, graphistes et vidéastes qui intègrent l'IA à leur pratique, dirigeants et salariés de petite entreprise qui produisent eux-mêmes leurs visuels.

PRÉREQUIS

Utiliser déjà un outil d'IA générative (niveau fondamentaux) ; aucune compétence en graphisme n'est requise. Disposer d'un accès à un générateur d'images autorisé par l'entreprise – intégré à l'assistant ou outil de création – ou d'un compte gratuit, et d'un outil simple de mise en page ou de montage. Apporter, si la politique interne le permet, la charte graphique de l'entreprise et quelques visuels jugés réussis.

Pourquoi cette formation.

Une journée pour produire avec l'IA des images et des vidéos courtes au service d'une marque : direction artistique écrite, prompts visuels maîtrisés, séries cohérentes, retouches et déclinaisons par canal. Les participants repartent avec une mini-campagne visuelle et une fiche de contrôle avant diffusion.

Générer une image est devenu facile ; obtenir une série qui respecte une charte, montre le produit tel qu'il est et reste lisible sur un téléphone l'est beaucoup moins. Les générateurs inventent des détails, déforment le texte, changent un personnage d'une image à l'autre et reproduisent des stéréotypes. Et les questions arrivent souvent après la publication : les conditions d'utilisation de l'outil permettent-elles cet usage, le visuel ressemble-t-il à une œuvre ou à une personne existante, faut-il signaler qu'il a été généré ?

La formation part de la direction artistique : décrire par écrit palette, lumière, cadrage et exclusions, puis en tirer un bloc de style réutilisé dans chaque prompt. Sur un cas fil rouge — ou un produit réel de l'entreprise en intra —, les participants génèrent une série, la retouchent, la déclinent en visuels publicitaires, publications sociales, miniatures et illustrations de présentation, puis passent du script au storyboard et à une maquette vidéo. Droits, authenticité et transparence sont traités en sensibilisation, sous forme de questions à se poser et de conditions d'utilisation à lire, sans conseil juridique. La journée se termine par une mini-campagne visuelle présentée au groupe.

OBJECTIFS

À l'issue de la formation.

01 Comparer des générateurs d'images et de vidéo selon le rendu, les défauts récurrents et les conditions d'utilisation

02 Rédiger une fiche de direction artistique et la traduire en bloc de style réutilisable

03 Structurer un prompt visuel — sujet, composition, lumière, style, format, exclusions — et le corriger une variable à la fois

04 Produire une série de visuels cohérents et les retoucher sans altérer le produit ni les personnes représentés

05 Décliner un visuel en formats publicitaires, sociaux, miniature et illustration de présentation, lisibles à leur taille réelle

06 Construire un storyboard à partir d'un script et en tirer une maquette vidéo courte

07 Évaluer un visuel avant diffusion au regard des droits, de l'authenticité et de la transparence

08 Assembler une mini-campagne visuelle documentée, soumise à une validation humaine

Le programme.

MODULE 01 • 45 MIN

Générateurs d'images et de vidéo : ce qu'ils produisent, ce qu'ils ratent

- Quatre familles d'outils : générateur intégré à l'assistant, outil de création dédié, retouche générative dans les logiciels de graphisme, génération et montage vidéo
- Ce qu'ils font bien : ambiances, illustrations, variations, fonds, maquettes et pistes créatives
- Ce qu'ils ratent encore souvent : texte dans l'image, mains, logos, fidélité à un produit réel, continuité d'un personnage d'une image à l'autre
- Stéréotypes de représentation : qui l'outil montre par défaut quand on lui demande un artisan, un dirigeant ou une équipe
- Illustrer ou prouver : les cas où seule une vraie photo ou une vraie vidéo convient
- Lire les conditions d'utilisation avant de choisir : usage commercial, sort des images téléversées, visibilité des créations

MODULE 02 • 1 H 15

Direction artistique et prompts visuels

- De la charte graphique à la fiche de direction artistique : palette, lumière, cadrage, matières, types de scènes, exclusions
- Anatomie d'un prompt visuel : sujet, action, décor, composition, lumière, style, format, exclusions
- Le vocabulaire de l'image : plan large ou serré, plongée, profondeur de champ, lumière naturelle ou de studio
- Le bloc de style : la partie fixe reprise dans chaque prompt, la partie variable propre à chaque visuel
- Images de référence : ne téléverser que des images dont l'entreprise détient les droits, ne pas demander le style d'un artiste nommé
- Corriger une variable à la fois et noter ce qui a changé

Cohérence d'une série, retouche et déclinaisons par canal

- Une série cohérente : même bloc de style, mêmes références, variations limitées à la scène et au cadrage
- Personnage ou produit récurrent : les fonctions de référence quand l'outil les propose, et leurs limites
- Retouche générative : extension de cadre, suppression d'un élément, remplacement d'arrière-plan, sans toucher au produit ni aux personnes réelles
- Déclinaisons : visuel publicitaire, publication carrée, format vertical, bannière, miniature vidéo, illustration de diapositive
- Lisibilité à la taille réelle : un message par visuel, zone réservée au texte, contraste, test sur téléphone
- Texte, logo et mentions posés dans l'outil de mise en page, jamais laissés au générateur

Du script au storyboard et à la vidéo courte

- Du script au storyboard : plan, cadre, action, texte à l'écran, son, durée
- Générer les images-clés avec le bloc de style pour tenir la continuité d'un plan à l'autre
- Animer une image, générer un plan court ou monter une animatique : choisir selon le besoin et le rendu obtenu
- Montage simple : rythme, sous-titres, musique dont la licence couvre l'usage, format vertical ou horizontal
- Voix de synthèse et voix clonée : jamais la voix ni le visage d'une personne réelle sans son accord
- Limites actuelles : durée des plans, cohérence des mouvements, texte et mains à l'image

Droits, authenticité, transparence : le contrôle avant diffusion

- Conditions d'utilisation de l'outil : usage commercial selon l'offre utilisée, réutilisation des images téléversées et générées, mentions demandées
- Ressemblances avec une œuvre, un personnage, une marque ou le style d'un artiste identifiable : les questions à poser, et à qui les poser
- Personnes réelles : visage, voix ou silhouette reconnaissables, accord de la personne, refus de tout hypertrucage
- Authenticité : une illustration ne montre ni un produit, ni un client, ni un événement qui n'existent pas — pas de faux témoignage ni de faux avant-après
- Transparence : quand et comment signaler un visuel généré ou retouché, règles des plateformes, métadonnées de provenance ajoutées par certains outils ; le règlement européen sur l'IA comme cadre à connaître
- La fiche de contrôle avant diffusion : les questions, les réponses, la personne qui valide

Projet final : une mini-campagne visuelle

- Reprendre la fiche de direction artistique et les productions de la journée
- Compléter la campagne : visuel principal, déclinaisons, miniature, diapositive de présentation, maquette vidéo
- Documenter les prompts et les retouches de chaque visuel
- Remplir la fiche de contrôle avant diffusion et désigner qui valide
- Présenter la campagne au groupe et recevoir un retour critique

MÉTHODE

Comment on travaille.

PÉDAGOGIE

- Un cas fil rouge suivi toute la journée, de la direction artistique à la mini-campagne — ou un produit réel de l'entreprise en intra
- Plus de la moitié du temps en pratique : générations, retouches et montages individuels ou en binôme
- Revues collectives des séries affichées côte à côte et contrôle de chaque visuel à sa taille réelle d'affichage
- Analyse critique des défauts des images générées et étude de cas sur les droits, l'authenticité et la transparence, en sensibilisation
- Production accompagnée de la mini-campagne, présentée au groupe et commentée par le formateur
- Chaque exercice se fait avec l'outil autorisé dans l'entreprise ; à défaut, avec les versions gratuites de ChatGPT, Claude ou Copilot et des cas fictifs fournis par le formateur.

ÉVALUATION

Image de départ notée le matin, exercices relus selon leurs critères, mini-campagne finale évaluée sur grille. Attestation de formation remise à l'issue du parcours.

VOUS REPARTEZ AVEC

- Votre mini-campagne visuelle : visuel principal, déclinaisons, miniature, diapositive et maquette vidéo
- Votre fiche de direction artistique et son bloc de style réutilisable
- Une bibliothèque de prompts visuels testés, avec les retouches associées
- Le gabarit de storyboard et les modèles de formats par canal
- La fiche de contrôle avant diffusion : conditions d'utilisation, ressemblances, personnes réelles, authenticité, transparence, validation
- La grille des défauts courants des images générées et de leurs remèdes

INTRA, INTER OU SUR MESURE

Construisons votre session.

TARIF

Sur devis, communiqué avant tout engagement

RÉPONSE

Sous 48 à 72 h ouvrées

MODALITÉS

Présentiel, classe virtuelle ou hybride

CONTACT

contact@lsi-society.com · 06 69 53 48 71

Demander un devis → lsi-society.com/catalogue/ia-images-video

LSI — Learnly Society International — Entreprise individuelle Marcus Détrez, 135 avenue du 24 avril 1915, Bâtiment E2, 13012 Marseille, France · SIRET 897 775 094 00039. Déclaration d'activité enregistrée sous le n° 93132113413 auprès du préfet de région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Cet enregistrement ne vaut pas agrément de l'État. Exonération de TVA en application de l'article 261-4-4°-a du code général des impôts (formation professionnelle continue).