ÉDITO

Enjeux géopolitiques et opportunités pour les entreprises françaises dans le Golfe

Par **Bertrand BESANCENOT**



Bertrand BESANCENOT est Senior Advisor chez ESL. Il a passé la majorité de sa carrière au Moyen-Orient en tant que diplomate français. Il a notamment été nommé Ambassadeur de France au Qatar en 1998, puis Ambassadeur de France en Arabie saoudite en 2007. En février 2017, il devient conseiller diplomatique de l'État puis, après l'élection d'Emmanuel Macron en tant que Président de la République, Émissaire du gouvernement du fait de ses connaissances du Moyen-Orient.

Situation dans le Golfe

Après l'échec du président Trump aux élections de mi-mandat, il est trop tôt pour savoir les conclusions qu'il en tirera : assagissement ou fuite en avant ? Ses dernières déclarations sont contradictoires, comme d'habitude venant d'une personnalité aussi irrationnelle.

S'agissant de la situation dans le Golfe, nous ne sommes pas encore sortis de ce conflit qui perturbe l'ensemble de l'économie mondiale, mais il est possible de faire un certain nombre d'observations :

- **Les pays du Golfe** sont la première victime de cette crise qu'ils n'ont pas voulue. En effet ils ont été – et continuent d'être – la première cible de l'Iran et de ses « proxies » houthis et irakiens. Leurs exportations d'hydrocarbures ont fortement diminué et leurs revenus s'en ressentent, malgré les cours élevés du pétrole et du gaz. Certains pays sont plus touchés que d'autres car ils n'ont pas d'autre porte de sortie que le détroit d'Ormuz : il s'agit du Qatar, de Koweït, de l'Irak et de Bahreïn. S'agissant de l'Arabie Saoudite, elle ne peut plus utiliser le détroit de Bab el Mandeb à cause des Houthis. Quant aux Émirats arabes unis, ils ont été les plus frappés et – même si, à Abou Dhabi, l'activité a repris normalement – Dubaï devra se recréer une image de paradis sécuritaire.
- **Le nœud du problème** est le manque de confiance entre les protagonistes américain et iranien, d'où la poursuite d'escarmouches dans le Golfe. Chacun des adversaires a le sentiment que le temps travaille pour lui : Trump car il pense que l'asphyxie économique de l'Iran finira par faire chuter le régime ; et Téhéran car il sait que sa résilience est supérieure à celle des démocraties, d'autant plus que le conflit a été la cause majeure de la défaite électorale de Trump. Nous sommes donc encore dans l'impasse malgré les efforts méritoires du Pakistan et des pays du Golfe (en particulier le Qatar) pour tenter de parvenir à un arrangement avec l'Iran.
- **L'élément le plus prometteur** pour sortir de la crise est sans doute l'impatience grandissante de la Chine, qui est le seul pays à avoir une certaine influence sur Téhéran dont il est le premier client. Surtout, le ralentissement économique mondial – du fait de ce conflit – inquiète Xi Jinping, car la croissance de son économie dépend essentiellement de ses exportations. Il peut donc s'appuyer sur la décrédibilisation de Trump et sur ses relations privilégiées avec Téhéran pour jouer les intermédiaires et en tirer profit. Ce ne sera naturellement pas facile – étant donné la méfiance réciproque entre les États-Unis et l'Iran – mais une telle médiation, de concert avec le Pakistan et les pays du Golfe, constitue une lueur d'espoir pour la région, comme pour l'économie mondiale.

Enjeux pour les entreprises françaises dans le Golfe

Que peuvent faire nos entreprises dans cette situation incertaine ?

Plusieurs choses :

- D'abord **demeurer sur le terrain dans le Golfe,** car les pays de cette région sont reconnaissants envers ceux qui sont restés sur place durant les temps difficiles.
- Ensuite **profiter des doutes sur la fiabilité** des engagements américains, qui poussent les monarchies du Golfe à diversifier leurs partenariats stratégiques. Les États-Unis demeureront un allié important pour des raisons de sécurité face à l'Iran, mais la Chine, le Pakistan, la Turquie, la France et l'Europe peuvent notamment bénéficier de cette ouverture à d'autres partenariats de la part des capitales du Golfe.



© Tayssir Kadamany, Pexels

- Par ailleurs, **afin d'éviter de subir la menace de l'Iran sur le détroit d'Ormuz,** les pays de la région développent des projets d'oléoducs vers la Syrie et Oman, qui sont autant d'affaires susceptibles d'être remportées par nos compagnies.

En outre, après les frappes iraniennes, ces pays vont sécuriser leurs installations vitales : militaires, centrales électriques, usines de dessalement, data centers, etc. Cela intéresse également nos sociétés dans les domaines de la défense et de la sécurité.

Enfin, la crise actuelle débouchera inévitablement sur un arrangement régional, permettant aux pays du Golfe de reprendre leurs projets de développement dans les secteurs du tourisme, de la culture, de l'événementiel, de la logistique, mais aussi des infrastructures dans les transports, la santé, les renouvelables, l'Intelligence Artificielle, etc. Autant de domaines où nos entreprises possèdent des pôles d'excellence ●

« L'élément le plus prometteur pour sortir de la crise est sans doute l'impatience grandissante de la Chine. »



© AhmadReza Pishnamazi, Pexels

REGARD D'EXPERT

Brésil, un pays qui se lit au pluriel

Par **Thiago TOSTES**



Diplômé de l'ESSEC, Thiago TOSTES mène des projets de diplomatie d'image avec des dirigeants gouvernementaux au Brésil, dans le Golfe, en Asie centrale et en Afrique. Il a notamment conduit avec succès, aux côtés de la Mairie de Rio de Janeiro, un projet de valorisation internationale de la ville. Il dispose d'une solide expérience de terrain dans des régions sensibles du Brésil – Amazonie, Sertão et Centre-Ouest. Spécialiste des nouvelles frontières économiques du Brésil, des stratégies d'influence et de soft power par l'image, Thiago TOSTES est Senior Advisor chez NSI.

Le 25 octobre 2026, Luiz Inácio Lula da Silva a été réélu président du Brésil face au sénateur Flávio Bolsonaro, fils aîné de l'ancien chef d'État Jair Bolsonaro. En janvier, il deviendra le premier président brésilien élu quatre fois au suffrage direct.

La victoire est historique, mais le pouvoir sera contraint par les États, le Congrès et la Banque centrale. Le même scrutin a donné au Parti libéral (PL) de la famille Bolsonaro les premiers groupes parlementaires du Congrès et le plus grand nombre de gouverneurs. Seize des vingt-sept gouverneurs élus ont soutenu Flávio Bolsonaro, sept ont soutenu Lula et quatre sont restés neutres. Pour mesurer ce qui attend le président lors de ce nouveau mandat, il faut regarder région par région.

Vingt-sept Brésils

Le Nord-Est, région la plus modeste du pays, où près de 9 millions de familles dépendent des transferts sociaux fédéraux, a voté massivement pour Lula. Le Sud prospère, le Centre-Ouest agricole et le Sud-Est, cœur démographique et industriel, ont préféré le programme plus libéral de son adversaire.

Cette géographie compte parce que le Brésil est une fédération où les États disposent d'une large autonomie. Chacun a son assemblée, lève des impôts locaux, commande sa police, gère l'essentiel des lycées, et entretient son propre réseau routier.

Les attentes des électeurs varient en fonction des besoins de chaque région. Le Centre-Ouest est devenu l'une des premières régions exportatrices agricoles de la planète, à des milliers de kilomètres des grands ports. Le soja et le maïs y partent pour l'essentiel par camion, et transporter une tonne de grains jusqu'au port y coûte près de deux fois plus cher qu'aux États-Unis. Ses électeurs attendent donc des routes, des voies ferrées et un crédit bon marché. Dans le Nord-Est, où la richesse par habitant atteint à peine la moitié de la moyenne nationale, les priorités sont les transferts sociaux, les retraites et l'accès à l'eau.

Brasília, centre de gravité

Brasília garde la main sur les finances. Le gouvernement fédéral prépare le budget, répartit les transferts aux États, pilote les programmes sociaux et détient l'essentiel de la dette des États. La Banque centrale, indépendante, fixe le taux directeur pour tout le pays.

Or ce taux pèse lourd. L'an dernier, pour contenir l'inflation, la Banque centrale l'a porté à son plus haut niveau depuis près de vingt ans. Elle a commencé à le baisser cette année, puis a marqué une pause, à 13,75 %, lors de sa première réunion après l'élection. Le crédit reste donc très cher pour le grand exploitant de soja du Mato Grosso comme pour le commerçant de Recife. Aucun gouverneur ne vote ce taux, et tous en subissent les effets.

La tension entre les régions et la capitale est ancienne. Depuis le retour de la démocratie en 1985, aucun président n'a disposé d'une majorité à lui seul au Congrès. Depuis son premier mandat, Lula s'appuie sur le Centrão, ce grand groupe de partis du centre sans idéologie précise, prêts à négocier avec le pouvoir en place en échange de postes et de budgets.

Même si les dernières élections ont renforcé la droite au détriment de ce centre, il reste impossible d'avoir une majorité sans lui. Lula devra négocier chaque loi avec ces élus, et l'opposition devra aussi les convaincre pour bloquer le président.

Un géant contraint au compromis

Lula entame donc son quatrième mandat avec un pouvoir partagé, et les quatre prochaines

années se joueront dans la négociation. Le cadre devrait peu bouger. Le Brésil restera fort là où il l'est déjà : ses terres agricoles, son eau, son énergie renouvelable, son pétrole. Ses régions continueront de vivre des réalités très différentes.

Cette politique de la concession garantit une forme de stabilité dans un pays continent. Elle rend aussi difficiles les grandes réformes, celles qui réduiraient les inégalités et rapprocheraient le Brésil du club des pays développés.

Lula le sait. Le soir de sa victoire, devant ses partisans réunis à São Paulo, il a répondu à ceux qui lui prédisaient un mandat difficile : « Je n'ai pas choisi le Congrès. C'est le peuple qui l'a choisi, et c'est avec lui que je vais travailler. » Le Brésil restera sans doute ce qu'il est aujourd'hui : un pays complexe, inégal et incontournable. Un pays qui se lit au pluriel ●

« Cette politique de la concession garantit une forme de stabilité dans un pays continent. Elle rend aussi difficiles les grandes réformes. »

Sources

- TSE : Résultats des élections présidentielles 2026 *resultados.tse.jus.br/oficial/app/index.html#/eleicao/resultados*
- Ministério da Agricultura e Pecuária : Statistiques du Commerce Extérieur *mapa-indicadores.agricultura.gov.br/publico/extensions/Agrostat/Agrostat.html*
- Ministère de l'Économie, des Finances et de la Souveraineté industrielle, énergétique et numérique: Brésil *tresor.economie.gouv.fr/Pays/BR/relations-bilaterales*
- USDA : Commodities and Products *fas.usda.gov/data/commodities*
- IBGE : PIB par habitant des États en 2023 *ibge.gov.br/estatisticas/economicas/contas-nacionais/9054-contas-regionais-do-brasil.html*
- CNA : Défis pour l'évacuation de la récolte brésilienne *cnabrasil.org.br/noticias/cna-discute-desafios-e-gargalos-para-escoamento-da-safra-brasileira*
- Banco Central do Brasil : Copom garde le taux selic à 13,75% *bcb.gov.br/detalhenoticia/21309/nota*


© Kelly Repreza, Unsplash

REGARD D'EXPERT

Europe : il faut savoir aussi donner raison à l'Allemagne

Publié le 22/10/2026 dans l'Opinion

Par **Bruno ALOMAR**



Bruno ALOMAR est diplômé de l'IEP de Paris, d'HEC et de l'Ecole de Guerre. Ancien élève de l'ENA, il est également titulaire d'un LLM de l'Université Libre de Bruxelles. Cet économiste français a travaillé au ministère des Finances et à la Commission européenne (en tant que haut fonctionnaire à la DG COMP, Direction générale de la concurrence) et a enseigné les questions européennes à Sciences Po Paris et à l'IHEDN. Auteur de La réforme ou l'insignifiance : dix ans pour sauver l'Union européenne (Ed. Ecole de Guerre – 2018), Bruno ALOMAR commente régulièrement l'actualité, et notamment les questions européennes, à travers des chroniques publiées dans divers médias français. Depuis 2020, il est également PDG de New Horizon Partners, une société spécialisée dans le conseil en relations publiques et communication.

La cause semble enfin entendue. Les yeux des dirigeants français, même les plus enamourachés de notre voisin d'outre-Rhin, commencent à se dessiller : le couple franco-allemand, tel qu'entendu par les élites françaises, est une chimère. La récente décision de Berlin, après l'abandon du projet d'avion de combat (Scaf), de mettre fin, malgré les dénégations d'usage, au projet de char franco-allemand, est un clou de plus dans le cercueil de l'hymen entre nos deux pays.

Faut-il pour autant qu'à l'amour déçu succèdent le rejet et l'acrimonie ? Faut-il se laisser gagner, en France, par une nouvelle exagération : l'Allemagne aurait tort sur tout ? L'anti-germanisme, comme l'anti-américanisme, est un réflexe éculé de la part d'une classe politique française toujours prompte à faire porter sur d'autres la responsabilité d'échecs bien gaulois. Alors qu'un réexamen en profondeur de la relation entre la France et l'Allemagne est inéluctable, sur au moins trois sujets essentiels, l'Allemagne a raison.

D'abord, sur la monnaie. La critique de l'euro, qu'il s'agisse de taux d'intérêt (toujours trop hauts) ou de taux de change (toujours surévalué), erre comme un spectre dans la classe dirigeante française. De beaux esprits nous expliquent qu'une gestion plus fine de l'euro, entendez « moins allemande » et « à la française » est la clé du redressement français. Des esprits plus cyniques, avec le concours d'économistes patentés, après avoir tenté de nous convaincre que l'inflation était chose passée et prôné pendant des années la « monnaie hélicoptère », nous parlent d'annuler une partie de la dette française détenue par la Banque centrale européenne (BCE). De telles mesures ne sont pas seulement illégales. Elles ne signifient pas seulement déchirer les traités européens. Elles omettent cette vérité dérangeante : les Allemands comprennent mieux la monnaie que les Français. Pour quelle raison le *deutsche mark* a-t-il été pendant un demi-siècle le rêve de tous les ministres français des finances et la création de l'euro une grande victoire pour eux ? Parce que la stabilité monétaire que l'euro nous apporte, comme l'air ou la liberté que nous croyons naturels mais dont on s'aperçoit du caractère indispensable seulement quand l'on en est privé, est essentielle au bon fonctionnement de l'économie. Peut-être y a-t-il trop longtemps que les Français n'ont pas ressenti ce qu'était une dévaluation ou une inflation à deux chiffres…

Macroéconomie versus microéconomie

Ensuite, sur le marché. La France est le pays du *Tableau économique d'ensemble de François Quesnay* (1758). Ses dirigeants comprennent la macroéconomie, c'est-à-dire les grandeurs : inflation, croissance, pouvoir d'achat, etc. Ils regardent l'économie en surplomb. L'Allemagne, anglo-saxonne, fédérale, elle, comprend mieux la microéconomie, c'est-à-dire le fait que l'économie correspond d'abord à la somme d'une mul-

titude de décisions individuelles qui se rencontrent au travers d'un marché. Pourquoi est-ce important? Pas seulement parce que l'UE, que l'on a longtemps à juste titre appelée le « marché commun » est avant tout un marché qui fonctionne au travers des libertés de circulation, avec une Commission européenne chargée d'intervenir quand ce marché dysfonctionne. Pas seulement parce qu'après s'être beaucoup aventurée avec des résultats plus que mitigés dans la diplomatie ou la défense, les rapports Letta et Draghi l'ont rappelé, le vrai gisement de prospérité de l'UE c'est de faire mieux fonctionner son marché intérieur. Pas seulement parce que la Chine, qui comprend bien les bénéfices qu'elle peut tirer d'un marché intérieur qui fonctionne, construit patiemment son marché depuis quelques années. Pour une raison de plus. L'Allemagne tire de son marché, du marché intérieur européen et du marché mondial des résultats positifs: 202 milliards d'excédent commercial en 2025 (-69 milliards pour la France), un PIB par habitant de 20% supérieur à celui de la France.

Enfin, osons le dire, sur l'Europe elle-même. La France s'est laissée ensorceler par le filtre européen qu'elle croit avoir seule imaginé. Sa situation budgétaire catastrophique, avec une dette publique qui tangente les 120% du PIB, le prouve: l'ensemble des mécanismes de contrôle budgétaire dans l'euro-zone, en ce compris les réformes des Traités dont les dirigeants français ont été les artisans depuis 20 ans, est incapable de forcer un pays comme la France à tenir ses finances publiques. L'Allemagne n'a pas commis cette erreur. En 2008, après la crise Lehman Brothers, elle a compris que c'était seule – elle a été continûment critiquée par la France et l'Amérique étrangement d'accord sur ce point – qu'elle devrait remettre de l'ordre dans ses finances publiques. La force de l'Allemagne, avec une dette de 64% du PIB, c'est une capacité financière qu'elle a préservée, et dans laquelle elle va désormais puiser pour moderniser son économie et restaurer, au grand dam de l'impécunieuse France, son armée.

Ne pas tout attendre de l'Europe

En définitive, il est temps de regarder l'Allemagne de manière dépassionnée. Elle a tort sur beaucoup de sujets: le nucléaire civil qu'elle a eu la folie de rejeter; l'élargissement « à 30-35 » membres prôné à Prague en 2022 qui reste la doctrine officielle de Berlin et qui fait glisser l'UE vers la paralysie et l'insignifiance; la marchandisation via l'UE des questions de défense, qui aboutira inéluctablement à accroître l'emprise américaine. Elle a raison sur d'autres. Et notamment sur un point fondamental: parce que l'Europe n'est pas l'alpha et l'oméga, les membres de l'UE ne doivent pas tout en attendre. Il est temps que la France le comprenne ●

« La force de l'Allemagne, avec une dette de 64% du PIB, c'est une capacité financière qu'elle a préservée, et dans laquelle elle va désormais puiser pour moderniser son économie et restaurer, au grand dam de l'impécunieuse France, son armée. »



© Maheshkumar Painam, Unsplash

REGARD D'EXPERTE

Pourquoi le « nudge » visuel de l'IA ne fonctionne plus : analyse d'un rejet esthétique et cognitif

Par **Emilie GUIGNARD**



Émilie est Directrice de clientèle au sein du pôle communication 360° de NSI. Elle conseille les organisations sur leurs stratégies de contenu et leur communication institutionnelle. Spécialisée sur les secteurs de la santé, de l'énergie et des institutions publiques, Émilie aide ses clients à clarifier leurs messages et à structurer leurs prises de parole. Après un début de carrière axé sur le digital et l'employee advocacy chez The Social Client, elle intègre Havas Paris puis TBWA Corporate pour accompagner des entreprises sur leur communication corporate ou des projets à dimension sociétale (ADEME, LinkedIn, Women In Africa, Santé Publique France, Net Zero Initiative, Domitys, Initiative AAA, Eiffage, Edmond de Rothschild, Défenseur des Droits…). Son parcours compte également une expérience chez l'annonceur en tant que social media manager à la FNSEA. Depuis son arrivée chez Antidox, elle pilote des campagnes globale pour des clients d'horizons divers, tels que ENGIE, Emeis (Orpea), la MNH, La Poste Mobile, Spie batignolles…



En quelques jours, plusieurs municipalités françaises ont pris une décision radicale. À Sète, le maire a décidé d'interdire l'affichage municipal conçu par intelligence artificielle générative pour défendre les graphistes locaux. Le mouvement s'étend rapidement : refus d'imprimer, sanctions et arrêtés municipaux se multiplient dans plusieurs communes.

Ce refus institutionnel marque une rupture nette avec l'enthousiasme technologique des débuts. Il met en lumière une tension qui dépasse largement le cadre des collectivités locales : l'inondation de notre champ visuel par des images générées par algorithmes.

Depuis deux ans, marques et créateurs ont massivement adopté ces outils sous couvert d'efficacité opérationnelle et de rentabilité. Beaucoup ont cherché à exploiter ce que l'on peut qualifier de « nudge » visuel. Issu des sciences comportementales, le concept de nudge (ou « coup de pouce ») désigne une méthode d'incitation douce visant à orienter les choix d'un individu sans contrainte explicite, souvent en modifiant discrètement son environnement direct. Appliqué à l'image et démultiplié par l'IA, le nudge visuel consiste à concevoir des compositions algorithmiquement programmées pour forcer l'attention réflexe : couleurs ultra-saturées, éclairages spectaculaires, contrastes excessifs et visages hyper-expressifs. L'objectif était d'activer nos biais d'orientation pour capter le regard en quelques millisecondes et stopper net le défilement sur les écrans.

Pourtant, sur le terrain, l'effet inverse se produit. Loin d'attirer et d'engager, ce conditionnement graphique génère désormais de la fatigue, de l'indifférence, voire une réaction d'évitement active de la part du public.

Pourquoi ce réflexe de rejet ? Comment l'expliquer ? Décryptage cognitif et sociologique d'une saturation annoncée.

L'écueil cognitif : neurosciences, sémiologie et dévaluation de la marque

L'inefficacité du visuel synthétique standardisé ne relève pas d'une simple querelle de goût. Elle s'explique d'abord par la manière dont le cerveau humain traite l'information visuelle et attribue de la valeur aux signaux de son environnement.

La vallée de l'étrange et la rupture de confiance

Le concept de *vallée de l'étrange* (*Uncanny Valley*), formalisé dès 1970 par le roboticien japonais Masahiro Mori, postule que plus un objet artificiel ressemble à un être humain, plus la sympathie augmente, jusqu'à un seuil critique où de minuscules imperfections déclenchent un sentiment de malaise et de rejet.

Dans une recherche publiée dans les comptes rendus de l'Académie nationale des sciences américaine, *Nightingale et Farid* (PNAS, 2022) démontrent que les visages synthétiques générés par des IA peuvent tromper le regard au premier abord (le taux d'identification correcte par les participants n'étant que de 48,2 %). Toutefois, dès lors que l'observateur détecte une ambiguïté ou apprend la nature artificielle de l'image, le mécanisme de projection s'effondre.

Les micro-défauts caractéristiques des moteurs de diffusion (symétrie faciale irréaliste, reflets impossibles dans la pupille, lissage excessif de la peau) alertent nos détecteurs inconscients. Le cerveau cesse de décoder un alter ego pour traiter une imitation, ce qui détruit le capital d'empathie nécessaire à l'adhésion.

L'habituation attentionnelle et la cécité à l'IA

Sur le plan de l'attention, le cerveau applique en permanence un filtre d'économie cognitive. Lorsqu'un motif visuel se répète trop souvent dans l'environnement, le système nerveux réduit la réponse qu'il y consacre.

Ce phénomène d'habituation a déjà été observé avec la « banner blindness », où l'œil ignore automatiquement les zones de page web ressemblant à des encarts publicitaires. Aujourd'hui, les signatures visuelles des modèles dominants (l'éclairage doré de Midjourney, les compositions hyper-centrées, le contraste artificiel) constituent un format stéréotypé. Au lieu d'agir comme un stimulus saillant qui déclenche l'action, l'image d'illustration IA est immédiatement cataloguée comme du bruit de fond générique. L'œil glisse dessus sans enregistrer le message.

Le coût sémiotique et la sanction du consommateur



En sémiologie et en économie comportementale, la valeur perçue d'un message dépend du concept de signalement coûteux (*costly signaling theory*). Une prise de parole a un impact fort parce que le récepteur perçoit l'effort, le temps, les moyens et le soin investis par l'émetteur pour la concevoir.

Lorsque l'image transpire l'automatisation brute et la facilité d'exécution, le signal envoyé est destructeur : l'émetteur ne consacre plus d'effort pour s'adresser à son audience.

Ce mécanisme a des répercussions commerciales mesurables. Une étude universitaire menée par Mesut Çiçek, Dogan Gursoy et Lu Lu, publiée dans le *Journal of Hospitality Marketing & Management* (2024), a montré que la mise en avant explicite ou la présence perceptible de la technologie d'intelligence artificielle dans la description d'offres ou de produits diminuait l'intention d'achat des consommateurs. Les chercheurs soulignent que cette baisse s'explique par une chute de la confiance émotionnelle. En croyant moderniser son image ou optimiser ses coûts de production, une marque dévalorise en réalité son offre.

Le prisme sociologique : saturation du faux et retour de l'authenticité brute

Cette résistance cognitive s'inscrit dans un mouvement sociologique plus large de contestation culturelle face à l'abondance synthétique.

Le rejet du « slop » et la standardisation esthétique



Le terme *slop* (désignant une bouillie industrielle sans saveur) s'est imposé dans le débat public pour qualifier le flux ininterrompu de contenus générés à la chaîne, sans intention humaine ni aspérité. Ce phénomène produit une standardisation visuelle sans précédent : des flux entiers d'actualités et d'images se ressemblent, créant une uniformité morne.

Cette omniprésence du faux engendre une saturation sensorielle. Selon l'édition technologique du Baromètre de confiance *Edelman* (2024), 35 % des répondants à l'échelle mondiale rejettent les applications liées à l'IA, contre seulement 30 % qui les accueillent favorablement. Plus révélateur encore, la confiance globale envers les entreprises opérant dans l'IA a chuté de 62 % à 54 % en l'espace de cinq ans. Les motifs principaux d'inquiétude cités par le public touchent directement à la dévaluation de l'humain et au sentiment de manipulation.

La quête de friction et l'essor de l'esthétique lo-fi

En réaction directe à cet univers hyper-lissé, les publics, en particulier les plus jeunes, réhabilitent la friction, l'imperfection et la matérialité.

On assiste ainsi à un retour massif de l'esthétique lo-fi :

- **Le renouveau de la photographie argentique** et l'usage d'appareils numériques des années 2000, recherchés pour leur grain imparfait, leurs surexpositions et leur caractère imprévisible.
- **Le succès de formats vidéo** capturés au smartphone, sans mise en scène sophistiquée, où l'éclairage naturel et les bruits parasites attestent de la réalité de la scène.
- **La valorisation de la trace humaine :** une rature sur un dessin, une texture papier rugueuse, un cadrage décentré deviennent les preuves d'une présence et d'un point de vue singulier.

Dans un monde où la perfection graphique s'obtient par une simple ligne de commande, elle n'a plus aucune rareté, et donc plus aucune valeur symbolique. C'est l'accident, le grain et le réel qui redeviennent les marqueurs ultimes de l'authenticité.

Concilier IA et intelligence créative, la revanche du sens et de la méthode

La réponse à cette fatigue visuelle ne consiste pas à rejeter la technologie par principe, mais à abandonner l'illusion qu'elle peut se substituer à une véritable réflexion. L'enjeu réside dans l'articulation entre puissance algorithmique et discernement humain.

L'intelligence artificielle excelle dans la phase d'exploration : accélérer le prototypage, enrichir un moodboard ou tester des pistes conceptuelles en amont. En revanche, son utilisation comme livrable final montre vite ses limites dès lors qu'elle relève d'une simple exécution automatique. Si certains créateurs développent une véritable démarche artistique avec l'IA pour façonner des univers singuliers à force de recherches et d'itérations complexes, ces œuvres abouties restent portées par une intention forte, bien loin des visuels génériques produits à la chaîne. C'est ici que la direction artistique reprend toute sa force. Une vision artistique singulière ne consiste pas à compiler des critères de beauté statistique, elle repose sur un parti-pris éditorial, des choix motivés par un propos, une sensibilité culturelle et la capacité délibérée à choisir l'inconfort, la rupture ou la retenue.

Il appartient à chacun de dépasser le réflexe de facilité pour injecter de la valeur stratégique : questionner la pertinence du message, vérifier l'alignement avec l'ADN de la marque, contextualiser la prise de parole et garantir qu'un contenu apporte une information ou une émotion réelle. Générer une image quelconque ne coûte presque plus rien, la véritable valeur réside désormais dans la capacité collective à faire émerger ce qui est juste, incarné et durable ●

À propos de nous



Xavier DESMAISON
CEO
xavier.desmaison@nsi-adit.com

Antidox est un cabinet de conseil en stratégie de communication et d'opinion à forte dominante digitale. Antidox positionne les dirigeants au cœur des débats d'idées et connecte les organisations à leur écosystème : des décideurs aux influenceurs, des consommateurs aux collaborateurs.



Alexandre MEDVEDOWSKY
Président du Directoire
alexandre.medvedowsky@nsi-adit.com

ESL (Groupe ADIT) s'est imposé comme l'un des leaders français et européens de l'accompagnement stratégique des dirigeants d'entreprise, de l'intelligence économique, de l'influence, de la diplomatie d'affaires et des affaires publiques. ESL conseille aujourd'hui les plus grandes entreprises françaises et les accompagne dans leurs décisions stratégiques, en France comme à l'international. Le Groupe conseille également des États et gouvernements.