



**PREMIER
MINISTRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Charte pour un usage responsable de l'Intelligence artificielle

pour les communicants de l'État

Février 2026

Service d'information
du Gouvernement

Sommaire

PREMIERE PARTIE.....	5
Avant-propos.....	5
Les textes et réglementations en vigueur	7
A l'échelle européenne	7
Au niveau national	8
Au niveau international.....	8
L'ensemble des chartes et guides de la communication de l'État.....	10
DEUXIEME PARTIE	11
Objectifs de la charte.....	11
Principes généraux et règles d'utilisation de l'IA dans la communication de l'Etat	12
<u>Principe 1</u> : Le respect de la réglementation en vigueur et principes de précaution ..	12
<i>Règle n°1 - Utilisation des données personnelles.....</i>	<i>12</i>
<i>Règle n°2 - Données sensibles et confidentielles</i>	<i>13</i>
<i>Règle n°3 – Limiter les connexions de l'IA avec des ressources internes sensibles</i>	<i>14</i>
<i>Règle n°4 - Respect des droits d'auteur</i>	<i>14</i>
<u>Principe 2</u> : Transparence et confiance	15
<i>Règle n°5 - Indication claire de l'usage de l'IA.....</i>	<i>15</i>
<i>Règle n°6 - Vérification de la source des données</i>	<i>16</i>
<i>Règle n°7 - Contrôle humain des résultats.....</i>	<i>16</i>
<u>Principe 3</u> : Utilisation responsable	17
<i>Règle n°8 – Vigilance quant aux biais algorithmiques de l'IA</i>	<i>18</i>
<i>Règle n°9 - Contrôle de la non-discrimination.....</i>	<i>18</i>
<i>Règle n°10 - Accessibilité des contenus.....</i>	<i>19</i>
<i>Règle n°11 – Impact énergétique.....</i>	<i>20</i>
<i>Règle n° 12 – Priorité aux solutions françaises ou européennes.....</i>	<i>20</i>
TROISIEME PARTIE.....	22

Écrire un prompt.....	22
1. À quoi sert un <i>prompt</i> ?.....	22
2. Comment construire un <i>bon prompt</i> ?	23
3. Idées de prompts.....	24
4. Exemple comparatif : bon prompt vs prompt approximatif	29
5. Impact environnemental des prompts.....	30
Nouvelles tendances : du SEO au GEO	32
1. Le référencement naturel dans les moteurs de recherche - SEO.....	32
2. Qu'est-ce que le GEO ?	32
3. Quelle différence entre SEO et GEO ?.....	32
4. Stratégies pour une visibilité optimale en recherche GEO	34
Glossaire.....	37
Récapitulatif des règles d'utilisation.....	42

PREMIERE PARTIE

Avant-propos

L'intelligence artificielle (IA) s'impose de plus en plus comme un outil utile, voire incontournable, dans de nombreux domaines dont la communication publique fait partie. Grâce à elle, il devient possible de générer très rapidement des contenus textuels et visuels mais aussi d'analyser des masses de données. Si de manière générale, ces usages se retrouvent d'ores et déjà dans les métiers de la communication, d'autres pratiques se dessinent, permettant ainsi de rendre les dispositifs de communication plus efficaces et plus ciblés. Cependant, cette avancée technologique soulève des questions de fond qu'il est impératif d'aborder de manière éthique et responsable.

L'IA générative, si elle est utilisée sans précaution, peut notamment contribuer à la diffusion de contenus erronés, amplifier des préjugés ou porter atteinte à des droits fondamentaux et au respect de la vie privée. Elle a également un impact social et environnemental, souvent sous-estimé, qui doit être pris en compte par ses utilisateurs.

Ainsi, l'utilisation de l'IA dans la communication publique impose une vigilance particulière pour protéger les données à caractère sensible ou personnel et respecter la vie privée des personnes. De même, le respect des droits d'auteur et des principes de propriété intellectuelle est essentiel pour assurer une exploitation légale et éthique des contenus générés.

De plus, il est nécessaire de rendre explicite l'usage de l'IA, d'assurer la traçabilité des processus et de privilégier une vérification humaine des résultats pour éviter toute dérive ou diffusion d'informations erronées.

Enfin, l'intégration de l'IA doit se faire dans une logique de responsabilité sociale et environnementale, en luttant contre les biais discriminatoires, en garantissant l'accessibilité des contenus, et en minimisant l'empreinte écologique des technologies employées.

La présente charte établit des orientations pour assurer une utilisation raisonnée de l'IA au service de l'intérêt général, dans la continuité des textes juridiques et des chartes en vigueur et la préservation du lien essentiel avec la parole de l'État.

Les textes et réglementations en vigueur

A l'échelle européenne

Les textes régissant directement l'IA :

Le **Règlement sur l'Intelligence artificielle (AI Act ou « Artificial Intelligence Act »)**, règlement UE N°2024/1689¹ du 13 juin 2024 et publié au JOUE le 12 juillet 2024. Il impose notamment des obligations spécifiques pour les IA classées à haut risque c'est-à-dire celles pouvant porter atteinte à la sécurité des personnes ou à leurs droits fondamentaux. Les communicants de l'État doivent se conformer à ces nouvelles exigences pour garantir une utilisation sécurisée et éthique des IA.

La **Convention-cadre du Conseil de l'Europe sur l'Intelligence artificielle** est « *le premier instrument international juridiquement contraignant dans le domaine de l'IA. Ouverte à la signature depuis le 5 septembre 2024, elle vise à garantir que les activités menées dans le cadre du cycle de vie des systèmes d'intelligence artificielle sont pleinement compatibles avec les droits humains, la démocratie et l'État de droit, tout en étant propice au progrès et aux innovations technologiques. La Convention-cadre complémente les normes internationales existantes relatives aux droits humains, à la démocratie et à l'État de droit, et a pour but de palier à tout vide juridique qui pourrait résulter des avancées technologiques rapides. Afin de résister au temps, la Convention-cadre ne régule pas la technologie et est essentiellement neutre sur le plan technologique* »². Elle a été signée le 5 septembre 2024 par une dizaine de pays dont le Royaume-Uni, Israël, les États-Unis et l'Union européenne.

Les textes connexes affectant l'IA

Les dispositions sur la protection des données personnelles dite Le **Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD)**, règlement UE N°2016/679³ du 27 avril

¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>

² <https://www.coe.int/fr/web/artificial-intelligence/la-convention-cadre-sur-l-intelligence-artificielle>

³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679>

2016, entré en application le 25 mai 2018. Il impose des obligations strictes sur l'utilisation des données personnelles et donne des droits aux personnes concernées (accès, rectification, effacement, portabilité...).

La **Charte des droits fondamentaux de l'Union européenne** parue au JOUE le 07.06.2016⁴ impose des obligations en matière de respect de la vie privée et de la protection des données personnelles.

Au niveau national

La CNIL⁵ (Commission nationale de l'informatique et des libertés) est une autorité administrative indépendante. Elle veille à la protection des données personnelles contenues dans les fichiers et traitements informatiques ou papier, aussi bien publics que privés. A ce titre, elle contrôle l'usage des données personnelles par les systèmes d'intelligence artificielle. Elle veille à ce que les principes de protection des données personnelles (minimisation, transparence, limitation de la durée de conservation...) soient respectés et que les personnes puissent exercer leurs droits (accès, rectification, effacement...). Il convient toutefois de rappeler que le schéma de gouvernance de l'IA au niveau national est complexe et implique différentes autorités en fonction des cas d'usage. Par exemple, pour les obligations de transparence concernant certains systèmes d'IA générant du texte, de l'image, de l'audio ou de la vidéo, la DGGCRF et/ou l'Arcom pourraient également être amenées à jouer un rôle de régulation.

Au niveau international

La recommandation de l'UNESCO⁶, adoptée en novembre 2021 par ses 193 États membres, se fonde sur la protection des droits humains et de la dignité qui doivent servir de base aux principes fondamentaux sur lesquels est basée la recommandation

⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/PDF/?uri=CELEX:12016P/TXT>

⁵ <https://www.cnil.fr/fr>

⁶ <https://www.unesco.org/fr/articles/recommandation-sur-lethique-de-lintelligence-artificielle>

quant à l'utilisation des systèmes d'IA à savoir : « *la transparence et l'équité, sans jamais perdre de vue l'importance de la responsabilité humaine dans le contrôle des systèmes d'intelligence artificielle* ». Et finalement la favorisation des sociétés pacifiques, justes et interdépendantes⁷.

Les principes de l'OCDE sur l'IA⁸ « *constituent la première norme intergouvernementale sur l'IA. Ils promeuvent une IA innovante et digne de confiance qui respecte les droits humains et les valeurs démocratiques. Adoptés en 2019 et mis à jour, ils se composent de cinq principes fondés sur des valeurs et de cinq recommandations qui fournissent des orientations pratiques et flexibles aux décideurs politiques et aux acteurs de l'IA* ».

⁷ <https://www.unesco.org/fr/artificial-intelligence/recommendation-ethics>

⁸ Principes de l'IA, OCDE, <https://www.oecd.org/fr/topics/sub-issues/ai-principles.html>

L'ensemble des chartes et guides de la communication de l'État

- [Charte graphique de l'État, 2020](#)
- [Charte des grands principes rédactionnels, 2020](#)
- [Charte des réseaux sociaux, 2020](#)
- [Design System de l'État, 2020](#)
- [Charte d'accessibilité de la communication de l'État, 2020](#)
- [Bonnes pratiques de propriété intellectuelle. Les bons réflexes pour sécuriser les productions de communication de l'État, mai 2023](#)
- [Charte de l'éco-communication de l'État, septembre 2025](#)

Ces référentiels sont aussi consultables sur <https://www.info.gouv.fr/>

DEUXIEME PARTIE

Objectifs de la charte

Cette charte s'adresse aux communicants de l'État, mais aussi à leurs partenaires et prestataires, en fixant des règles pour encadrer le recours à l'IA de manière réfléchie. De par l'encadrement qu'elle propose, son objectif est de maximiser les avantages de l'IA tout en minimisant les risques que son usage peut entraîner.

Les principes énoncés dans cette charte visent à

- **Intégrer** la révolution de l'IA dans nos métiers quotidiens, tout en restant fidèles aux valeurs fondamentales qui structurent nos engagements.
- **Recommander un meilleur** usage de l'IA pour que les contenus produits respectent les droits et libertés fondamentaux des personnes et le cadre légal en vigueur.
- **Maximiser** la transparence des procédés d'automatisation et d'utilisation des données.
- **Prendre conscience** du caractère énergivore de l'IA et **intégrer** le plus possible des pratiques d'IA écoresponsables.
- **Veiller à ce que les contenus générés par l'IA** reflètent les valeurs de diversité, d'inclusion et de responsabilité.

Principes généraux et règles d'utilisation de l'IA dans la communication de l'État

Principe 1 : Le respect de la réglementation en vigueur et principes de précaution

L'utilisation de l'IA dans la communication publique doit se faire dans le respect du cadre légal national et européen, notamment concernant la protection des données personnelles, la propriété intellectuelle et les droits et libertés fondamentaux.

- **Protéger les données personnelles** : dans la communication publique, où l'analyse de données est parfois essentielle pour mieux comprendre les besoins des personnes, les communicants de l'État doivent s'assurer que l'utilisation qu'ils font des outils d'IA respectent scrupuleusement les obligations relatives à la protection des données personnelles. Il en va non seulement du respect de la loi, mais aussi de la confiance des personnes envers les institutions. La CNIL met à disposition de nombreuses fiches pratiques sur son site pour aider les organismes dans leur démarche de conformité. (<https://cnil.fr/fr>)

Règle n°1 - Utilisation des données personnelles : l'utilisation des systèmes d'IA générative par les agents doit se faire dans le respect des principes de la protection des données personnelles (transparence, minimisation, limitation de la durée de conservation, sécurité...) et les droits des personnes concernées (accès, opposition, effacement, ...)

- **Considérer le caractère sensible des données transmises dans les prompts :**
les communicants doivent veiller à ce que les prompts ne contiennent pas d'informations à caractère sensible⁹. Les systèmes d'IA, en mémorisant ou en reproduisant ces informations, peuvent involontairement les rendre accessibles à des tiers non autorisés et ainsi les exposer à des usages non contrôlés. Cette vigilance est essentielle pour protéger les contenus confidentiels et préserver la confiance dans l'utilisation des outils numériques par les institutions publiques.

Règle n°2 – Informations sensibles et confidentielles : *Toutes les informations sensibles confidentielles et données personnelles manipulées par un agent sont **proscrites** des requêtes IA pour assurer la conformité des usages.*

- **Faire preuve de vigilance avec les applications bureautiques connectées à l'IA :** les modèles d'IA génératives peuvent être connectés directement à des ressources sensibles comme la messagerie professionnelle, des espaces documentaires internes ou encore des réseaux sociaux professionnels. L'automatisation de certaines actions métier (p. ex. envoi automatique de mails générés par IA) peut ainsi être une source de vulnérabilités et de compromission, si jamais le contenu généré par l'IA comportait du code malveillant. Le contenu généré par l'IA visant à être intégré dans une application ou logiciels internes (macro EXCEL ou code informatique) doit systématiquement être vérifié pour s'assurer qu'il ne contient pas de code malveillant.

⁹ Sont considérées comme sensibles les informations qui ne doivent pas être rendues publiques en raison de leur caractère stratégique, de leur appartenance au secret de la défense (IGI 1300), de leur nature confidentielle ou sensible (instruction interministérielle 901), ou de leur statut de documents préparatoires.

Règle n°3 – Limiter les connexions de l'IA avec des ressources internes sensibles

Les droits d'accès à l'information attribués aux modèles d'IA intégrés ou connectés à des applications, logiciels ou outils informatiques doivent être paramétrés de façon à se limiter au strict besoin opérationnel. L'automatisation de certaines actions considérées comme dangereuses doit être proscrite. Les résultats générés par l'IA doivent être systématiquement validés par un humain avant intégration dans des applications, logiciels ou outils informatiques internes.

- **Être vigilant sur la propriété intellectuelle** : aujourd'hui, les nouveaux modes de création permis par l'IA questionnent sur le champ couvert, ou non, par le droit de la propriété intellectuelle, laissant ainsi des interrogations auxquelles les communicants peuvent être confrontés dans leur métier au quotidien. Ils doivent notamment veiller à ce que les contenus générés ou améliorés par l'IA ne violent pas les droits d'auteurs pour éviter toute appropriation non autorisée des contenus protégés. Pour ce faire, il est convenable d'analyser les conditions d'utilisation des outils d'IA, en s'assurant qu'ils précisent les droits et restrictions liés aux contenus produits. De plus, consulter des bases de données publiques ou des outils de vérification pour identifier d'éventuels éléments protégés intégrés dans les créations est également recommandé.

Règle n°4 - Respect des droits d'auteur :

Tout contenu généré ou amélioré par l'IA doit systématiquement faire l'objet d'une vérification humaine pour s'assurer de sa légalité et qu'il ne contrevient pas à un droit protégé (droit d'auteur, droits d'utilisation, d'exploitation, de diffusion, droits voisins, etc.).

Principe 2 : Transparence et confiance

L'utilisation de ces technologies dans des domaines comme la communication publique exige un haut niveau de transparence pour éviter toute manipulation ou désinformation et ainsi préserver la confiance du grand public envers les institutions publiques. Ainsi, l'utilisation de l'IA générative ne substitue pas les agents publics qui gardent un rôle essentiel dans la création de contenu. C'est un outil de travail qui doit toujours être encadré par un agent qui l'utilise avec modération, responsabilité et transparence.

- **Être transparent sur l'usage de l'IA** : Les citoyens doivent être informés lorsque l'IA est utilisée pour générer, améliorer ou personnaliser un message, un contenu, un support de communication... Ceci contribuerait à préserver leur confiance dans la parole publique.

Règle n°5 - Indication claire de l'usage de l'IA

Les contenus générés ou améliorés par l'IA doivent inclure une mention explicite indiquant son usage.

En fonction du cas le plus adapté, l'une des mentions suivantes devra être apposée :

« Contenu (généré / amélioré) avec l'aide de l'intelligence artificielle et vérifié par un humain. »

« Contenu visuel (généré / amélioré) avec l'aide d'une intelligence artificielle et vérifié par un humain. »

« Contenu textuel (généré / amélioré) avec l'aide d'une intelligence artificielle et vérifié par un humain. »

- **Assurer la vérification systématique d'un humain** : le risque de mauvais usage de l'IA est d'autant plus grand lorsque ces résultats sont repris sans une vérification humaine rigoureuse, augmentant ainsi la diffusion de fausses informations.

Règle n°6 - Vérification de la source des données

Avant toute utilisation, il faut s'assurer que les données proposées dans le résultat d'une requête sont fiables, en analysant leur provenance et leur qualité.

Se référer au processus de vérification plus bas.

- **Questionner la fiabilité des informations** : bien que les modèles d'IA puissent générer du contenu qui puisse paraître crédible, ils utilisent souvent de grandes quantités de données qui peuvent inclure des erreurs, des biais ou des informations obsolètes entraînant des réponses incorrectes ou trompeuses. Par ailleurs, les IA ont tendance à produire des « hallucinations » et des informations fausses ou inexactes. Il convient alors de s'assurer que le contenu produit correspond à la réalité factuelle.

Règle n°7 - Contrôle humain des résultats

Les résultats générés par l'IA doivent être systématiquement validés par un humain pour éviter la diffusion d'informations erronées ou trompeuses et assurer que la décision finale d'utiliser le contenu généré ou amélioré par l'IA soit toujours celle d'un humain.

Afin d'assurer une vérification systématique des contenus générés par l'IA, un processus rigoureux doit être mis en place. Voici quelques étapes identifiées :

1. **Exiger la citation des sources par l'IA** : Cela peut inclure des liens vers des bases de données, des articles scientifiques, des documents officiels ou d'autres références pertinentes.
2. **Vérifier manuellement les sources** : un humain doit systématiquement les examiner pour s'assurer de leur fiabilité, leur actualité et leur pertinence. Cela implique de vérifier si les sources sont reconnues, crédibles, et à jour.

3. Analyse du contenu généré : une relecture est nécessaire – après vérification des sources – afin de repérer toutes erreurs éventuelles, biais ou simplifications inexactes.

Principe 3 : Utilisation responsable

Comme toute communication publique, les contenus générés par IA ne doivent en aucun cas induire en erreur, propager des informations biaisées, ou discriminer des groupes sociaux, ethniques, ou de genre. Les communicants doivent assurer un usage éthique de l'IA tant d'un point de vue social, qu'environnemental.

Responsabilité sociale

- **S'engager sur des pratiques éthiques** : l'utilisation d'images générées entièrement par l'intelligence artificielle dans les campagnes de communication publique soulève des enjeux critiques liés à la véracité des représentations et au respect des principes de non-discrimination. Ces images sont souvent très réalistes et sans élément permettant de les distinguer d'images réelles. Il y a donc un risque pour le grand public de se sentir trompé en découvrant que les images ont été générées artificiellement, compromettant ainsi la confiance entre eux et les institutions. En outre, ces représentations artificielles peuvent involontairement perpétuer des stéréotypes ou biaiser la diversité en uniformisant des standards visuels déconnectés des réalités sociales. Une communication publique responsable doit privilégier l'authenticité, non seulement pour garantir une information honnête et transparente, mais aussi pour respecter la diversité et l'inclusion, en valorisant des images qui reflètent le plus fidèlement possible la société.
- **Considérer les risques des biais algorithmiques** : plusieurs biais découlent de l'usage d'algorithmes IA. Certains sont inhérents au développement de ces modèles et proviennent de biais présents dans les bases de données d'entraînement. Ils peuvent donc se retrouver dans les sorties générées : stéréotypes, discrimination, diffusion d'opinions politiques, etc. D'autres

proviennent de la forme de réponses des algorithmes d'IA, en apparence neutres, objectives et données sur un ton très affirmatif, qui vont souvent dans le sens de la question posée. Cela peut favoriser l'apparition de biais de confirmation et un excès de confiance en les réponses générées. Une attention particulière doit être apportée aux contenus générés pour éviter la propagation de ces biais en ayant conscience de l'aspect très convaincant et objectif des réponses générées.

Règle n°8 – Être conscient des biais algorithmiques de l'IA

Les requêtes soumises à une IA générative doivent être formulées de manière à être les plus neutres et objectives possibles afin de limiter la reproduction ou l'amplification de biais algorithmiques. Une attention particulière doit être portée aux contenus générés pour limiter cet effet.

- **Inclusion et non-discrimination :** Les données d'entraînement des modèles d'intelligence artificielle peuvent véhiculer des stéréotypes ou des discriminations, en raison de biais d'échantillonnage, de représentativité ou d'exclusion, notamment liés à l'oubli ou à la sous-représentation de certains groupes. Ces biais altèrent la qualité des prédictions et peuvent reproduire des inégalités sociétales, en négligeant la diversité réelle des utilisateurs. Pour garantir une IA inclusive, les systèmes doivent intégrer cette diversité – d'origine, de genre, d'âge, de culture ou de situation de handicap – et produire des contenus accessibles et utilisables par toutes et tous.

Règle n°9 - Contrôle de la non-discrimination

Les contenus créés doivent être contrôlés pour s'assurer qu'ils ne sont pas discriminatoires.

Accessibilité :

Comme pour tout support de communication, les contenus générés par intelligence artificielle doivent répondre aux règles de la charte d'accessibilité de la

communication de l'État. Ces règles visent à favoriser un contraste élevé des contenus textuels et/ou visuels. Ainsi, chaque production doit être vérifiée par un humain afin de s'assurer que cette dernière respecte les principes et standards posés par la charte.

Règle n°10 - Accessibilité des contenus

À l'instar de l'ensemble des supports de communication, les contenus générés par l'IA doivent respecter les règles d'accessibilité de la communication de l'État. La vérification humaine du respect de la charte d'accessibilité est obligatoire.

Responsabilité environnementale

- **Avoir conscience de l'empreinte écologique de l'IA et adapter son utilisation en conséquence** : l'impact environnemental de l'utilisation de l'IA ne doit pas être ignoré. Les infrastructures nécessaires pour faire fonctionner les systèmes d'IA consomment énormément de ressources, notamment énergétiques. Or, dans un contexte où l'État s'est engagé à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050, il est primordial que les communicants adoptent une approche écoresponsable. Cela impose de réserver l'utilisation de l'IA à des cas réellement nécessaires et avec une approche d'optimisation dans la rédaction des requêtes visant à réduire leur nombre et donc de limiter l'impact environnemental de l'utilisation de l'IA. Pour exemple, la génération d'une image correspond à l'énergie nécessaire pour recharger complètement un smartphone.¹⁰

¹⁰ [Connaissez-vous le coût énergétique de l'IA ? - CIDJ](#)

Règle n°11 – Impact énergétique de l'IA

Le recours à l'IA est énergivore. L'utilisation de ces systèmes doit être optimisée et raisonnée notamment par l'usage de requêtes réfléchies et précises pour les rendre les plus efficaces possibles et en limiter le nombre.

Cf. Troisième partie.

Responsabilité liée à la souveraineté numérique

- Dans un souci de souveraineté numérique, de soutien à l'innovation nationale et de conformité avec les priorités stratégiques de l'État, les outils d'intelligence artificielle développés par des acteurs français ou européens doivent être privilégiés lorsqu'ils offrent des capacités techniques comparables aux solutions étrangères. Ce choix contribue à renforcer l'indépendance technologique de l'administration publique tout en soutenant un écosystème numérique éthique et conforme aux normes européennes. En outre, ce choix limite également le risque de fuite d'informations sensibles au profit d'entités extra-européennes.
- **Aller plus loin dans la logique de souveraineté** : il est essentiel d'évoquer les solutions d'IA générative développées spécifiquement pour l'administration française, comme GenIAI, MirAI ou encore l'Assistant IA actuellement déployé au sein des ministères. Ces outils, conçus et hébergés en France, garantissent que les données traitées par les agents publics ne sont ni exploitées ni stockées par des acteurs étrangers, éliminant ainsi tout risque de dépendance ou de fuite d'informations sensibles. En les privilégiant dès qu'ils sont disponibles, l'État renforce non seulement sa sécurité numérique, mais aussi sa capacité à maîtriser pleinement ses infrastructures critiques, tout en soutenant l'innovation locale et le respect strict du RGPD. Une démarche qui s'inscrit pleinement dans la stratégie de souveraineté technologique et de confiance numérique portée par les pouvoirs publics.

Règle n° 12 – Priorité aux solutions IA françaises ou européennes

Lorsqu'un outil d'intelligence artificielle français ou européen propose des performances et des garanties techniques équivalentes à celles d'une solution étrangère, il doit être retenu en priorité par les communicants de l'État.

TROISIEME PARTIE

Écrire un prompt

1. À quoi sert un prompt ?

Un *prompt* est une instruction ou une requête donnée à un outil d'intelligence artificielle générative (comme Mistral, Claude) pour obtenir un contenu : un texte, une idée, une analyse, un résumé, etc. C'est l'équivalent de poser une question précise à une personne qui aurait lu l'intégralité des textes sur internet et répondrait en utilisant sa mémoire. Plus le prompt est bien formulé, plus la réponse peut être pertinente.

En tant que communicant de l'État, savoir formuler des prompts clairs et efficaces permet de :

- Gagner du temps sur la rédaction
- Simplifier des notions complexes
- Adapter ses messages à tous les publics
- Trouver des idées de contenus adaptées à chaque mission
- Limiter le nombre de prompts nécessaires à l'obtention d'un résultat satisfaisant

L'IA n'est pas magique, elle est probabiliste.

Imaginez que vous accueillez un nouvel agent dans votre équipe et qu'il/elle ne connaît pas les sujets sur lesquels vous travaillez depuis un an. Une acculturation semble nécessaire pour qu'il/elle puisse maîtriser ces sujets. Si vous lui dites lors de son premier jour : « Fais un post sur l'environnement ». Il ne comprendra pas. L'intelligence artificielle fonctionne pareil. Elle n'a pas de contexte par défaut. Votre agent vous posera des questions :

- Quel est l'objectif du message ?

- Pour quel public ?
- Sur quel canal ?
- Avec quel ton ?
- À partir de quelle info ?

Pour être efficace, on « brief » l'agent en incluant déjà les réponses à ces questions avant même qu'il puisse les poser. Et ce n'est qu'à la fin que nous lui donnons la mission.


Pour qu'un prompt soit efficace, la même logique s'impose. Nous devons lui donner toute information que nous considérons utile à la réalisation de la mission qui lui est confiée -- transmise par voie de requête ou prompt.

2. Comment construire un bon prompt ?

Un bon prompt est :

- **Clair** : il pose une question ou une demande compréhensible. Indiquez également la longueur souhaitée, le ton à adopter, le format de sortie : paragraphe, bullet points, titres, tableau...
- **Contextualisé** : il donne les informations nécessaires pour que l'IA réponde de façon adaptée. Qui vous êtes, dans quel cadre vous travaillez, pour quel public, sur quel canal.
- **Orienté vers un objectif** : il exprime clairement ce qu'on attend en sortie. Il peut néanmoins combiner plusieurs objectifs. Un seul prompt peut demander de résumer un texte + l'adapter pour Instagram + proposer un visuel associé.

Ainsi, voici une manière efficace d'écrire un prompt :

Astuce	Exemple
 Donner un rôle clair	"Tu es un conseiller en communication publique..."

Astuce	Exemple
✦ Préciser l'objectif	"...je veux vulgariser une réforme pour des jeunes..."
🎯 Identifier le public cible	"...destinée à des lycéens de 16 à 18 ans..."
🔊 Indiquer le format attendu	"...en 3 bullet points clairs et concrets."
🎨 Ajouter un ton ou un style	"...dans un ton engageant et accessible."

Exemple – prompt à compléter :

Tu es un expert en **[Domaine]**. Je travaille sur **[projet ou sujet]** pour **[objectif de communication]**. Peux-tu me proposer **[type de contenu]** dans un ton/format **[formel/institutionnel/pédagogique/etc.]** et adapté à **[type de public]** ? Utilise un ton **[Formel, pédagogique, accessible...]**

Il est possible de compléter le prompt en demandant à l'IA de vous poser des questions permettant de vous assurer que le contexte fourni est complet.

Exemple de prompt complémentaire :

Avant de répondre à ma question, tu me poseras des questions pour t'assurer que le contexte fourni permet une réponse précise

3. Idées de prompts

Les prompts exposés ci-dessous sont uniquement des idées et peuvent être combinés dans une même requête afin d'optimiser les résultats. Ces derniers sont simples dans le but de vous donner des idées de prompts que vous pouvez construire vous-même, en utilisant la structure vue plus haut.

Génération d'idées de contenus

Objectif : Trouver des formats, angles, ou sujets innovants pour informer, sensibiliser, mobiliser.

1. Donne-moi 10 idées de contenus originaux pour expliquer **[politique publique]** à un public **[jeune/adulte/professionnel/etc.]**.
2. Quels formats de contenus numériques peuvent rendre le sujet **[thématique]** plus engageant sur les réseaux sociaux ?
3. Tu es spécialisé en communication publique. Imagine 5 formats innovants pour valoriser **[initiative publique]**.
4. Propose des idées de séries de publications autour de **[thématique]**.
5. Quels visuels ou infographies pourraient illustrer le sujet **[thématique]** de manière percutante ?
6. Comment vulgariser **[notion technique]** en 3 posts Instagram ?
7. Tu es community manager d'un ministère. Que publies-tu sur **[événement ou actualité]** cette semaine ?
8. Quelles idées de vidéos pédagogiques puis-je produire pour expliquer **[réforme]** ?
9. Comment raconter le quotidien d'un agent public dans le cadre de **[mission]** ?
10. Trouve 5 idées de contenus valorisant le service public dans le contexte de **[situation concrète]**.

Titres, accroches et slogans

Objectif : Trouver des formules percutantes, claires, et engageantes.

11. Propose 5 titres accrocheurs pour une campagne de communication sur **[sujet]**.
12. Trouve des accroches pédagogiques pour sensibiliser à **[enjeu public]**.
13. Peux-tu me donner des slogans simples et mobilisateurs autour de **[politique publique]** ?
14. Reformule ce titre en version plus accessible : "**[titre original]**"

15. Quels titres donner à une série de vidéos pédagogiques sur **[sujet]** ?
16. Trouve des titres clairs, courts, et mémorables pour un dossier de presse sur **[thème]**.
17. Propose des sous-titres pour rendre un post LinkedIn plus lisible sur **[message institutionnel]**.

Simplifier des notions complexes

Objectif : Rendre accessible le langage administratif, juridique ou technique.

18. Explique la notion de **[concept]** avec des mots simples, pour un public non spécialiste.
19. Transforme ce texte technique en message clair pour le grand public : "**[texte]**".
20. Peux-tu vulgariser les enjeux de **[politique publique]** en 3 paragraphes simples ?
21. Fais une métaphore imagée pour expliquer **[notion abstraite]**.
22. Tu es enseignant en lycée. Comment expliques-tu **[sujet institutionnel]** à une classe ?
23. Résume ce texte officiel en 5 points clés accessibles à tous : "**[extrait]**".
24. Peux-tu reformuler ce discours pour qu'il soit compris par des jeunes de 15 ans ?

Adapter un contenu selon le public

Objectif : Personnaliser un message selon les publics cibles (jeunes, professionnels, élus...).

25. Réécris ce message pour qu'il parle à des étudiants : "**[texte]**".
26. Adapte ce contenu pour un public de seniors : "**[contenu]**".
27. Formule ce message avec le ton d'un email adressé à des maires de petites communes.
28. Comment expliquer **[réforme]** à des parents d'élèves ?

29. Tu es un conseiller en communication territoriale. Comment parles-tu de **[thématique]** à des élus locaux ?
30. Peux-tu adapter ce texte pour des agents publics internes ?

Reformuler, clarifier, améliorer un texte

Objectif : Améliorer la lisibilité, le ton, ou la précision d'un contenu existant.

31. Améliore la clarté de ce texte : "**[texte original]**".
32. Réécris ce message dans un ton plus institutionnel.
33. Simplifie ce paragraphe sans en altérer le fond : "**[texte]**".
34. Propose une version plus synthétique de ce contenu.
35. Réécris ce contenu avec un ton plus chaleureux et humain.
36. Peux-tu corriger ce message pour qu'il soit sans fautes et bien rédigé ?

Création de plans ou de structures

Objectif : Organiser un message, une publication ou une campagne.

37. Propose un plan structuré pour une note d'information sur **[sujet]**.
38. Comment structurer une campagne de communication sur **[enjeu]** ?
39. Fais le plan d'un article de blog sur **[thématique publique]**.
40. Tu es un journaliste de presse institutionnelle. Quel plan suis-tu pour traiter **[sujet]** ?
41. Organise une prise de parole sur **[réforme]** en trois grandes parties.

Résumer un contenu

Objectif : Raccourcir et synthétiser un contenu dense.

42. Résume ce document en 5 phrases clés : "[texte]".
43. Fais une synthèse de ce document en 3 tweets maximum.
44. Rédige un résumé pour accompagner une publication LinkedIn de ce rapport : "[texte]".
45. Fais une version courte de ce contenu pour un encart web

Planning éditorial

Objectif : Organiser la diffusion de contenus dans le temps.

46. Propose un calendrier éditorial mensuel pour valoriser [événement ou programme public].
47. Tu es responsable éditorial dans une institution. Quels contenus prévoir autour de [période clé] ?
48. Organise la diffusion d'une campagne [sujet] en 4 temps forts.
49. Peux-tu proposer un planning de publication pour les réseaux sociaux d'une préfecture française sur le thème de [thématique] ?

Classer, trier, structurer des contenus

Objectif : Organiser l'information de façon claire et hiérarchisée.

50. Organise ces informations dans une arborescence de site web : "[contenu]".
51. Comment structurer un dossier de presse sur [thématique] ?

Trouver des angles de communication

Objectif : Varier les approches et messages.

53. Quels sont les 3 angles possibles pour parler de [sujet] à la presse ?
54. Propose des angles pédagogiques, émotionnels ou citoyens pour une campagne sur [thème].

55. Comment traiter **[enjeu public]** sous l'angle du service rendu au citoyen ?

56. Tu es stratège en communication d'État. Quel angle choisis-tu **pour [message sensible]** ?

4. Exemple comparatif : bon prompt vs prompt approximatif

Sujet de communication : **expliquer le rôle de la Cour des comptes aux jeunes**

Prompt A (approximatif, classique)

Explique ce que fait la Cour des comptes

Réponse de Chat Mistral AI

La Cour des comptes est une institution française indépendante qui veille à la bonne utilisation de l'argent public, contrôle la régularité des comptes publics et évalue les politiques publiques.

Prompt B (clair et bien structuré)

Tu es un conseiller pédagogique pour un ministère. **Je prépare** un post à **destination de jeunes** entre 15 et 18 ans, pour leur expliquer le rôle de la Cour des comptes.

Peux-tu me proposer un **texte court** (200 mots max), en **3 parties**, dans un **ton** accessible et dynamique, avec des **exemples concrets** ?

L'objectif est de rendre compréhensible le rôle de cette institution dans le contrôle des dépenses publiques.

Un bon prompt = 1 rôle + 1 contexte + 1 objectif + 1 public + 1 format

Réponse de Chat Mistral AI

La Cour des comptes : le super-héros des finances publiques !

1. Qui est-elle ?

Imagine un super-héros dont la mission est de protéger l'argent public. C'est la Cour des comptes ! Cette institution indépendante vérifie que chaque euro dépensé par l'État, les mairies, les hôpitaux ou les écoles l'est de manière juste et efficace. Son but ? Éviter le gaspillage et les abus. La Cour des comptes, c'est un peu comme le "contrôleur de gestion" de l'État. Par exemple, elle peut contrôler si les fonds alloués à la rénovation de ton lycée ont été dépensés correctement.

2. Le détective des gaspillages

Son rôle, c'est aussi de repérer les dépenses inutiles ou les erreurs. Si une mairie achète du matériel trop cher ou si un service public gaspille de l'argent, la Cour des comptes le signale et propose des solutions pour éviter que ça recommence.

3. Le garant de la transparence

Enfin, elle publie des rapports pour informer les citoyens (donc toi !) sur la façon dont l'argent public est géré. Grâce à elle, on sait si les politiques publiques sont efficaces et si nos impôts sont bien utilisés.

Pourquoi c'est important ?

Parce que chaque euro compte ! La Cour des comptes aide à ce que l'argent public serve vraiment l'intérêt général : meilleure éducation, meilleurs services, moins de gaspillage.

L'impact environnemental des prompts

Une consommation énergétique et hydrique significative

L'utilisation de l'IA générative, notamment des modèles de langage comme Claude, Mistral ou ChatGPT, entraîne une consommation énergétique notable. Selon une étude de l'Université du Massachusetts, l'entraînement de grands modèles d'IA peut générer plus de 500 000 kg de CO₂¹¹, soit l'équivalent de plus de 250 aller-retours entre Paris et New-York¹². A titre d'exemple, une seule requête à ChatGPT consommerait environ 2,9 Wh d'électricité, soit presque dix fois plus qu'une recherche Google classique¹³. De plus, en 2022, les centres de données liés à l'IA et aux crypto-monnaies ont consommé près de 460 TWh d'électricité, soit environ 2% de la production mondiale. Ce pourcentage pourrait doubler d'ici 2026¹⁴.

Outre l'électricité, l'IA générative nécessite également une quantité importante d'eau pour le refroidissement des centres de données. Une étude de l'Université de Californie a révélé qu'une conversation de 20 à 50 questions avec ChatGPT consomme environ un demi-litre d'eau, ce qui, multiplié par des millions d'utilisateurs quotidiens, représente une consommation d'eau significative.

La génération d'images par IA est particulièrement énergivore. Selon une étude menée par Hugging Face et l'Université Carnegie-Mellon, générer 1 000 images avec un modèle puissant équivaut à parcourir environ 7 kilomètres en voiture essence, tandis que générer 1 000 textes avec le modèle le plus « léger » équivaut à moins d'un mètre parcouru¹⁵.

¹¹ Yann Dubois in Stanford's : Machine Learning Course. Exemple de l'entraînement de LLaMA 3400B.

¹² Calcul via [Comparateur carbone | Impact CO₂](#)

¹³<https://www.tf1info.fr/environnement-ecologie/sommet-intelligence-artificielle-paris-ce-qu-il-faut-savoir-sur-son-impact-sur-la-planete-2349018.html>

¹⁴Délégation Régionale Académique au Numérique Educatif : https://drane-versailles.region-academique-idf.fr/spip.php?article1167=&utm_source=chatgpt.com

¹⁵<https://usbektrica.com/fr/article/generer-une-image-consomme-autant-d-energie-que-pour-charger-un-smartphone-et-autres-chiffres-affolants-sur-les-ia>

L'IA générative contribue également à la production de déchets électroniques. En 2023, elle a généré environ 2 600 tonnes de déchets électroniques, un chiffre qui pourrait atteindre 2,5 millions de tonnes d'ici 2030 si aucune mesure n'est prise pour limiter cette pollution¹⁶.

Recommandations spécifiques pour une utilisation responsable de l'IA générative

1. **Utiliser l'IA de manière ciblée** : réserver l'utilisation de l'IA générative aux tâches où elle apporte une réelle valeur ajoutée.
2. **Optimiser les prompts** : se questionner en amont sur son prompt et la formulation de celui-ci pour réduire le nombre de requêtes et limiter la consommation énergétique.
3. **Privilégier des modèles plus légers** : lorsque cela est possible, utiliser des modèles d'IA moins gourmands en ressources.
4. **Sensibiliser les utilisateurs** : informer sur l'impact environnemental de l'IA pour encourager des pratiques plus durables, dont l'optimisation de prompts.

¹⁶https://www.strategies.fr/actualites/culture-tech/LQ4176435C/cinq-chiffres-cles-sur-l-impact-environnemental-de-l-ia-generative.html?utm_source=chatgpt.com

Nouvelles tendances : du SEO au GEO

1. Le référencement naturel dans les moteurs de recherche - SEO

SEO (Search Engine Optimization), ou référencement naturel, désigne l'ensemble des techniques visant à optimiser les sites internet afin d'améliorer leur positionnement dans les pages de résultats des moteurs de recherche classiques comme Google, Bing, Baidu

Le référencement naturel repose généralement sur trois grands axes :

- Le contenu : Publier des textes, images et vidéos de qualité, en lien avec les attentes des internautes et les mots-clés recherchés.
- La technique : Optimiser la structure du site, la vitesse de chargement, et le balisage HTML pour faciliter l'indexation par les moteurs.
- Les liens : Développer le maillage interne (liens entre pages du site) et obtenir des liens externes (backlinks) pour renforcer l'autorité du site.

2. Qu'est-ce que le GEO ?

GEO (Generative Engine Optimization) est l'art d'optimiser ses contenus pour être reconnus, cités et exploités dans les réponses synthétiques générées par les moteurs de recherche pilotés par l'IA : Claude, Mistral ou ChatGPT (navigation web), Perplexity, Bing Copilot, Google AI Overviews.

3. Quelle différence entre SEO et GEO ?

Le passage du SEO (Search Engine Optimization) au GEO (Global Experience Optimization) correspond à une transformation profonde du rôle de la recherche en ligne. On ne parle plus seulement d'optimiser du contenu pour Google et les autres moteurs classiques, mais d'optimiser une *expérience de recherche globale*, qui inclut les réseaux sociaux, les plateformes transactionnelles, l'IA et les environnements immersifs.

Du SEO au GEO : le changement de logique

- **SEO traditionnel** : optimisé pour les moteurs (essentiellement Google), basé sur des mots-clés, le référencement de pages web et la hiérarchie des résultats textuels.
- **GEO** : optimise l'expérience globale de recherche, quels que soient le point d'entrée ou l'outil utilisé (Google, TikTok, Amazon, Mistral, YouTube, objets connectés). Le paradigme change de *ranking de pages web* vers *accompagnement intégré dans des usages multiples et fragmentés*.

L'illustration de la mutation des comportements

L'étude indépendante « *Future of Search* », réalisée par iProspect, montre comment ce basculement est en train de s'opérer.

Voici quelques chiffres clés

1. *Un monopole Google fragilisé*

- 83% des Français utilisent encore Google, mais les pratiques changent :
- 48% déclarent avoir modifié leur recherche en ligne en deux ans.
- 55% passent d'un appareil à l'autre selon l'étape de leur parcours (mobile → PC → tablette).
→ GEO doit donc prendre en compte des parcours *multi-device* et non linéaires.

2. *La poussée des jeunes générations*

- 24% des 16-24 ans utilisent moins Google, soit le double de la moyenne nationale (12%).
- 47% des 18-24 ans utilisent TikTok comme moteur de recherche.
→ GEO doit intégrer les réseaux sociaux comme points d'entrée natifs pour capter l'audience jeune.

3. *Search devient social et transactionnel*

- 91% des Français misent sur l'image comme facteur clé dans une recherche.
- Trois plateformes sociales figurent déjà dans le Top 5 des outils de recherche : YouTube, Facebook, Instagram.
- 59% des Français ont acheté sur Amazon en un an ; 23% commencent leur recherche directement là-bas.
- 44% des utilisateurs ont déjà acheté via un réseau social (Facebook, Instagram, YouTube).

→ GEO dépasse l'optimisation des mots-clés : il faut anticiper la recherche par l'image, la vidéo, la conversation, et le clic d'achat intégré.

4. Impact de l'IA et du conversationnel

- 42% des Français connaissent l'IA générative, notamment ChatGPT.
- Adoption forte : 43% des 16-24 ans et 53% des 25-34 ans.
- Motivations principales : facilité (39%), rapidité (37%), fiabilité (27%).
→ GEO doit inclure le search multimodal et conversationnel (texte, image, voix), car l'utilisateur attend des réponses instantanées, personnalisées et contextualisées.

5. Vers un search ubiquitaire et immersif

- Avec la généralisation des objets connectés et de l'IA embarquée, la recherche ne se cantonnera plus à un écran.
- Le GEO va intégrer la recherche dans la vie quotidienne (voitures connectées, assistants vocaux, réalité augmentée).

4. Stratégies pour une visibilité optimale en recherche GEO

Pour être « AI-friendly » et maximiser les chances que les contenus soient utilisés par les IA génératives, il faut :

Consolider les fondamentaux SEO

- Respecter les normes d'accessibilité numérique : navigation claire, plan de site, bon balisage, contenu compréhensible pour tous
- Assurer un contenu riche, fiable, et continuellement mis à jour

Structurer et clarifier le contenu

- Maintenir une structure technique solide : Titres H1/H2/H3 hiérarchisés
- Paragraphes courts, listes à puces, tableaux et blocs FAQ pour répondre de façon directe et lisible
- Intégrer des schémas, glossaires, guides pratiques, FAQ et données structurées (Schema.org, balisage)
- Concevoir les contenus en fonction de la personae cible et de son intention de recherche

Travailler la crédibilité

- Appuyer le contenu sur des faits, des études professionnelles, des mises à jour régulières
- Citer des sources sérieuses, apporter une vraie valeur ajoutée ou expertise

Ouvrir les contenus aux robots IA

- S'assurer que le site et ses pages-clés sont accessibles (robots.txt), que rien d'important n'est bloqué derrière du JavaScript ou des paywalls

Couvrir chaque thématique de manière exhaustive

- Penser la couverture « 360° » pour chaque sujet : contextes, modes d'emploi, questions fréquentes, conseils, chiffres, aspects juridiques, etc.
- Prévoir des contenus inédits, qu'on ne retrouvera pas sur d'autres sites.

Suivre sa présence et ses mentions

- Surveiller où et comment le contenu est cité dans les réponses IA (Google, Perplexity, Bing Chat...)

Pour résumer :

Bonnes pratiques pour une stratégie GEO responsable et efficace

1. Actualiser et auditer régulièrement le contenu (liens brisés, pertinence des FAQ, dates, données)
2. Privilégier la transparence des sources et la citation des données
3. Respecter les normes d'accessibilité numérique : navigation claire, plan de site, bon balisage, contenu compréhensible pour tous
4. Bannir le contenu redondant (duplicate) ou optimisé uniquement pour les robots : l'IA privilégie la clarté et la valeur ajoutée
5. Éviter les promesses ou titres mensongers : en GEO, seules les réponses fiables sont reprises dans les réponses IA
6. Protéger la confidentialité des données et sensibiliser les équipes à la nouvelle responsabilité éditoriale dans la circulation de l'information à travers l'IA

Glossaire

Les notions essentielles pour comprendre l'Intelligence Artificielle et son environnement

A

Agent (intelligent) : Un agent intelligent est un programme informatique capable de percevoir son environnement, d'analyser les informations et de prendre des décisions adaptées. L'agent IA ne se contente pas de répondre avec des informations générales : il orchestre différentes actions pour fournir une réponse utile et personnalisée.

Il se distingue d'un simple modèle de langage (LLM) car il orchestre plusieurs étapes :

1. Comprendre une requête utilisateur.
2. Planifier les actions nécessaires pour y répondre.
3. Exécuter ces actions en mobilisant divers outils (LLM, bases de données, APIs, RAG, etc.).
4. S'adapter et apprendre en fonction des résultats obtenus.

Pour aller plus loin :

Pourquoi un agent IA est plus qu'un LLM ?

Critère	Agent IA	LLM seul (ex. ChatGPT)
Comprend la demande	✓ Oui	✓ Oui
Planifie des actions	✓ Oui	✓ Oui
Utilise des outils externes	✓ Oui (APIs, RAG)	✗ Non
Exécute des tâches autonomes	✓ Oui	✗ Non
Génère une réponse adaptée	✓ Oui	✓ Oui

Un agent IA est comme un chef d'orchestre intelligent, capable de mobiliser différentes ressources pour aller au-delà d'une simple réponse textuelle.

Algorithme : une suite d'instructions ou d'opérations logiques permettant de résoudre un problème ou d'effectuer une tâche de manière systématique. Il peut être écrit sous forme de texte, de diagramme ou de code informatique. En IA, les algorithmes sont souvent auto-apprenants et s'améliorent avec l'expérience.

Exemple : Un algorithme de tri permet d'organiser une liste de nombres du plus petit au plus grand, ou encore un algorithme de reconnaissance faciale apprend à identifier des visages sur la base de nombreuses images.

Apprentissage automatique (Machine Learning - ML) : Branche de l'IA où les modèles apprennent à partir de données sans être explicitement programmés pour cela. Il existe plusieurs types d'apprentissage automatique : supervisé, non supervisé et par renforcement.

Exemple : Une application qui identifie des maladies sur des radios médicales après avoir analysé des milliers d'images d'entraînement.

Apprentissage supervisé : L'IA est entraînée avec des données étiquetées où chaque entrée correspond à une sortie/ réponse identifiée.

Exemple : Un filtre anti-spam qui apprend à reconnaître les e-mails indésirables grâce à des exemples classifiés comme "spam" ou "non spam".

Apprentissage non supervisé : L'IA analyse des données non étiquetées et trouve des motifs ou des regroupements de manière autonome.

Exemple : Un logiciel de marketing qui segmente automatiquement des clients selon leurs habitudes d'achat, sans connaître leur profil à l'avance.

Apprentissage par renforcement : Une IA apprend par essais et erreurs en recevant des récompenses ou des pénalités en fonction de ses actions.

Exemple : Un robot qui apprend à marcher en ajustant ses mouvements jusqu'à atteindre un équilibre optimal.

Architecture neuronale : Structure d'un réseau de neurones artificiels, inspirée du cerveau humain.

Toutefois, ce rapprochement est aussi pertinent que de dire que l'avion est inspiré de l'oiseau, même si au final, le fonctionnement d'un point de vue technique reste très différent.

Automatisation : Utilisation de l'IA pour exécuter des tâches répétitives sans intervention humaine.

B

Big Data : Volume massif de données collectées et analysées grâce à des algorithmes avancés pour en extraire des tendances et des prédictions.

Exemple : Netflix analyse des millions des métadonnées de millions d'heures de visionnage pour recommander des films et séries aux utilisateurs.

Biais algorithmique : Distorsion des résultats produits par une IA en raison de données d'entraînement biaisées ou incomplètes.

Exemple : Un algorithme de recrutement qui favorise un genre ou une origine ethnique en raison des données biaisées utilisées lors de l'entraînement.

Boîte noire : désigne un modèle, souvent basé sur le **Machine Learning** (notamment les réseaux de neurones profonds), dont les décisions ou prédictions sont difficiles à expliquer ou à interpréter.

Exemple : Une IA médicale qui recommanderait un traitement sans que l'on sache exactement comment elle est arrivée à cette conclusion.

C

Chatbot (Agent conversationnel) : Programme capable de dialoguer avec un utilisateur en simulant le comportement humain (généralement via un chat textuel ou vocal).

Classification : Technique de Machine Learning où un modèle assigne une catégorie à une donnée.

Exemple : Un logiciel qui classe automatiquement les commentaires clients en "positifs", "négatifs" ou "neutres".

Cloud computing : Stockage et traitement des données sur des serveurs distants accessibles via Internet.

Exemple : Google Drive permet aux utilisateurs de stocker et modifier leurs fichiers sans utiliser de stockage local.

Cluster (Grappe de données) : Groupe de données similaires identifiés en apprentissage non supervisé. L'objectif est de **trouver des structures cachées** dans les données sans étiquettes prédéfinies.

D

Données d'entraînement : Ensemble de données utilisées pour apprendre à un modèle IA comment se comporter.

Exemple : Un assistant vocal est entraîné avec des milliers d'heures d'enregistrements vocaux pour comprendre différentes voix et accents.

Deep learning (apprentissage profond) : Sous-catégorie du Machine Learning utilisant des réseaux de neurones artificiels multicouches pour analyser de grandes quantités de données.

Exemple : Un système de reconnaissance faciale qui identifie des personnes en analysant des millions de photos.

Deepfake : Contenu vidéo ou audio falsifié grâce à l'IA, créant une imitation réaliste d'une personne réelle.

Exemple : Une vidéo truquée où un acteur ou responsable politique semble tenir des propos qu'il n'a jamais réellement prononcés.

E

Encodage : Conversion d'informations en une représentation adaptée à l'IA (ex : transformer du texte en chiffres).

Entraînement d'un modèle : Processus d'apprentissage d'un modèle IA à partir de données.

Explicabilité : Capacité à comprendre et expliquer les décisions prises par une IA.

F

Feature engineering : Sélection et transformation des données pour optimiser l'apprentissage d'un modèle.

G

GAN (Generative Adversarial Network) : Type de réseau de neurones utilisé pour générer des images, du son ou du texte de manière réaliste.

Exemple : Un GAN peut créer des portraits réalistes de personnes qui n'existent pas.

GPT (Generative Pre-trained Transformer) : Modèle de traitement du langage naturel permettant de générer du texte fluide et pertinent.

I

IA générative : Branche de l'IA spécialisée dans la création de contenu (texte, image, vidéo, musique, etc.).

Exemple : Midjourney ou Mistral peut générer des images à partir de descriptions textuelles.

IA prédictive : Modèle utilisé pour anticiper des événements futurs en analysant des tendances passées.

Exemple : une entreprise d'assurance qui utilise l'IA pour prédire quels clients sont les plus à risque d'avoir un accident en fonction de leur historique et de leur comportement routier.

L

Langage naturel (Natural Language Processing - NLP) : Branche de l'IA Domaine de l'IA qui permet aux machines de comprendre, analyser et générer du texte de manière similaire aux humains. Il est utilisé pour la traduction, l'analyse de sentiments, les chatbots et bien plus.

Exemple : Un traducteur automatique comme DeepL qui convertit un texte d'une langue à une autre ou bien les assistants vocaux comme Alexa ou Google Assistant, qui comprennent des commandes vocales et répondent en langage naturel

Large Language Model (LLM) : Modèle de NLP entraîné sur d'énormes quantités de texte (ex : GPT-4).

M

Machine learning : Méthode d'IA qui permet aux ordinateurs d'apprendre à partir de données sans être explicitement programmés. Il se divise en apprentissage supervisé, non supervisé et par renforcement.

Exemple : Une IA qui détecte automatiquement les spams en analysant leur contenu et en apprenant des signalements d'utilisateurs ou bien une application de reconnaissance d'image qui apprend à identifier des chiens et des chats en analysant des milliers de photos annotées.

O

Optimisation de modèle : Amélioration des performances d'un modèle IA par ajustement de ses paramètres.

P

Prompt : traduction littérale de « *réplique* » en français, le terme désigne les requêtes textuelles adressées par les utilisateurs à des systèmes d'IA génératives.

R

Retrieval-Augmented Generation (RAG) : Technique selon laquelle un modèle de génération de langage (LLM) est complété par des mécanismes de recherche d'informations externes pour améliorer la précision et l'actualité des réponses. Le système récupère des données pertinentes dans une base de connaissances, une API,

ou des documents (par exemple, des bases de données ou des fichiers) qui servent de contexte.

Pour aller plus loin :

RAG vs LLM classique : Quelles différences ?

Critère	LLM classique	RAG
Connaissances	Limitée aux données d'entraînement	Complétées par des données externes
Actualité	Pas de mise à jour après l'entraînement	Accès à des informations actualisées
Spécificité	Réponses générales	Réponses précises basées sur des documents
Exemples d'usage	Chatbots généraux	Applications métiers (ex : documentation technique)

Reinforcement Learning (Apprentissage par renforcement) : Une technique d'apprentissage où une IA est entraînée par un système de récompenses et de pénalités, lui permettant d'optimiser ses décisions au fil du temps. Cette méthode est particulièrement efficace pour les tâches où il n'existe pas de solution parfaite mais où certaines actions mènent à de meilleurs résultats.

Exemple : AlphaGo, un programme développé par DeepMind, qui a appris à jouer au jeu de Go en jouant contre lui-même des millions de fois et en ajustant sa stratégie en fonction des victoires et des défaites.

Réseaux de neurones artificiels (RNA) : Les réseaux de neurones artificiels, ou RNA, sont une approche d'apprentissage automatique. Ils sont composés de "neurones" interconnectés qui transmettent des signaux entre eux, permettant ainsi au système d'apprendre à reconnaître des motifs complexes dans les données. Les RNA sont particulièrement efficaces pour des tâches comme la reconnaissance d'images, de sons ou de textes.

S

Supervised Learning (Apprentissage supervisé) : Modèle IA entraîné avec des exemples étiquetés.

Système multi-agents : Division d'une tâche en plusieurs sous-tâches dont chacune d'elles est confiée à un agent IA spécialisé. Via un orchestrateur IA, chaque agent est autonome et traite une partie spécifique du problème. Ils peuvent fonctionner indépendamment (chacun réalise sa tâche sans communiquer) ou de manière collaborative (les agents s'échangent des données et coordonnent leurs actions).

Exemple : Pour la rédaction d'un rapport d'analyse sur le marché des voitures électriques en 2025, il est possible, plutôt que de confier cette tâche à un seul agent, de la décomposer et la distribuer entre plusieurs agents :

Agent IA	Rôle	Sous-tâche traitée
Agent de recherche	Collecte d'informations	Cherche des données sur le marché (via RAG ou API)
Actualité	Analyse de tendances	Compare les données et identifie des insights
Spécificité	Rédaction et structuration	Rédige le rapport en synthétisant les données
Exemples d'usage	Présentation du rapport	Génère un PDF ou un PowerPoint formaté

T

Turing Test : Expérience imaginée par Alan Turing en 1950 pour évaluer la capacité d'une machine à imiter l'intelligence humaine. Une IA réussit ce test si une personne ne peut pas distinguer, après une conversation, si elle parle à un humain ou à une machine

Exemple : Un chatbot capable de discuter de manière fluide sans que l'interlocuteur ne devine qu'il parle à une machine.

Récapitulatif des règles d'utilisation

-Respect de la réglementation en vigueur-

Protection des données et respect de la vie privée

Règle n°1 - Utilisation des données personnelles

L'utilisation des systèmes d'IA générative par les agents doit se faire dans le respect des principes de la protection des données personnelles (transparence, minimisation, limitation de la durée de conservation, sécurité...) et les droits des personnes concernées (accès, opposition, effacement, ...)

Règle n°2 - Données sensibles et confidentielles

Toutes les informations sensibles confidentielles et données personnelles manipulées par un agent doivent être exclues des requêtes IA pour assurer la conformité des usages.

Règle n°3 – Limiter les connexions de l'IA avec des ressources internes sensibles.

Les droits d'accès à l'information attribués aux modèles d'IA intégrés ou connectés à des applications, logiciels ou outils informatiques doivent être paramétrés de façon à se limiter au strict besoin opérationnel. L'automatisation de certaines actions considérées comme dangereuses doit être proscrite. Les résultats générés par l'IA doivent être systématiquement validés par un humain avant intégration dans des applications, logiciels ou outils informatiques internes.

Propriété intellectuelle et droits d'auteur

Règle n°4 - Respect des droits d'auteur

Tout contenu généré ou amélioré par l'IA doit systématiquement faire l'objet d'une vérification humaine pour s'assurer de sa légalité et qu'il ne contrevient pas à un droit protégé (droit d'auteur, droits d'utilisation, d'exploitation, de diffusion, droits voisins, etc.).

-Transparence et confiance-

Transparence de l'usage

Règle n°5 - Indication claire de l'usage de l'IA

Les contenus générés ou améliorés par l'IA doivent inclure une mention explicite indiquant son usage.

En fonction du cas le plus adapté, l'une des mentions suivantes devra être apposée :

« Contenu (généré / amélioré) avec l'aide de l'intelligence artificielle et vérifié par un humain. »

« Contenu visuel (généré / amélioré) avec l'aide d'une intelligence artificielle et vérifié par un humain. »

« Contenu textuel (généré / amélioré) avec l'aide d'une intelligence artificielle et vérifié par un humain. »

Fiabilité des informations et vérification humaine

Règle n°6 - Vérification de la source des données

Avant toute utilisation, il faut s'assurer que les données proposées dans le résultat d'une requête sont fiables, en analysant leur provenance et leur qualité.

Règle n°7 - Contrôle humain des résultats

Les résultats générés par l'IA doivent être systématiquement validés par un humain pour éviter la diffusion d'informations erronées ou trompeuses et assurer que la décision finale d'utiliser le contenu généré ou amélioré par l'IA soit toujours celle d'un humain.

-Utilisation responsable-

Responsabilité sociale

Règle n°8 – Être conscient des biais algorithmiques de l'IA

Les requêtes soumises à une IA générative doivent être formulées de manière à être les plus neutres et objectives possibles afin de limiter la reproduction ou l'amplification de biais algorithmiques. Une attention particulière doit être portée aux contenus générés pour limiter cet effet.

Règle n°9 - Contrôle de la non-discrimination

Les contenus créés doivent être contrôlés pour s'assurer qu'ils ne sont pas discriminatoires.

Règle n°10 - Accessibilité des contenus

À l'instar de l'ensemble des supports de communication, les contenus générés par l'IA doivent respecter les règles d'accessibilité de la communication de l'État. La vérification humaine du respect de la charte d'accessibilité est obligatoire.

Responsabilité environnementale

Règle n°11 – Impact énergétique de l’IA

Le recours à l’IA est énergivore. L’utilisation de ces systèmes doit être optimisée et raisonnée notamment par l’usage de requêtes réfléchies et précises pour les rendre les plus efficaces possibles et en limiter le nombre.

Cf. troisième partie

Responsabilité liée à la souveraineté numérique

Règle n° 12 – Priorité aux solutions IA françaises ou européennes

Lorsqu’un outil d’intelligence artificielle français ou européen propose des performances et des garanties techniques équivalentes à celles d’une solution étrangère, il doit être retenu en priorité par les services de communication de l’État.

**

Evolution de la charte

La présente charte a pour objectif de fixer des recommandations d'usage autour de l'IA générative. Cet outil et les technologies qu'il met en œuvre évoluent très rapidement dans un temps qui ne peut être corrélé à l'adaptation de la présente charte.

Néanmoins, en cas d'évolution majeure dans le domaine cette charte pourrait être révisée.

Au-delà des principes exposés ci-dessus, nous, communicants de l'État, nous engageons à nous maintenir informer des évolutions technologiques en matière d'IA et à recourir à cet outil de façon innovante tout en réinterrogeant constamment nos pratiques pour en assurer un usage respectueux de tous.

**

Avec la participation de :



**Service d'Information
du Gouvernement**
20 avenue de Ségur TSA 80724
75334 Paris Cedex 1