

LIVRE BLANC · CRÉATION ET DESIGN

Images, vidéos et voix générées par l'IA : **le guide** du studio.

Pour les studios graphiques, vidéo, photo et motion, les designers produit et les créateurs. Prompts d'image, cohérence d'une série, retouche, rendus à partir d'un croquis, storyboards, plans animés, voix off de maquette, contrôle avant livraison : dix cas avec Higgsfield, Midjourney, Magnific et Photoshop, et les droits vérifiés à chaque étape.



SOMMAIRE

Dix cas d'usage, de l'intention au visuel livré et documenté.

Chaque cas tient sur une page : pour qui, avec quel outil, quelles données fournir, le prompt à copier, ce que vous obtenez et le point de vigilance. Commencez par les cinq règles de la page suivante.

–	Avant de commencer : cinq règles pour vos données	p. 3
01	Passer d'une intention à un prompt d'image précis	p. 4
02	Garder la cohérence d'un personnage ou d'un produit sur une série	p. 5
03	Retoucher, étendre et éclairer une photo produit	p. 6
04	Passer d'un croquis à des rendus	p. 7
05	Découper un script en storyboard	p. 8
06	Animer une image en plan vidéo	p. 9
07	Produire une voix off de maquette	p. 10
08	Décliner un visuel dans tous les formats	p. 11
09	Contrôler une image avant livraison	p. 12
10	Documenter la fabrication d'une image pour le client	p. 13
–	Aller plus loin avec Wavia	p. 14

Cinq règles pour générer des images, des vidéos et des voix sans risque pour le studio ni pour le client.

1

Des outils professionnels sous licence commerciale

Choisissez les offres qui autorisent l'usage commercial des images, vidéos et voix produites, avec des comptes administrés. Lisez les conditions de chaque outil : elles changent, et ce sont elles qui disent ce que votre client peut faire de la livraison.

2

Pas de personne réelle, de marque ou d'œuvre sans droits

Pas de visage reconnaissable, de logo, de personnage existant ni d'image « à la manière de » un artiste vivant, sauf autorisation écrite. Vos images de départ sont les vôtres ou celles du client, avec ses droits.

3

Une voix ne se clone qu'avec un accord écrit

Une voix est une donnée personnelle et un attribut de la personnalité. Voix de synthèse pour les maquettes, comédien ou accord écrit et signé pour le reste, et le client toujours informé.

4

Tracer, mentionner, céder clairement

Gardez les prompts, réglages et étapes de chaque visuel livré, mentionnez l'usage de l'IA au client et écrivez-le dans la cession de droits. Les contenus réalistes qui pourraient tromper sur une personne ou un fait réel doivent être signalés comme générés.

5

Former le studio, par métier

L'article 4 de l'AI Act demande aux entreprises de s'assurer que leurs équipes maîtrisent les outils d'IA qu'elles utilisent. Une formation par métier (graphisme, photo, vidéo, motion), sur vos propres projets, est la façon la plus sûre d'y répondre.

01

Passer d'une intention à un prompt d'image précis

POUR QUI

Directeurs artistiques,
graphistes

OUTIL CONSEILLÉ

Claude pour rédiger,
Midjourney ou
Higgsfield pour générer

DONNÉES À FOURNIR

La note d'intention
validée, deux ou trois
références visuelles
décrites avec vos mots

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Tu es directeur artistique. Voici l'intention validée pour [projet] : « [intention] ».

1. Traduis-la en un prompt d'image en anglais : sujet, action, cadrage, focale, lumière, matières, palette, ambiance, format [ratio].
2. Classe les éléments du prompt du plus important au moins important et explique pourquoi.
3. Écris trois variantes qui changent seulement le cadrage, puis trois qui changent seulement la lumière.
4. Liste les mots à éviter parce qu'ils renvoient à un artiste vivant, une marque ou une œuvre connue.

Ce que vous obtenez

Un prompt construit comme une commande de prise de vue, et des variantes maîtrisées.

Point de vigilance

Gardez le prompt et les réglages de chaque image retenue : ils servent à la refaire, à la décliner et à prouver votre part créative.

02

Garder la cohérence d'un personnage ou d'un produit sur une série

POUR QUI

Studios graphiques,
studios vidéo

OUTIL CONSEILLÉ

Higgsfield (références,
personnages),
Midjourney (références
de style et de
personnage)

DONNÉES À FOURNIR

Vos propres images de
référence : photos du
produit, personnage
créé par le studio

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Je produis une série de [nombre] visuels pour [campagne] avec le même [personnage, produit]. Voici sa description et mes images de référence (jointes).

1. Rédige la fiche de référence : traits fixes (forme, couleurs, matières, proportions), éléments variables (pose, décor, lumière).
2. Écris le prompt de base commun à toute la série, puis un prompt par visuel qui ne change que les éléments variables.
3. Liste les contrôles à faire sur chaque image pour repérer une dérive (couleur, logo, proportions, détails).

Ce que vous obtenez

Une série cohérente, pilotée par une fiche de référence, au lieu d'images qui dérivent une à une.

Point de vigilance

Un personnage inspiré d'une personne réelle, d'une mascotte ou d'un héros existant pose un problème de droits : on part d'une création du studio.

03

Retoucher, étendre et éclairer une photo produit

POUR QUI

Photographes,
graphistes, e-
commerce

OUTIL CONSEILLÉ

Photoshop (remplissage
génératif), Higgsfield,
Magnific
(agrandissement,
détails)

DONNÉES À FOURNIR

Vos photos produit
originales, en haute
définition

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici la photo du produit [produit] (jointe) et l'usage prévu : [fiche produit, bannière, affiche, format].

1. Liste les retouches nécessaires : détourage, poussières, reflets, couleur fidèle, ombre portée.
2. Propose le décor ou l'extension de fond adaptée au format [ratio], en une description précise.
3. Indique l'outil et la fonction à utiliser pour chaque étape, dans l'ordre.
4. Rédige la liste de contrôle avant livraison : couleur conforme au produit réel, aucun détail ajouté qui trompe le client.

Ce que vous obtenez

Un plan de retouche ordonné et
une image fidèle au produit, prête
pour chaque format.

Point de vigilance

Une photo produit ne doit jamais
montrer ce que le produit n'a pas
: forme, couleur, accessoire,
 finition.

04

Passer d'un croquis à des rendus

POUR QUI

Designers produit,
architectes d'intérieur

OUTIL CONSEILLÉ

Vizcom, Higgsfield ou
Magnific à partir de
votre croquis

DONNÉES À FOURNIR

Votre croquis ou votre
maquette, les matières
et les couleurs
envisagées

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici mon croquis de [objet, mobilier, espace] (joint). Je veux des rendus pour une première présentation au client.

1. Décrit le croquis en mots précis : volumes, proportions, points de vue, éléments à respecter absolument.
2. Propose quatre combinaisons de matières et de couleurs cohérentes avec [univers de la marque, du lieu].
3. Rédige pour chacune la consigne de rendu : lumière, fond, point de vue, niveau de réalisme.
4. Liste ce qu'il faudra corriger à la main ou en 3D avant toute validation technique.

Ce que vous obtenez

Plusieurs rendus d'intention à partir d'un même croquis, pour choisir une direction avec le client.

Point de vigilance

Un rendu génératif n'est pas une étude technique : cotes, assemblages et faisabilité se vérifient en CAO ou avec l'atelier.

05

Découper un script en storyboard

POUR QUI

Réalisateurs, motion designers, studios vidéo

OUTIL CONSEILLÉ

Claude, puis Higgsfield ou votre outil de storyboard

DONNÉES À FOURNIR

Le script validé, la durée, le format de diffusion

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici le script validé (joint) d'une vidéo de [durée] au format [16:9, 9:16].

1. Découpe-le en plans numérotés : durée, valeur de plan, mouvement de caméra, action, texte à l'écran, son.
2. Pour chaque plan, écris une description d'image courte qui servira de prompt de vignette, dans un style de storyboard cohérent.
3. Indique pour chaque plan s'il sera tourné, généré, animé ou composé en motion.
4. Calcule la durée totale et signale les plans trop longs pour le canal.

Ce que vous obtenez

Un storyboard complet, plan par plan, et la répartition entre tournage, génération et motion.

Point de vigilance

Faites valider le storyboard par le client avant de générer les plans définitifs : c'est là que se jouent les allers-retours.

06

Animer une image en plan vidéo

POUR QUI

Motion designers,
studios vidéo

OUTIL CONSEILLÉ

Higgsfield (de l'image à
la vidéo)

DONNÉES À FOURNIR

Une image dont le
studio a les droits, la
durée et le mouvement
voulus

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Je veux animer cette image (jointe) en un plan de [durée] secondes pour [usage].

1. Décrit le mouvement de caméra le plus juste pour l'intention (travelling, panoramique, zoom lent, plan fixe animé) et justifie-le.
2. Décrit ce qui bouge dans l'image et ce qui doit rester parfaitement fixe (logo, produit, texte).
3. Rédige le prompt de mouvement en anglais, en une phrase précise, puis deux variantes plus sobres.
4. Liste les défauts à repérer avant de garder le plan.

Ce que vous obtenez

Des plans animés maîtrisés pour
une maquette, un teaser ou un
contenu de réseau social.

Point de vigilance

Logos, textes et produits se
déforment souvent : on les remet
en post-production plutôt que de
les laisser générer.

07

Produire une voix off de maquette

POUR QUI

Studios vidéo, agences, créateurs

OUTIL CONSEILLÉ

Claude pour le texte, un outil de voix de synthèse sous licence commerciale

DONNÉES À FOURNIR

Le script, la durée de chaque plan, le ton recherché

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici le texte de la voix off (joint) et la durée de chaque plan.

1. Recale le texte pour qu'il tienne dans les durées, à un débit naturel, sans perdre le message.
2. Ajoute les indications de jeu : pauses, mots à appuyer, intention de chaque phrase.
3. Décrit la voix recherchée (âge, timbre, rythme, ton) sans jamais la rapprocher d'une personne réelle identifiable.
4. Rédige la mention à indiquer au client : voix de synthèse pour la maquette, voix définitive à valider.

Ce que vous obtenez

Une voix off de maquette calée sur le montage, pour faire valider le rythme avant l'enregistrement.

Point de vigilance

On ne clone jamais la voix d'une personne sans son accord écrit, et une voix de synthèse ne remplace pas un comédien sans que le client le sache.

08

Décliner un visuel dans tous les formats

POUR QUI

Graphistes, studios, marques

OUTIL CONSEILLÉ

Claude, puis Canva, Figma ou Photoshop (extension générative)

DONNÉES À FOURNIR

Le visuel validé en haute définition, la liste des formats, la charte

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Le visuel clé de [campagne] est validé (joint). Je dois le décliner en [liste des formats avec dimensions].

1. Pour chaque format, indique le recadrage, l'extension de fond nécessaire et la place du texte et du logo.
2. Adapte les textes à chaque format : titre, accroche, mention légale, appel à l'action, sans dépasser [nombre] caractères.
3. Signale les formats où le visuel ne fonctionne pas et propose une alternative.
4. Prépare la nomenclature des fichiers : projet_format_version_date.

Ce que vous obtenez

Un plan de déclinaison complet et des noms de fichiers propres, avant d'ouvrir l'outil.

Point de vigilance

Toute extension générée se contrôle à taille réelle : un détail incohérent sur une affiche se voit tout de suite.

09

Contrôler une image avant livraison

POUR QUI

Direction artistique,
production

OUTIL CONSEILLÉ

Claude (lecture d'image)

DONNÉES À FOURNIR

L'image finale, la fiche
de projet, les conditions
de l'outil utilisé

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Voici l'image finale (jointe) et la fiche du projet [projet].

1. Passe-la au crible : mains, visages, textes, reflets, ombres, perspective, objets incohérents, logos ou signatures parasites.
2. Repère tout élément qui ressemble à une marque, une œuvre connue ou une personne réelle.
3. Vérifie la conformité à la charte : couleurs, typographies, zone de sécurité.
4. Rends une liste de corrections classées en bloquantes et souhaitables.

Ne conclus pas sur les droits : signale seulement ce qui mérite une vérification.

Ce que vous obtenez

Un second regard systématique, qui attrape les défauts qu'on ne voit plus après des heures sur une image.

Point de vigilance

Le contrôle de l'IA complète celui du directeur artistique, il ne le remplace pas ; la responsabilité de la livraison reste au studio.

10

Documenter la fabrication d'une image pour le client

POUR QUI

Direction de studio,
chefs de projet

OUTIL CONSEILLÉ

Claude, puis votre
gestion de projet
(Notion, Google Drive)

DONNÉES À FOURNIR

Les prompts, réglages,
images de départ et
retouches de chaque
visuel livré

LE PROMPT, À COPIER ET ADAPTER

Prépare la fiche de traçabilité du visuel [nom] livré à [client].

1. Rassemble : outils utilisés et offre souscrite, images de départ et leur origine, prompts, étapes de retouche, part du travail faite à la main.
2. Rédige en cinq lignes la mention à transmettre au client sur l'usage de l'IA dans ce visuel.
3. Liste les usages couverts par les conditions de l'outil et ceux à faire vérifier.
4. Range le tout dans un tableau à archiver avec le projet.

Ce que vous obtenez

Une fiche par visuel qui répond
aux questions du client et protège
le studio en cas de litige.

Point de vigilance

La mention et la cession de droits
se relisent avec votre conseil
juridique ou votre organisation
professionnelle sur les projets
sensibles.

ALLER PLUS LOIN

De ces dix prompts à un studio qui produit plus vite, avec des droits clairs.

Wavia est une agence IA fondée à Nantes en 2023, certifiée Qualiopi. Nous formons les équipes à l'IA générative sur leurs vrais dossiers, nous relient l'IA à leurs outils et nous développons les agents qui manquent.

Former les équipes de production

Graphistes, photographes, vidéastes, motion designers : par groupe de dix au plus, sur vos propres projets, avec Higgsfield, Midjourney, Magnific ou Photoshop. Finançable par l'AFDAS ou votre OPCO.

Choisir les bons outils et les bonnes licences

Offres professionnelles sous licence commerciale, comptes administrés, réglages de confidentialité, et la charte d'usage de l'IA du studio.

Organiser la chaîne de production

Fiches de référence, nomenclature des fichiers, contrôle avant livraison et traçabilité des visuels, rangés dans Notion ou Google Drive.

Un agent IA sur mesure

Déclinaison des formats, contrôle des visuels, fiches de traçabilité : l'agent prépare, le directeur artistique valide.

Réserver un échange de 15 minutes

Ou par téléphone : 06 44 22 69 86

4,9/5 sur plus de 280 avis Google · plus de 3 000 collaborateurs formés · wav-ia.fr/ia-creation-design