

GRAPHISTES ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : CONCURRENCE OU COLLABORATION ?

GRAPHIC DESIGNERS AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE : COMPETITION OR COLLABORATION ?

HEHUMANN Bindey Armand Junior

Doctorant en Sciences de l'Information et de la Communication
Université Peleforo Gon Coulibaly (Korhogo, Côte d'Ivoire)
Laboratoire Technosciences, Intelligence Artificielle et Transition Énergétique

KOFFI Hamanys Broux De Ismaël

Enseignant chercheur, Maître de Conférences
Université Peleforo Gon Coulibaly (Korhogo, Côte d'Ivoire)
Laboratoire Technosciences, Intelligence Artificielle et Transition Énergétique

Date de soumission : 23/08/2026

Date d'acceptation : 30/09/2026

Pour citer cet article :

HEHUMANN. B.A.J. & KOFFI. H.B.D.I. (2026) « GRAPHISTES ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : CONCURRENCE OU COLLABORATION ? », Revue Française d'Économie et de Gestion « Volume 7 : Numéro 10 » pp : 120- 135.

Author(s) agree that this article remain permanently open access under the terms of the Creative Commons

Attribution License 4.0 International License



Résumé

Cet article analyse la relation entre les graphistes professionnels et l'intelligence artificielle (IA) à travers le prisme de la théorie de l'interaction Homme-Machine (IHM). En mobilisant une démarche qualitative combinant revue de la littérature académique et analyse documentaire d'outils d'IA, il montre que la collaboration entre l'humain et la machine tend à se révéler plus fertile que leur opposition. L'IA automatise efficacement un large spectre de micro-tâches répétitives, retouche d'images, détourage, génération de variantes graphiques, accroissant la productivité et réduisant les délais de production. Loin de supplanter le créateur, l'IA agit comme un amplificateur de compétences humaines : elle libère le graphiste des opérations chronophages afin qu'il se recentre sur les dimensions créatives, émotionnelles et stratégiques de son activité. Les enjeux éthiques et juridiques liés à la propriété intellectuelle et à la responsabilité algorithmique sont également examinés, avant de conclure en faveur d'un modèle de coopération augmentée.

Mots clés : Graphisme ; Intelligence artificielle ; Interaction Homme-Machine ; Collaboration ; Créativité augmentée.

Abstract

This article analyses the relationship between professional graphic designers and artificial intelligence (AI) through the lens of Human-Computer Interaction (HCI) theory. Drawing on a qualitative approach combining academic literature review and documentary analysis of AI tools, it suggests that collaboration between humans and machines tends to prove more productive than opposition. AI efficiently automates a broad range of repetitive micro-tasks, image retouching, background removal, generation of graphic variants, thereby increasing productivity and reducing production lead times. Far from displacing the creator, AI acts as an amplifier of human capabilities, freeing the designer from time-consuming operations so that they may refocus on the creative, emotional, and strategic dimensions of their practice. The ethical and legal challenges associated with intellectual property and algorithmic accountability are also examined, before concluding in favour of an augmented cooperation model.

Keywords : Graphic design ; Artificial intelligence ; Human-Computer Interaction ; Collaboration ; Augmented creativity.

Introduction

L'intelligence artificielle (IA) s'impose aujourd'hui comme l'un des moteurs les plus déterminants de la transformation des pratiques créatives, en particulier dans le domaine du graphisme. Cette montée en puissance s'inscrit dans un contexte technologique où les outils d'IA sont désormais intégrés aux principaux logiciels de conception visuelle, remodelant en profondeur les flux de production et les périmètres de compétence des professionnels. A. ElHadji (2024, p. 3) résume cette mutation en ces termes : notre époque est caractérisée par des innovations technologiques qui « redéfinissent les expériences immersives et la fluidité des interactions numériques, plaçant l'écran et l'interface au cœur de la création de valeur ». Cette observation situe l'IA non comme un phénomène marginal, mais comme la nouvelle infrastructure cognitive de la création contemporaine.

L'intégration de ces technologies dans les workflows graphiques soulève néanmoins une interrogation centrale : l'IA constitue-t-elle une menace de substitution pour le graphiste, ou représente-t-elle une opportunité d'augmentation de ses capacités ? Tandis que certains auteurs signalent un risque de déqualification et d'uniformisation des productions visuelles (A. Elgammal, 2017), d'autres soutiennent que l'IA reconfigure le rôle du créateur vers des tâches à plus forte valeur ajoutée, conceptualisation, jugement esthétique, narration visuelle, plutôt qu'elle ne l'élimine (E. Brynjolfsson & McAfee, 2014 ; J. McCormack et al., 2019). L'état actuel de la recherche penche en faveur d'un modèle de complémentarité où l'efficacité algorithmique et la sensibilité humaine se renforcent mutuellement (L. Manovich, 2020 ; D. Jovanovic & M. Stanojevic, 2023).

La question centrale de cette recherche peut donc être formulée ainsi : dans quelle mesure la collaboration entre graphistes et intelligence artificielle constitue-t-elle un levier d'augmentation de la créativité humaine et quels sont les conditions et les risques de cette hybridation ? Dans un contexte professionnel où la demande de contenus visuels ne cesse de croître et où les délais de production se resserrent, comprendre l'impact réel de l'IA est devenu une nécessité pour adapter les pratiques du design graphique (Adobe, 2023).

L'hypothèse principale de cette étude est que l'intégration de l'IA transforme la répartition des tâches entre graphistes et outils automatisés, avec des effets variables selon la nature des activités créatives. En automatisant certaines opérations fastidieuses, l'IA pourrait ainsi dégager du temps pour l'intuition, le sens esthétique et la capacité à conférer du sens aux productions visuelles, sans que cela exclue a priori que d'autres segments du métier soient substitués, déqualifiés ou profondément transformés (J. McCormack et al., 2019 ; P. Ciuccarelli et al.,

2022). L'objectif de cet article est d'examiner dans quelle mesure technologie et créativité humaine convergent ou entrent en tension, en proposant un cadre conceptuel et pratique fondé sur la théorie de l'interaction Homme-Machine (IHM).

1. Méthodologie

Cette recherche adopte une démarche qualitative visant à explorer en profondeur l'impact de l'IA sur les pratiques graphiques, en articulant plusieurs niveaux d'analyse complémentaires (P. Ciuccarelli et al., 2022).

Dans un premier temps, une revue ciblée de la littérature académique a été conduite, mobilisant des travaux issus des sciences de l'information, des sciences de la communication, de l'informatique et des études en design. Cette revue privilégie les publications traitant explicitement des usages de l'IA dans les pratiques créatives et graphiques ainsi que des fondements théoriques de l'interaction Homme-Machine ; elle ne repose toutefois pas sur un protocole de sélection systématique formalisé (bases de données interrogées de façon exhaustive, critères d'inclusion et d'exclusion documentés, décompte des références écartées) et doit donc être comprise comme une synthèse ciblée du champ plutôt que comme une revue systématique au sens méthodologique strict. Ce corpus réunit des contributions théoriques fondatrices (I.E. Sutherland, 1963 ; D.C. Engelbart, 1962), des recherches empiriques sur les usages créatifs de l'IA (J. McCormack et al., 2019 ; A. Elgammal, 2017 ; D. Jovanovic & M. Stanojevic, 2023) ainsi que des analyses économiques et sociologiques de la transformation numérique du travail créatif (E. Brynjolfsson & McAfee, 2014 ; L. Manovich, 2020). Cette étape a permis de délimiter le cadre théorique de la recherche et d'identifier les axes d'analyse les plus pertinents.

Dans un second temps, une analyse documentaire et fonctionnelle de plusieurs outils d'IA représentatifs du secteur graphique a été réalisée, à partir de la documentation officielle des éditeurs et des travaux académiques qui les évaluent : Adobe Sensei, intégré à la suite Adobe et dédié à l'automatisation de tâches telles que le détourage, la retouche et la classification d'images (Adobe, 2023) ; AutoDraw de Google, qui convertit des esquisses en illustrations grâce à l'apprentissage automatique ; Nvidia Canvas, qui transforme des coups de pinceau en images photoréalistes par réseaux antagonistes génératifs (GAN) ; DALL. E et Midjourney, générateurs d'images à partir de descriptions textuelles ; et Khroma, spécialisé dans la création de palettes chromatiques personnalisées. Ces outils ont été examinés au moyen d'une grille de lecture qualitative structurée autour de quatre dimensions constantes, les fonctionnalités proposées, les usages typiques rapportés dans la documentation technique et la littérature, les

apports mesurables tels que documentés par les éditeurs ou par des études tierces et les limites signalées par les utilisateurs et les chercheurs, afin de comprendre comment ils assistent concrètement les graphistes tout en influençant leur démarche créative globale. Il convient de préciser que cette analyse a une portée documentaire : elle ne constitue pas un test de performance standardisé mené par les auteurs sur des tâches, des versions logicielles et des conditions d'exécution identiques, mais une synthèse critique des informations disponibles sur chaque outil.

L'analyse des données recueillies s'appuie sur la théorie de l'interaction Homme-Machine (IHM) comme cadre conceptuel directeur. Cette théorie, dont les fondements remontent aux travaux pionniers d'Ivan Sutherland et de Douglas Engelbart dans les années 1960, postule que la relation entre l'humain et la machine est une relation de coopération visant l'augmentation des capacités cognitives et opérationnelles. I.E. Sutherland (1963) est l'auteur de SketchPad, premier système à interface graphique interactive permettant de manipuler directement des objets à l'écran, inaugurant la notion d'interaction en temps réel entre l'humain et l'ordinateur. D.C. Engelbart (1962), de son côté, a formalisé le concept d'« augmentation de l'intellect humain », concevant la machine non comme un substitut mais comme un amplificateur des facultés humaines. C'est sur ce fondement épistémologique que repose l'analyse développée dans cet article. Concrètement, cette grille se décline de la manière suivante : le concept théorique d'augmentation des capacités humaines est décliné en trois dimensions observées, l'automatisation des tâches d'exécution, l'assistance à l'exploration créative et le partage des rôles entre humain et machine, chacune renseignée par des indicateurs qualitatifs issus de la littérature et de l'analyse documentaire des outils, gains de temps rapportés, nature des tâches déléguées, fonctions demeurant réservées au graphiste, pour aboutir aux résultats présentés dans les lignes qui suivent. Cette opérationnalisation ne prétend cependant pas épuiser la complexité de la transformation en cours : d'autres cadres, centrés sur la substitution technologique, l'évolution et la déqualification des compétences ou la dépendance aux plateformes propriétaires, offriraient des grilles de lecture complémentaires, davantage sensibles aux risques que la seule perspective de l'augmentation tend à minorer.

Une limite méthodologique importante doit enfin être signalée avec clarté : cette recherche ne comporte ni enquête auprès de graphistes professionnels, ni entretiens, ni observation de terrain. Les résultats présentés dans les sections suivantes sont donc principalement déduits de la littérature académique et de l'analyse documentaire des outils et non de données empiriques originales recueillies directement auprès des praticiens. Cette limite invite à la prudence dans

la généralisation des conclusions aux pratiques réelles des professionnels du graphisme et appelle des recherches complémentaires de nature qualitative, entretiens, observations, études de cas, pour vérifier empiriquement les hypothèses formulées ici.

2. Résultats

Avant d'exposer ces résultats, une précision méthodologique s'impose : conformément à la démarche décrite précédemment, les données présentées ci-après relèvent pour l'essentiel de trois registres qu'il convient de distinguer, les constats rapportés par la littérature académique et par la documentation des éditeurs, que les auteurs citent explicitement ; l'analyse fonctionnelle des outils menée par les auteurs eux-mêmes, de nature qualitative et documentaire ; et l'interprétation que les auteurs proposent de ces éléments. Aucune mesure chiffrée originale n'a été produite pour cette étude.

2.1. L'automatisation des micro-tâches graphiques par l'IA

L'un des apports les plus immédiatement mesurables de l'IA dans le domaine du graphisme réside dans sa capacité à automatiser un large éventail de micro-tâches répétitives et chronophages, libérant ainsi le graphiste pour des activités à plus forte valeur ajoutée intellectuelle et artistique.

La retouche d'image constitue l'un des domaines les plus transformés par l'IA. Les algorithmes d'apprentissage profond (deep learning) permettent désormais d'effectuer en quelques secondes des opérations, correction chromatique, suppression d'éléments indésirables, nettoyage d'imperfections, qui réclamaient auparavant de longues heures de travail manuel. Comme le montrent J. McCormack et al. (2019), cette automatisation ne se limite pas à une simple accélération : elle introduit une précision et une constance dans le traitement des images que les processus manuels peinent à garantir sur de grands volumes de données visuelles.

Le détourage automatique constitue une autre avancée significative. Les modèles d'IA contemporains identifient les contours d'un sujet et le séparent de son arrière-plan avec une précision remarquable, y compris dans des cas complexes tels que les cheveux, les fourrures ou les objets translucides. Cette fonctionnalité, intégrée à des outils comme Adobe Sensei (Adobe, 2023), est devenue indispensable dans la production de visuels publicitaires et commerciaux où la manipulation simultanée de nombreux éléments graphiques est la norme.

La génération automatique de variantes graphiques représente une troisième dimension décisive. Des systèmes tels que DALL. E ou Midjourney permettent de produire instantanément de nombreuses déclinaisons d'un même concept à partir d'un brief textuel, ouvrant un espace d'expérimentation que les contraintes de temps rendaient autrefois inaccessible (A. Elgammal,

2017). Les outils de génération de logos et de compositions, Looka, Tailor Brands, exploitent des modèles prédictifs pour proposer en quelques minutes plusieurs options visuelles cohérentes, accélérant considérablement la phase de prototypage.

Par ailleurs, des systèmes fondés sur les réseaux antagonistes génératifs (GAN), tels que DeepArt, permettent de transposer automatiquement le style de mouvements picturaux célèbres sur des photographies ou des esquisses (A. Elgammal, 2017), enrichissant le répertoire d'inspiration disponible pour le graphiste. Enfin, l'IA intervient dans les opérations logistiques de la production graphique, redimensionnement automatique pour différents formats et supports, organisation des actifs visuels, mise en page intelligente, optimisant la fluidité des flux de travail (Adobe, 2023). Dans tous ces cas, il importe de souligner que l'IA agit en tant qu'assistant technique : le regard critique et la décision finale demeurent l'apanage du graphiste.

2.2. Gains de productivité et réduction des délais de production

L'intégration de l'IA dans les processus de création graphique a engendré des gains de productivité substantiels, documentés par plusieurs études industrielles récentes. Selon Adobe (2023), les outils intégrant des fonctions d'IA, notamment Adobe Sensei et Adobe Firefly, permettent d'automatiser la gestion de vastes bibliothèques d'images et d'appliquer des corrections ou transformations globales à des centaines d'actifs simultanément, là où des heures de travail manuel étaient précédemment nécessaires.

Les générateurs d'images comme DALL E ou Midjourney ont radicalement transformé la phase de conceptualisation. En produisant instantanément plusieurs propositions visuelles à partir d'un brief textuel, ils réduiraient, selon les estimations rapportées par la littérature et non mesurées par les auteurs de cet article, le temps consacré à l'idéation préliminaire d'environ 30 à 40 % (J. McCormack et al., 2019 ; D. Jovanovic & M. Stanojevic, 2023). Cette accélération ne concerne pas seulement la vitesse d'exécution, mais également la réactivité face aux demandes de modification : les outils d'IA facilitent l'intégration des retours clients et permettent des itérations rapides tout en maintenant la cohérence visuelle globale du projet.

L. Manovich (2020) souligne cependant que cette progression en productivité ne peut être dissociée d'une question de qualité et d'originalité. L'automatisation, si elle n'est pas supervisée par un regard humain exigeant, risque de produire des livrables techniquement corrects mais artistiquement pauvres. E. Brynjolfsson et McAfee (2014) rappellent à ce titre que les outils d'IA les plus efficaces sont ceux qui augmentent les capacités humaines plutôt que ceux qui cherchent à s'y substituer : c'est le graphiste qui, en sélectionnant, combinant et affinant les productions algorithmiques, confère leur pertinence et leur valeur aux créations finales.

2.3. Bénéfices collaboratifs, entre suggestions créatives et gestion des rétroactions

La collaboration entre graphistes et IA génère une série de bénéfices qui dépassent la seule dimension de la productivité pour toucher au cœur même du processus créatif. L'IA générative se révèle en particulier un instrument puissant de brainstorming et d'exploration esthétique. En proposant rapidement de nombreuses pistes visuelles, harmonies chromatiques, compositions, variations typographiques à partir de contraintes partiellement définies, elle enrichit le réservoir d'idées du graphiste et stimule des directions qu'il n'aurait pas nécessairement envisagées spontanément (A. Elgammal, 2017 ; J. McCormack et al., 2019). Ce rôle de stimulateur créatif est d'autant plus précieux dans les phases initiales du projet, souvent marquées par l'incertitude et la recherche de direction.

La gestion des rétroactions clients constitue un second bénéfice notable. Les systèmes dotés d'IA peuvent automatiser certains ajustements récurrents, modifications de palette, recadrages, harmonisation de styles, tout en préservant la cohérence visuelle d'ensemble, réduisant ainsi les délais de validation et le temps consacré aux cycles de révision (Adobe, 2023 ; D. Jovanovic & M. Stanojevic, 2023). Cette fluidité dans la gestion des itérations améliore la réactivité des équipes de création et la qualité de la relation client.

L'IA ouvre également la voie à une personnalisation dynamique des productions graphiques. En générant des déclinaisons adaptées à différents publics, formats ou canaux de diffusion, elle permet de répondre aux exigences des stratégies de communication multicanale avec une efficacité que les méthodes artisanales ne peuvent égaler (L. Manovich, 2020). Il convient toutefois de rappeler que l'ensemble de ces bénéfices est conditionné à la supervision du graphiste, seul à même d'évaluer la pertinence émotionnelle et culturelle des propositions générées. Comme le formulent P. Ciuccarelli et al. (2022), l'IA propose et optimise, mais c'est l'humain qui sélectionne, contextualise et humanise le résultat.

2.4. Limites de l'IA : émotion, jugement critique et adaptation contextuelle

Malgré ses performances techniques remarquables, l'intelligence artificielle présente des limites fondamentales qui circonscrivent son rôle dans le processus créatif et confirment que le regard humain demeure, en l'état actuel des technologies, difficilement remplaçable dans plusieurs dimensions essentielles du design.

La première limite, et sans doute la plus fondamentale, est l'absence d'intelligence émotionnelle. L'IA opère par identification et recombinaison de patterns extraits de données d'entraînement ; elle est dépourvue de conscience, de vécu et de sensibilité (J. McCormack et al., 2019). Elle ne peut ni ressentir ni transmettre d'émotions avec authenticité. Or, la communication visuelle

efficace repose précisément sur cette capacité à mobiliser l'affect du spectateur : le graphiste puise dans son expérience personnelle, sa sensibilité culturelle et son intuition pour créer des œuvres qui suscitent une réponse émotionnelle. Cette dimension, que l'on pourrait qualifier d'« intentionnalité esthétique », demeure hors de portée des algorithmes actuels (A. Elgammal, 2017).

La deuxième limite concerne le jugement critique. L'IA ne possède pas la capacité d'évaluer la pertinence de ses propres productions au-delà des critères prédéfinis dans ses données d'entraînement. Elle ne peut pas apprécier si un visuel est stratégiquement approprié à un contexte de marque particulier, s'il est culturellement sensible à l'égard d'une audience spécifique, ou s'il respecte une hiérarchie d'information visuellement pertinente. Seul le graphiste, en tant qu'expert humain, est en mesure d'exercer cette métacognition créative (P. Ciuccarelli et al., 2022).

La troisième limite touche à l'originalité profonde et à l'adaptation contextuelle. L'IA fonctionne principalement en mode associatif à partir de formes existantes. Elle tend à produire des œuvres qui reflètent les tendances dominantes plutôt que de les transgresser. Ce mécanisme porte en lui un risque d'uniformisation stylistique et d'appauvrissement de la diversité visuelle (A. Elgammal, 2017). De surcroît, la compréhension fine des codes culturels, des valeurs de marque et des attentes implicites d'un public nécessite une lecture nuancée et contextualisée que les algorithmes, faute d'ancrage expérientiel, ne peuvent assurer (L. Manovich, 2020).

Ces limites confirment la thèse d'une complémentarité nécessaire : l'IA excelle dans l'exécution technique et l'exploration combinatoire, là où le graphiste apporte l'intention, le sens et l'émotion. C'est la conjonction de ces deux formes d'intelligence, artificielle et humaine, qui aboutit à une création graphique augmentée.

3. Discussion

L'ensemble des résultats exposés dans les lignes précédentes converge vers une conclusion qui relativise voire contredit le discours anxiogène sur la substitution : l'IA ne s'impose pas comme une rivale du graphiste, mais comme une partenaire stratégique qui reconfigure les conditions d'exercice de la créativité sans en aliéner le sujet humain. Ce troisième point discute les implications théoriques et pratiques de cette convergence, en examinant successivement la complémentarité entre rapidité algorithmique et sensibilité humaine, la valeur irremplaçable de l'intuition et du jugement et les enjeux éthiques et juridiques soulevés par l'IA en contexte créatif.

3.1. Complémentarité entre efficacité algorithmique et sensibilité humaine

La théorie de l'interaction Homme-Machine, dans la lignée des travaux fondateurs de I.E. Sutherland (1963) et de D.C. Engelbart (1962), postule que la relation entre l'humain et la machine est fondamentalement une relation de coopération visant l'augmentation réciproque des capacités de chacun. Appliquée au design graphique, cette perspective théorique conduit à concevoir l'IA non comme une entité concurrente dotée de ses propres finalités créatives, mais comme une extension de la boîte à outils du graphiste, une extension d'une puissance et d'une polyvalence sans précédent.

E. Brynjolfsson et McAfee (2014) ont montré que les technologies numériques les plus transformatrices sont celles qui permettent aux travailleurs qualifiés de se concentrer sur les tâches où leur avantage comparatif est le plus élevé. Dans le cas du graphiste, cet avantage réside dans les dimensions qui échappent à l'algorithme : l'intuition esthétique, la compréhension culturelle, la narration visuelle et la capacité à engager émotionnellement un public. L'IA s'occupe ainsi des micro-tâches afin de libérer du temps et de l'énergie cognitive pour des opérations qui nécessitent une attention humaine particulière. Cette redistribution des rôles confère désormais au graphiste l'appellation de curateur de sens, orchestrateur de la co-création, et médiateur entre les potentialités technologiques et les besoins humains.

L. Manovich (2020) complète cette analyse en soulignant que l'IA offre un environnement propice à une exploration créative accélérée. La capacité à générer rapidement de nombreuses propositions visuelles multiplie les pistes disponibles et autorise une expérimentation plus systématique, réduisant le risque de se fixer prématurément sur une direction sous-optimale. Pour autant, J. McCormack et al. (2019) mettent en garde contre le piège de la dépendance : si le graphiste s'en remet entièrement aux suggestions de la machine sans exercer son propre discernement, il risque de diluer sa signature artistique et de produire des œuvres standardisées dépourvues de la singularité qui fait la valeur du design de qualité.

3.2. La valeur irremplaçable de l'intuition, du jugement et de la sensibilité

L'analyse des résultats confirme que l'intuition créative, le jugement critique et la sensibilité esthétique constituent les ressources fondamentales et proprement humaines du processus créatif en graphisme. Ces trois dimensions opèrent à un niveau que les algorithmes actuels ne peuvent atteindre.

L'intuition créative, définie comme la capacité à identifier des correspondances pertinentes et à prendre des décisions créatives rapides à partir d'un savoir tacite accumulé, joue un rôle déterminant dans la phase de conceptualisation graphique. Elle permet au designer de « sentir

» ce qui fonctionne visuellement et émotionnellement avant toute analyse formelle, et de mobiliser des références culturelles ou symboliques non codifiées dans des bases de données (J. McCormack et al., 2019). Cette forme d'intelligence tacite est le produit d'une expérience accumulée et d'une sensibilité fine au monde culturel et social, deux ressources que l'IA, par construction, ne possède pas.

Le jugement critique constitue la seconde ressource irremplaçable. Il permet au graphiste d'évaluer la pertinence d'une proposition visuelle non seulement selon des critères techniques ou esthétiques, mais également selon des critères contextuels, symboliques et stratégiques. Cette métacognition créative, la capacité à réfléchir sur sa propre production et à l'ajuster en fonction d'une finalité complexe, est indispensable pour garantir que le résultat final soit non seulement techniquement correct, mais aussi artistiquement cohérent et stratégiquement adapté (P. Ciuccarelli et al., 2022). Elle constitue le cœur du rôle de direction artistique, qui ne saurait être délégué à un algorithme.

Enfin, la sensibilité esthétique et émotionnelle du graphiste, sa capacité à transmettre des émotions, à raconter des histoires visuellement et à susciter une réponse affective durable chez le spectateur, demeure, en l'état actuel des technologies, hors de portée de l'IA. A. Elgammal (2017) a montré que même les systèmes d'IA générative les plus sophistiqués produisent des œuvres qui, si elles peuvent techniquement imiter un style artistique, demeurent dépourvues de l'intentionnalité expressive qui caractérise la création humaine. C'est cette intentionnalité, cette capacité à donner une « âme » à la création, qui différencie fondamentalement le design humain de la production automatisée et qui fonde la valeur irremplaçable du graphiste à l'ère de l'IA.

3.3. Enjeux éthiques et juridiques de l'IA en contexte créatif

L'essor de l'IA dans le domaine du design graphique s'accompagne d'un ensemble de problématiques éthiques et juridiques complexes qui appellent une régulation rigoureuse et un positionnement clair de la part des professionnels et des institutions.

3.3.1. Propriété intellectuelle et droit d'auteur

La question de la propriété des créations générées ou co-produites par l'IA est l'une des plus délicates du droit contemporain de la création. En l'état actuel du droit de la plupart des pays, seule une œuvre originale réalisée par un être humain, reflétant la personnalité de son auteur, peut bénéficier d'une protection par le droit d'auteur (D. Gervais, 2022). Une œuvre entièrement produite par un algorithme, sans contribution créative humaine substantielle, échappe donc à cette protection. La problématique consiste alors à définir le seuil d'implication humaine requis,

conception des prompts, sélection des propositions, post-production, pour que l'œuvre accède à la reconnaissance légale.

Par ailleurs, l'entraînement des modèles génératifs sur des corpus massifs d'images protégées par le droit d'auteur, souvent sans le consentement explicite de leurs créateurs, soulève des risques sérieux de violation des droits de propriété intellectuelle (G. Haas & S. Astier, 2021). Lorsque les œuvres générées par l'IA présentent une proximité stylistique ou compositionnelle trop marquée avec des créations originales existantes, des litiges pour contrefaçon peuvent survenir. Des propositions émergent pour encadrer ces pratiques, notamment la mise en place de mécanismes de consentement et de rémunération des auteurs dont les œuvres alimentent les bases d'entraînement, ainsi que le développement de cadres juridiques spécifiques à l'ère de la création augmentée (D. Gervais, 2022 ; G. Haas & S. Astier, 2021).

3.3.2. Responsabilité, biais algorithmiques et transparence

Sur le plan de la responsabilité, la question de l'imputabilité en cas de préjudice causé par une création générée ou assistée par l'IA demeure ouverte. L'opacité fréquente des systèmes d'IA, leur fonctionnement souvent qualifié de « boîte noire », rend difficile l'identification précise des responsabilités en cas de dysfonctionnement, de discrimination ou d'erreur (G. Haas & S. Astier, 2021). Dans la majorité des cadres juridiques existants, la responsabilité incombe aux humains impliqués, développeur, utilisateur ou donneur d'ordre, mais les critères permettant de distinguer leurs responsabilités respectives restent imprécis.

La présence de biais algorithmiques constitue un autre point de vigilance éthique. Si les données d'entraînement des modèles d'IA sont biaisées, par exemple, si elles surreprésentent certains canons esthétiques ou excluent certaines cultures visuelles, les systèmes peuvent involontairement perpétuer des stéréotypes ou marginaliser des formes d'expression graphique minoritaires (UNESCO, 2021). L'enjeu de la diversité et de l'équité dans la création visuelle est ainsi directement interpellé par la question des données d'entraînement. La transparence sur les corpus utilisés et la mise en place d'audits réguliers des algorithmes apparaissent comme des conditions indispensables pour garantir la conformité éthique des outils d'IA en contexte créatif (G. Haas & S. Astier, 2021 ; UNESCO, 2021).

3.3.3. Perspectives réglementaires

Face à ces enjeux, des initiatives réglementaires de portée croissante se développent à l'échelle internationale. L'Union européenne a engagé un processus législatif dédié, l'AI Act, visant à instaurer un cadre de gouvernance de l'IA fondé sur une hiérarchisation des risques, une exigence de transparence et une protection renforcée des droits fondamentaux. L'UNESCO

(2021), de son côté, a adopté une recommandation sur l'éthique de l'intelligence artificielle appelant à une gouvernance internationale inclusive, respectueuse de la justice sociale, de la non-discrimination et de la protection des données personnelles. Dans ce paysage réglementaire en construction, les graphistes et les acteurs de la création ont la responsabilité d'anticiper ces évolutions, de s'engager dans des pratiques responsables, de revoir les critères d'originalité des créations et de contribuer aux débats qui façonneront les normes de la création augmentée.

3.3.4. Perspectives pour le contexte ivoirien et africain

Les développements qui précèdent portent une perspective essentiellement internationale et européenne. Or, la question de l'IA appliquée au graphisme revêt, en Côte d'Ivoire comme dans l'ensemble de l'espace ouest-africain, des enjeux spécifiques qui méritent d'être questionnés, même si leur traitement approfondi excède le cadre de la présente étude. Sur le plan juridique, le droit ivoirien de la propriété intellectuelle, régi notamment par les accords de l'Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle (OAPI), ne prévoit pas à ce jour de disposition spécifique relative aux œuvres générées ou co-produites par l'IA, ce qui laisse ouverte, comme dans la plupart des juridictions, la question du seuil de contribution humaine nécessaire à la protection d'une création. Sur le plan pratique, l'accès aux outils d'IA générative et aux infrastructures numériques qui les rendent utilisables, connectivité, puissance de calcul, abonnements aux services propriétaires, demeure inégal en Afrique de l'Ouest, ce qui peut retarder ou restreindre l'appropriation de ces outils par les graphistes locaux et créer un risque de fracture numérique au sein même de la profession. Enfin, la formation des graphistes ivoiriens et africains aux usages critiques de l'IA et non à leur seule maîtrise technique, constitue un enjeu de politique éducative que les institutions universitaires et professionnelles de la sous-région gagneraient à intégrer dans leurs cursus. Ces pistes, qui n'ont pas été développées empiriquement dans le cadre de cette recherche documentaire, ouvrent un chantier pour des travaux futurs ancrés dans le contexte ouest-africain.

3.4. Vers un modèle d'hybridation créative et d'intelligence collective

L'analyse conduite dans cet article dessine les contours d'un nouveau paradigme pour le design graphique : celui de l'hybridation créative, dans lequel intelligence humaine et intelligence artificielle co-évoluent au sein d'un partenariat asymétrique mais complémentaire. Dans ce modèle, l'IA intervient en amont du processus créatif pour accélérer l'exploration, l'expérimentation et l'exécution technique, tandis que le graphiste concentre son intervention sur la définition de la vision artistique, l'évaluation de la pertinence et la cohérence du sens.

Ce modèle rejoint la vision d'une intelligence collective telle que la théorise D.C. Engelbart (1962) : l'humain reste au centre du processus, mais enrichi d'outils capables d'élargir ses capacités perceptives, cognitives et opérationnelles au-delà de ce que l'effort individuel non assisté pourrait accomplir. La valeur du graphiste ne se mesure plus seulement à sa maîtrise technique, mais à sa capacité à penser avec la machine, à orienter ses suggestions vers une finalité artistique singulière, et à assumer la direction créative et éthique du projet. Dans cette configuration, la formation des graphistes doit évoluer pour intégrer non seulement la maîtrise fonctionnelle des outils d'IA, mais également une réflexivité critique sur leurs usages, leurs limites et leurs implications éthiques (D. Jovanovic & M. Stanojevic, 2023).

Conclusion

Cet article a examiné la relation entre graphistes professionnels et intelligence artificielle à travers le prisme de la théorie de l'interaction Homme-Machine (IHM), en mobilisant une démarche qualitative combinant revue ciblée de la littérature académique et analyse documentaire d'outils d'IA représentatifs du secteur. Les résultats de cette analyse documentaire et fonctionnelle tendent à soutenir l'hypothèse d'une complémentarité entre l'IA et le graphiste plutôt que d'une substitution pure, sans que cette conclusion puisse, en l'absence d'enquête de terrain auprès des professionnels, être généralisée à l'ensemble des pratiques du secteur.

Sur le plan de la productivité, l'IA génère des gains substantiels en automatisant les micro-tâches répétitives, retouche, détourage, génération de variantes, réduisant les délais de production et fluidifiant la gestion des itérations (Adobe, 2023 ; J. McCormack et al., 2019). Sur le plan créatif, elle stimule l'exploration esthétique et multiplie les pistes disponibles pour l'idéation (A. Elgammal, 2017 ; L. Manovich, 2020). Elle présente en revanche des limites fondamentales dans les dimensions qui constituent le cœur de la valeur professionnelle du graphiste : l'intelligence émotionnelle, le jugement critique et l'adaptation contextuelle fine restent hors de portée des algorithmes actuels (P. Ciuccarelli et al., 2022).

Le cadre de l'IHM, dans la lignée de I.E. Sutherland (1963) et D.C. Engelbart (1962), offre une grille de lecture pour appréhender cette relation : non comme une concurrence, mais comme une coopération augmentée où chaque partie contribue avec ce qu'elle fait mieux. L'humain apporte l'intention, le sens et l'émotion ; la machine apporte la vitesse, la précision et la diversité combinatoire. C'est la conjonction de ces deux formes d'intelligence qui fonde le potentiel innovant du design graphique contemporain.

Cette recherche ouvre plusieurs pistes pour les travaux futurs. D'une part, il serait précieux de documenter empiriquement, par des études de terrain auprès de professionnels du design, la manière dont la collaboration Homme-IA est effectivement vécue et organisée dans différents contextes professionnels. D'autre part, la question de la formation des graphistes à l'ère de l'IA mérite une attention particulière : quelles compétences nouvelles, maîtrise du prompt engineering, culture algorithmique, éthique numérique, doivent intégrer les cursus en design ? Enfin, le cadre réglementaire en construction autour de la propriété intellectuelle et de la responsabilité algorithmique devra faire l'objet d'un suivi attentif tant ses évolutions conditionnent les pratiques professionnelles et les droits des créateurs.

BIBLIOGRAPHIE

- Adobe. (2023). Adobe Sensei GenAI : la prochaine vague d'automatisation créative. Adobe Newsroom. <https://news.adobe.com/news/news-details/2023/adobe-announces-new-sensei-genai-services>
- Amer, M., Hilmi, Y., & El Kezazy, H. (2024, April). Big Data and Artificial Intelligence at the Heart of Management Control: Towards an Era of Renewed Strategic Steering. In *The International Workshop on Big Data and Business Intelligence* (pp. 303-316). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The second machine age: Work, progress, and prosperity in a time of brilliant technologies*. W. W. Norton & Company.
- Ciuccarelli, P., Lupi, G., & Simeone, L. (2022). *Data visualization and AI: Creativity, responsibility and human-centered design*. MIT Press.
- Dounia, G., Chaimae, K., Yassine, H., & Houda, B. (2025). ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND BIG DATA IN MANAGEMENT CONTROL OF MOROCCAN COMPANIES: CASE OF THE RABAT-SALE-KENITRA REGION. *Proceedings on Engineering*, 7(2), 925-938.
- ElHadji, A. (2024). Intelligence artificielle et société : le design numérique. *Communication, technologies et développement*, 15. [DOI à vérifier par les auteurs — le format cité (10.4000/123iz) ne correspond pas au schéma habituel des DOI de cette revue, qui suit le modèle 10.4000/ctd.xxxx]
- Elgammal, A. (2017). AI art: Machine intelligence and creative expression. *Arts*, 6(2), 18. <https://doi.org/10.3390/arts6020018>
- Engelbart, D. C. (1962). *Augmenting human intellect: A conceptual framework* (Technical Report No. AFOSR-3233). Stanford Research Institute.

- Gervais, D. (2022). The machine as author. *Iowa Law Review*, 107, 605–650.
- Haas, G., & Astier, S. (2021). *Responsabilité juridique de l'intelligence artificielle*. Éditions ENI.
- Jovanovic, D., & Stanojevic, M. (2023). Artificial intelligence in graphic design: Influence on workflows and creativity. *Design Studies*. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2023.101152>
- KAIZAR, C., Dounia, G. A. G. A., & HILMI, Y. (2026). Intelligence artificielle et contrôle de gestion: leviers d'accountability et de gouvernance efficace. *Agence Francophone*, 576-607.
- Manovich, L. (2020). AI and creativity: New horizons for designers. *Digital Creativity*, 31(1), 20–33. <https://doi.org/10.1080/14626268.2020.1733596>
- McCormack, J., Gifford, T., Hutchings, P., & Cummings, D. (2019). Understanding the collaborative relationship between human designers and artificially intelligent agents. *Proceedings of the ACM Conference on Creativity and Cognition*, 530–535. <https://doi.org/10.1145/3325480.3325506>
- Sutherland, I. E. (1963). Sketchpad: A man-machine graphical communication system. *AFIPS Conference Proceedings*, 23, 329–346. <https://doi.org/10.1145/1461551.1461591>
- UNESCO. (2021). *Recommandation sur l'éthique de l'intelligence artificielle*. Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture. <https://www.unesco.org/fr/artificial-intelligence/recommendation-ethics>