

Charte « Communication et IA » pour le groupe Caisse des Dépôts

Janvier 2026

Les systèmes d'intelligence artificielle (IA) sont de plus en plus utilisés dans nos directions de la communication et par nos prestataires (cf. panorama en annexe). La présente charte précise nos engagements collectifs pour **accélérer l'appropriation** de ces outils par nos équipes et **libérer la créativité**, dans le respect des principes d'**une communication plus responsable**. Elle vient compléter la « Charte IA de la Caisse des Dépôts ».

Nos engagements pour un usage approprié des systèmes d'IA dans la communication

1. Formation

Faire **monter en compétence** nos équipes communication pour leur permettre d'appréhender ces nouveaux outils, leur potentiel et aussi les impacts négatifs et les risques. Mettre à leur disposition différents outils (généralistes et spécifiques), des espaces de *test and learn*, des processus, des ressources et des temps de partage d'expérience.

2. Pertinence

Évaluer la pertinence d'utiliser l'IA par rapport aux méthodes/pratiques "conventionnelles". Autrement dit, ne pas avoir un usage "automatique" de ces outils, mais un usage responsable en fonction des objectifs du projet de communication, des moyens et du temps disponibles, des gains de productivité estimés, en prenant en considération les impacts négatifs (sur l'environnement et la société) et les risques.

3. Efficience

Lorsque c'est possible, en fonction des outils d'IA mis à disposition par l'organisation et de la connaissance que l'on a du fonctionnement de ces outils, **choisir** :

- **une IA spécialisée** plutôt que généraliste.
- **une IA plus frugale** (conçue pour limiter ses impacts environnementaux).

Pour les entreprises qui opèrent principalement en France et en Europe, choisir une IA française ou européenne plutôt que des systèmes conçus et hébergés dans des pays tiers.

Exemple : pour traduire les sous-titres d'une vidéo, utiliser une IA spécialisée dans la traduction plutôt qu'une IA générative généraliste.

4. Contrôle humain

Aucun contenu produit par une IA ne doit être publié sans **la relecture par une personne, lorsque c'est possible par un expert métier en lien avec le contenu**. Si besoin, définir un processus de validation spécifique des contenus, selon leur nature.

Exemple : images générées par IA validées par un collaborateur ayant une formation de designer graphiste.

5. Non-discrimination

Garantir que les contenus produits par l'IA sont représentatifs de la diversité (genre, âge, morphologie, origines ethniques, vêtements...), à la fois dans la nature des prompts et des données versées et lors du contrôle des productions.

6. Données confidentielles et sensibles

S'assurer que le système d'IA que l'on souhaite utiliser est « **fermé** » lorsque les données sont **confidentielles ou sensibles**. S'assurer du **respect du RGPD**, de la politique interne de qualité et sécurité des données du groupe Caisse des Dépôts et de chaque organisation.

7. Image et voix des personnes

Conformément à la loi, ne pas utiliser, modifier ni détourner l'**image ou la voix des personnes** sans leur accord ou l'accord de leurs ayants droit. Questionner aussi la pertinence des modifications et leur ampleur.

Exemple : est-ce pertinent de supprimer les tics de langage d'une personne dans une interview audio ?

8. Propriété intellectuelle

Respecter les règles de **protection des créateurs et des contenus générés**. En particulier, et dans la mesure du possible, s'assurer de la **traçabilité des contenus** générés à partir de contenus propriétaires.

Exemple : demander aux systèmes d'IA de préciser les sources des citations et des données chiffrées.

9. Transparence

Lorsque l'usage de l'IA a un impact significatif sur le contenu produit, informer le public

(interne ou externe) de la manière dont l'IA a été utilisée et la ou les parties du contenu qui sont concernées.

Exemples : · Modifier l'arrière-plan d'une photo de groupe prise lors d'un événement :

inutile de mentionner l'usage de l'IA.

· Ajouter une personne dans le groupe sur la photo, alors que la personne était bien présente à l'événement : inutile de le mentionner.

· Ajouter une personne dans le groupe sur la photo, alors qu'elle n'était pas présente à l'événement : le mentionner au public (et s'interroger sur la pertinence d'un tel ajout).

10. Sous-traitance

Exiger de nos agences et prestataires de communication qu'ils **nous informent de la manière dont les outils d'IA sont intégrés** dans leurs processus de travail et dans l'élaboration des stratégies et contenus. Leur demander de respecter la présente charte.

ANNEXE

Panorama des usages de l'IA dans nos directions de la communication

4 grandes catégories d'usages (actuels et à venir) des outils d'intelligence artificielle par nos équipes communication et nos prestataires ont été identifiées :

- optimiser et/ou générer du contenu textuel,
- optimiser et/ou générer des images, des vidéos, des fichiers audio,
- optimiser et/ou générer du code informatique,
- réaliser des analyses et formuler des recommandations.

Listes non exhaustives.

L'IA pour **optimiser et/ou générer du contenu textuel**

DANS NOS PROCESSUS DE TRAVAIL

- Produire le résumé d'un texte long ou de plusieurs contenus au format PDF, PPT, etc. (par ex. veille presse).
- Traduire des contenus.
- Transcrire en direct les propos des participants à une réunion et produire un compte-rendu plus ou moins synthétique.
- Nous aider à structurer un courriel, une présentation...

DANS NOS PRODUCTIONS

- Traduire un contenu dans de multiples langues pour une communication large.
- Produire ou optimiser un contenu à partir d'idées clés, d'une tonalité.
- Personnaliser des contenus (newsletter, communiqué de presse...) en fonction des profils et des attentes des publics.
- Interagir avec les clients/publics sur un site web, via un « chatbot IA ».

L'IA pour **optimiser et/ou générer des images, des vidéos, des fichiers audio**

DANS NOS PROCESSUS DE TRAVAIL

- Produire une infographie à partir de différents contenus.
- Traiter des fichiers audiovisuels avant leur intégration dans une photothèque ou base de données.
- Produire une synthèse vidéo, avec un avatar, d'une réunion interne.
- Aider à optimiser la gestion des photothèques/médiathèques (libellés, gestion des autorisations de droit à l'image et des durées de vie des fichiers).

DANS NOS PRODUCTIONS

- Modification de photos, de visuels, de vidéos, de fichiers audio...
(exemple : détourer une photo, retirer les imperfections d'une bande son...).
- Générer des images, des illustrations, des infographies, des vidéos, des musiques...
à partir de lignes directrices, d'un croquis ou d'un storyboard.
(exemple : produire une vidéo avec un avatar à partir de consignes et de photos).
- Transposer un contenu textuel en contenu audiovisuel.
- Création de fonds sonores sur la base d'un contenu rédigé.
- Création de jingles pour les événements com interne
- Personnalisation de visuels en fonction des profils et attentes des publics
(par exemple pour adapter une campagne de communication à des publics habitant dans des pays différents).

L'IA pour **optimiser et/ou générer du code informatique**

- Analyser de lignes de code pour identifier des erreurs et les réparer,
- Optimiser du code pour rendre un programme, une appli ou un site plus performant
- Générer du code (dans différents langages) à l'aide d'instructions textuelles pour créer des sites web, des applications ou des programmes

L'IA pour **réaliser des analyses et formuler des recommandations**

DANS NOS PROCESSUS DE TRAVAIL

- Analyser de grandes quantités de données (avis clients, réponses à un questionnaire, indicateurs de pilotage...) et formuler des recommandations stratégiques ou opérationnelles
- Analyser la couverture dans les médias (tous médias confondus) en situation de crise : synthétiser les messages clés, la tonalité et produire des recommandations
- Réaliser une analyse comparée (benchmark) et en tirer des enseignements.
- Produire un support de présentation PPT sur la base de différents documents
- SEO et GEO : veille presse, analyse du référencement
- Analyser la compatibilité de contenus avec les textes de loi et/ou les règles déontologiques de lutte contre le greenwashing, identifier les allégations problématiques et formuler des pistes d'amélioration.
- Réaliser une pré-analyse des offres dans le cadre des marchés publics, appels d'offres, consultations, notamment faciliter l'analyse et la comparaison des offres par critère.

DANS NOS PRODUCTIONS

- Formuler des recommandations stratégiques, proposer un planning éditorial... sur la base d'analyse de différents documents et de consignes.
- Challenger des recommandations : questionner et optimiser nos analyses et productions, identifier des angles non traités, nous aider à élargir le point de vue.
- Réaliser une recherche documentaire et produire des recommandations.
- Produire une stratégie pour identifier et se connecter aux journalistes les plus pertinents sur tel sujet.
- Produire le sommaire détaillé et tous les contenus d'un rapport ou d'un ouvrage, sur la base de divers documents sources (interviews vidéos, textes...).
- Produire la synthèse des messages clés à retenir d'un événement.