

PRIX DE LA CAMPAGNE DE PUBLICITÉ

COM-ENT D'OR



BESCHERELLE X INTELLIGENCE ARTIFICIELLE : UNE IMAGE VAUT MILLE MOTS, ENCORE FAUT-IL AVOIR LES BONS...

Entreprise : **BESCHERELLE (Éditions Hatier)**

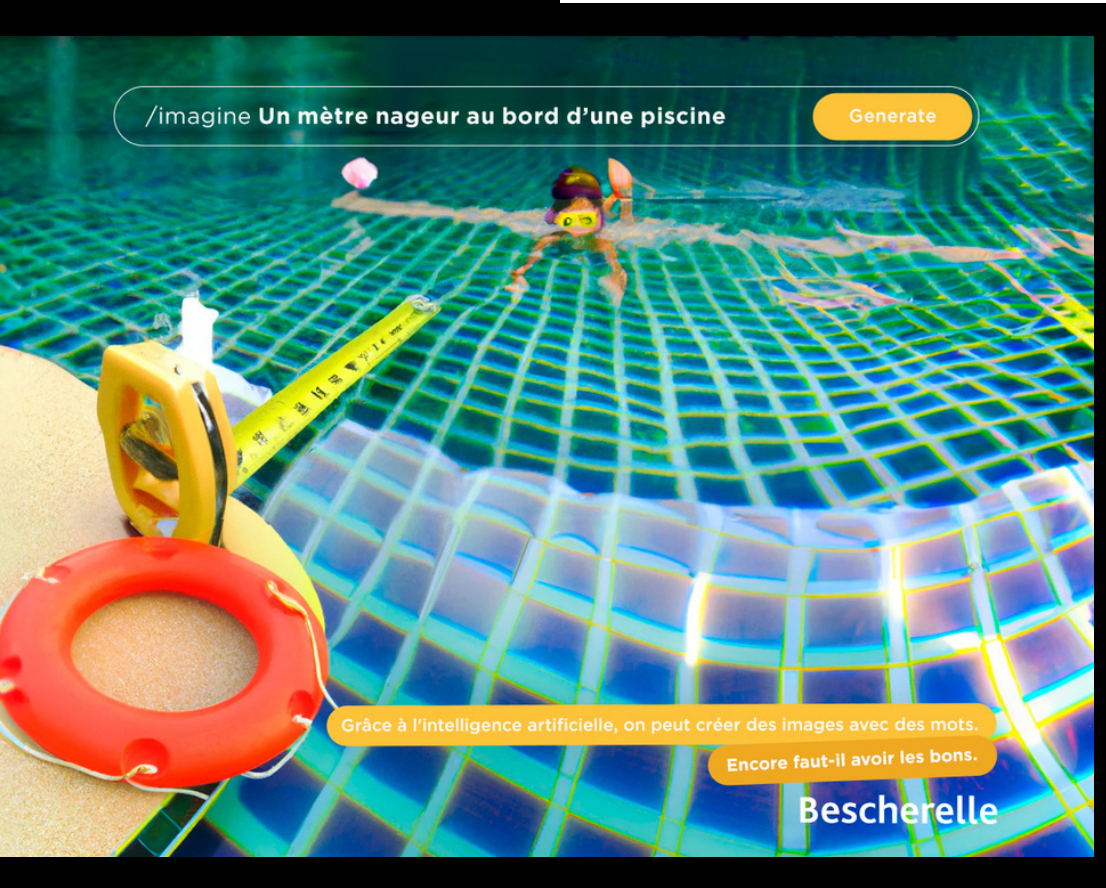
Agence : **BRAINSONIC**

Date : 12-2022 / 01-2023

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

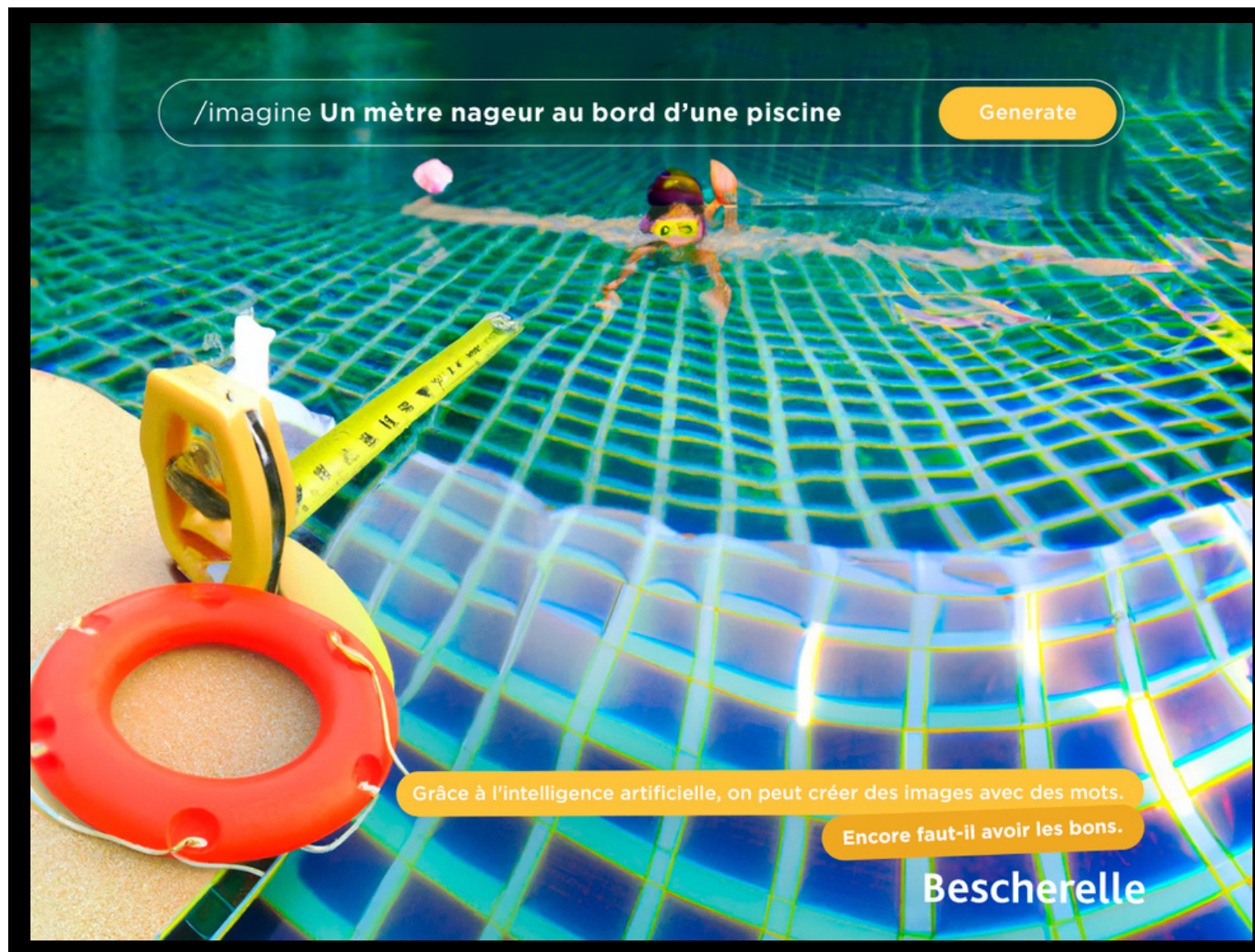
L'intelligence artificielle va s'installer durablement dans nos vies et dans nos activités professionnelles. C'est un fait inexorable que l'on peut envisager de façon optimiste ou pessimiste. Dans tous les cas, il faudra être capable d'utiliser le « prompt », le texte de commande qui passe par une série d'algorithmes pour aboutir à une création de l'intelligence artificielle.

Mais encore faut-il savoir correctement rédiger ce prompt, pour être en mesure d'obtenir ce que nous voulons de l'intelligence artificielle. C'est dans le cadre de cette réflexion que s'inscrit cette campagne originale de Bescherelle.



POUR QUI ?

Une campagne destinée au grand public, enfants, jeunes, parents, professionnels de l'éducation...



COMMENT ?

L'idée est d'utiliser des outils d'intelligence artificielle tels que Midjourney et DALL-E en leur commandant des visuels, via le prompt, en renseignant des phrases dans lesquelles se sont glissées des erreurs d'orthographe et de syntaxe.

Il se produit alors quelque chose de somptueux, les visuels générés par l'IA ont quelque chose d'onirique, humoristique, parfois raté, mais ils illustrent à merveille l'importance de la maîtrise de la langue !

Nous avons testé ce concept en français et en anglais.

QUELS RÉSULTATS ?

- + de 25 millions de vues en earned media (retombées médias et réseaux sociaux)
- + de 130 posts LinkedIn en France et à l'international et près de 14 000 réactions TOUTES positives
- Une vingtaine d'articles en France et à l'international et deux passages en TV (BFM et M6)