

L'IA pour tous 3

NUMÉRO 3 - JUILLET - AOÛT - SEPTEMBRE 2026

« L'IA EXPLIQUÉE SIMPLEMENT POUR MIEUX COMPRENDRE »

L'IA pour tous

**NOTRE DOSSIER
LES AGENTS IA
FAITES-LES BOSSER !**

**IA & SÉCURITÉ
LE DOSSIER NOIR**

**CRÉATEURS & IA
LA FIN DES DROITS D'AUTEUR ?**



CYRIL DREVET
**VOITURES 100% AUTONOMES,
C'EST POUR DEMAIN ?**



CLAUDE
MODE D'EMPLOI

IA GÉNÉRATIVES
NOTRE GUIDE POUR S'Y RETROUVER

BOOSTEZ VOS VACANCES AVEC L'IA

NOS FICHES PRATIQUES

CRÉEZ AVEC LES IA : IMAGES, JEUX, ESCAPE GAMES...

L 12905 - 3 - F: 11,90 € - RD



L'apport de l'IA dans

Il y a des professionnels qui résistent aux outils numériques, et d'autres qui les adoptent à bras ouverts, et qui ne s'en cachent pas. Patrick Moyse fait partie de la deuxième catégorie. Cet attaché de presse parisien de 35 ans de métier a franchi le pas de l'intelligence artificielle sans fanfare ni discours. Et ce qu'il a découvert l'a surpris lui-même. Vous voulez savoir ce qui se passe quand un pro de la relation humaine confie une partie de son travail à une IA ? La réponse est dans les chiffres, et elle est assez spectaculaire.

Patrick Moyse, trente-cinq ans à faire parler les autres

Patrick Moyse est attaché de presse. Pas le genre qui attend que le téléphone sonne. Il est du genre à forcer les portes, au culot, comme il dit. Depuis 35 ans, il crée des liens entre ceux qui portent un projet et les médias qui en parlent. Il conçoit des communiqués, monte des événements, organise des conférences de presse. En résumé : il donne de la visibilité aux gens qui en ont besoin.

Son parcours ? Tout sauf rectiligne. Il a débuté comme stagiaire sur France 3, dans l'émission *Télé Caroline*. Puis le destin lui a mis

Danielle Moreau sur la route, alors à RTL. Grâce à elle, il est entré dans la radio comme assistant de Patrick Sabatier pour l'émission *Les Ambassadeurs*. Cinq ans ensuite chez Francinette Éditions à s'occuper des humoristes de *La Classe* sur France 3. Puis douze ans d'association dans l'agence Champs-Médias.

Au fil du temps, ses clients ont eu de l'envergure : le Lido de Paris, les Illuminations des Champs-Élysées, les Trois Ténors au Trocadéro en 1998 (Pavarotti, Domingo, Carreras réunis sous les étoiles). Et depuis plus de vingt ans, la cheffe Babette de Rozières, pour laquelle il gère la communication personnelle, les salons gastronomiques et la promotion de ses livres de cuisine.

« Je gagne un temps énorme »

Aujourd'hui, Patrick Moyse jongle avec neuf spectacles à Paris et en tournée. La comédie musicale *Joséphine Baker* à Bobino, le pianiste François Moschetta dans *Mozart, moi ? jamais !*, Sabrina Rives avec *L'Hypnose ensorcelée* à l'Apollo Comedy, ou encore l'humoriste Jerem Rassch en tournée dans toute la France. Un volume de travail considérable. Et c'est face à ce volume que l'intelligence artificielle est entrée dans son quotidien.

L'IA, pour lui, ce n'est pas une révolution philosophique. C'est un outil concret. « L'IA est devenue importante pour moi afin d'aller plus vite dans la réalisation des communiqués de presse et la conception des dossiers de presse. » Jusqu'à quinze dossiers par semaine à gérer. Chaque heure récupérée compte double.

Concrètement, l'IA l'aide à rédiger les textes de présentation de ses clients, à analyser les retombées presse, à assurer une veille médiatique. Des tâches qui, avant, lui prenaient des matinées entières. Ce temps récupéré, il l'investit là où l'IA ne peut pas aller : au téléphone avec les journalistes, dans les rencontres, dans les relations directes avec les rédactions.

« Loin de brider l'imagination, l'IA libère du temps mental, et avec lui de nouvelles idées. »





► Patrick Moyse, attaché de presse de la cheffe Babette de Rozières.
Photo D.R.

« Mon chiffre d'affaires a été multiplié par quatre »

Le résultat est difficile à ignorer. « Grâce à l'IA, mon chiffre d'affaires a été multiplié par quatre. » Quatre. Ce n'est pas un chiffre qu'on lâche à la légère. Et ce gain, Patrick Moyse ne l'utilise pas pour travailler moins. Il l'utilise pour monter en gamme, proposer des prestations plus qualitatives, être plus disponible, aller plus loin pour ses clients.

Ce qu'il faut comprendre ici, c'est le mécanisme. Un attaché de presse, c'est avant tout du temps. Du temps passé à rédiger, à synthétiser, à reformuler. Quand une IA prend en charge une partie de cette rédaction, en quelques secondes là où il fallait parfois une heure, c'est autant de temps libéré pour ce que seul un humain peut faire : écouter un client, sentir ce qu'un journaliste cherche, construire une confiance sur la durée.

« L'IA a transformé et stimulé ma créativité »

Ce qui étonne dans le témoignage de Patrick Moyse, c'est qu'il ne parle pas de l'IA uniquement comme d'un outil de production. Il y voit aussi un moteur créatif. « L'IA a transformé et stimulé ma créativité », dit-il. Une phrase qui surprend ceux qui imaginent ces outils comme purement mécaniques, incapables de nourrir la réflexion.

Et pourtant. Quand on délègue les tâches répétitives, on libère de l'espace mental pour penser autrement, imaginer de nouveaux angles, des approches différentes pour présenter un artiste ou un spectacle. L'IA ne remplace pas l'idée. Elle donne du temps pour en avoir.

Mais il est clair sur un point : la relation humaine reste intacte. Il est en contact toutes les semaines avec ses clients, par téléphone ou en visioconférence. Et pour

« Pour moi, l'IA n'est pas une menace mais une aide. »

Patrick Moyse,
attaché de presse

rencontrer de nouveaux journalistes, se faire connaître de nouveaux décideurs ? Pas d'alternative : il se déplace. « Il faut du courage et ne pas être timide. » L'IA ne serre pas les mains à sa place.

« Elle ne remplacera jamais l'humain »

La question revient souvent dans les métiers de la communication : l'IA, menace ou opportunité ? Pour Patrick Moyse, la réponse est nette. « Pour moi, l'IA n'est pas une menace mais une aide. Les attachés de presse doivent être modernes et vivre avec leur temps, sinon ils deviennent rapidement dépassés. »

Ce qu'il faut développer, selon lui, ne se réduit pas à la technique. « Il faut avant tout apprendre à mieux penser et à piloter intelligemment les outils. » Autrement dit : savoir utiliser un outil, c'est bien. Savoir ce qu'on lui demande et pourquoi, c'est mieux. L'IA amplifie ce qu'on lui apporte. Si on lui apporte peu, elle rend peu.

Quant à l'avenir du métier, il n'a pas de doutes. « Je continuerai ce métier tant que j'aurai la santé. L'IA nous aidera à aller plus vite dans les métiers de la communication, mais elle ne remplacera jamais l'humain. » Trente-cinq ans de carrière, et la conviction que ce qui fait la valeur d'un attaché de presse, la confiance, le réseau, l'instinct, n'a rien à craindre des algorithmes.

Propos recueillis par
Catherine Zougrana

Web : alpha-e-learning-training.com
Web : cahier-creatif-robin-et-moi.com

