

Café TMNlab | L'IA dans mon quotidien pro : Sophie Roman, digital manager à Opéra Royal de Wallonie - Liège

Posted on 19 mai 2026 by Bénédicte Chipault

Dans le cadre du **cycle de RDV IA**, le TMNlab a poursuivi son exploration des usages concrets déployés par des professionnels du spectacle vivant avec l'intervention de Sophie Roman, Digital Manager à l'Opéra Royal de Wallonie-Liège. Elle a pu nous partager son expérience sur l'usage de l'intelligence artificielle au sein d'une équipe communication culturelle.

Réécoutez l'enregistrement du Café

Compte-rendu détaillé

*Cette partie a été générée avec deux outils IA :
l'un pour la transcription de l'enregistrement, l'autre pour l'analyse et le résumé.*

1) Contexte

À l'Opéra Royal de Wallonie-Liège, l'équipe communication et marketing rassemble une petite dizaine de personnes chargées d'un large périmètre : communication, marketing, digital et actions éducatives. L'aspect digital est assuré uniquement par Sophie Roman, c'est-à-dire à la fois la stratégie, la production de contenus, l'analyse des performances et le pilotage des projets numériques. C'est dans un contexte de réduction budgétaire et d'augmentation des missions que l'IA a été explorée comme un outil susceptible d'optimiser le temps de travail et d'accompagner la production quotidienne. Cependant, l'appropriation de l'IA a nécessité une courbe d'apprentissage.

2) De la découverte à la structuration des usages

L'appropriation de l'IA s'est faite progressivement. Les premiers tests, réalisés avec ChatGPT en version gratuite, ont rapidement montré leurs limites : textes génériques, manque de ton éditorial, résultats décevants.

L'apprentissage a alors porté sur un élément devenu central : **le prompt**.

Plutôt que de poser une question simple, il s'agit de fournir un véritable brief, comparable à celui adressé à une agence ou à un prestataire. Décrire le contexte, préciser les objectifs, détailler les attentes devient indispensable pour obtenir des productions pertinentes.

Cette étape marque un changement de posture : l'IA n'est pas un outil automatique mais un collaborateur qui doit être formé.

3) Construire un assistant virtuel

Rapidement, la question du temps se pose. Réexpliquer le contexte à chaque demande devient contre-productif. La solution passe alors par la création d'assistants personnalisés (GPT, artefacts, agents IA).

Sophie a alimenté ces assistants par des documents internes :

- revues de presse,
- informations de saison,
- distributions artistiques,
- notes dramaturgiques,
- éléments de langage institutionnels.

L'IA dispose ainsi d'une base de connaissances propre à l'opéra, ce qui stabilise la qualité des contenus produits et limite les approximations. La troisième étape serait de connecter ces IA avec ses outils de travail quotidiens (API, CRM) pour faire communiquer les données.

Enfin, même configurée finement, l'IA ne produit pas directement un contenu publiable. Elle propose une base que la professionnelle retravaille ensuite. Sophie Roman a notamment configuré un outil d'écriture personnalisé pour exclure certaines expressions ou tournures trop standardisées et rapprocher les textes du style éditorial souhaité.

4) Une adoption facilitée par le collectif

L'intégration de l'IA dans l'équipe s'est faite sans résistance majeure. Deux personnes ont d'abord expérimenté les outils, partageant ensuite leurs découvertes de manière informelle. La curiosité collective s'est progressivement installée.

Un facteur clé ressort de ce retour d'expérience : **le soutien managérial**. La direction a encouragé les tests et accepté d'investir dans les outils, créant un cadre sécurisant pour expérimenter.

Les réticences apparaissent davantage dans des métiers techniques, où les procédures sont fortement ancrées et où le temps d'apprentissage peut être perçu comme un risque opérationnel.

5) Apprentissage continu et pluralité d'outil

L'efficacité ne s'acquiert pas en quelques jours. Selon l'expérience présentée, plusieurs mois sont nécessaires pour passer de l'exploration à un usage réellement productif.

Deux apprentissages se croisent :

- l'utilisateur apprend à travailler avec l'IA,
- l'IA apprend l'environnement professionnel de l'utilisateur.

Un autre point essentiel concerne la pluralité des outils. ChatGPT, Claude ou Gemini ne sont pas utilisés de la même manière : chaque IA possède ses forces selon les tâches. Adopter une posture « agnostique » vis-à-vis des technologies devient donc stratégique.

6) Des nouvelles possibilités techniques en interne

Sophie explique que l'IA (Claude et ChatGPT) a permis d'effectuer certaines tâches en interne auparavant externalisées :

- création de landing pages,
- développement de mini-sites de campagne,
- prototypes rapides pour des opérations de communication.

Sans compétences techniques avancées, elle a pu produire des outils web personnalisés, cohérents avec la stratégie de saison, tout en réduisant fortement les coûts et les délais.

De la même façon, l'IA a également permis à l'équipe de réaliser :

- traduction spécialisée intégrant le vocabulaire de la musique classique,
- production éditoriale multilingue,
- assistance technique dans les projets CRM (ex : création d'outil qui génère des personas de publics cibles, critères de segmentation)
- meilleure compréhension des échanges avec les prestataires (jargon technique)
- création visuelle et vidéo (certains visuels de la saison ont été générés via Midjourney, et l'IA peut être utilisée pour sous-titrer et découper des vidéos rapidement via CapCut et DaVinci Resolve)

7) Nouvelles pratiques, nouvelles réflexions

Malgré la puissance de l'outil, Sophie Roman insiste sur le fait que **l'IA ne remplace pas l'humain, elle amplifie son expertise**. La validation finale des contenus et la touche stratégique restent toujours humaines.

L'usage de l'IA fait toutefois l'objet de plusieurs questions :

- optimisation des usages via les systèmes de tokens,
- gestion raisonnée du temps machine,
- impact environnemental,
- dépendance aux solutions privées internationales,
- anticipation d'éventuelles obligations d'outils européens.

8) Une évolution des pratiques professionnelles

Le retour d'expérience présenté montre que l'intelligence artificielle peut agir comme un outil d'assistance permettant :

- d'accélérer la production éditoriale,
- d'accompagner les projets techniques,
- d'améliorer l'autonomie numérique,
- de soutenir la gestion quotidienne des missions.

Au niveau de la réception :

- **Le public** : L'institution joue la carte de la transparence totale (mention explicite de l'utilisation de l'IA pour les livrets ou les images). Le public, conscient du contexte

économique difficile, se montre plutôt compréhensif.

- **En interne** : L'équipe a fait preuve de curiosité sans grande résistance, transformant l'IA en une opportunité de monter en compétences.
- **Les défis futurs** : Sophie Roman souligne l'importance d'éduquer les directions (« managements ») pour éviter qu'elles n'aient des attentes irréalistes vis-à-vis de l'IA. Elle soulève également de vraies questions éthiques quant à la dépendance aux outils américains et à l'impact écologique des requêtes IA

Pour aller plus loin

On vous propose de parcourir notre premier rdv L'IA dans mon quotidien pro :

[Café TMNlab | L'IA dans mon quotidien pro : Sandra Sturt, directrice adjointe du Théâtre Brétigny](#)

Ainsi que, nos autres échanges autour de l'IA :

- [Café TMNlab : le prompt ou comment utiliser l'IA générative](#)
- [Café TMNlab : Découvrabilité à l'ère de l'IA, pourquoi se mobiliser ? Une heure avec le chercheur Jean-Robert Bisailon](#)
- [Café TMNlab : IA générative et pratiques créatives](#)
- [Café TMNlab : l'IA dans le quotidien professionnel](#)