

Paris, le 16 juin 2026.
L'AI slop a changé de visage.

L'AI slop professionnel est parfaitement propre. C'est ce qui le rend difficile à voir.

Le nouveau contenu médiocre généré par IA n'a plus six doigts, ne produit plus de phrases absurdes et ne ressemble plus à une erreur. Il est fluide, structuré, grammaticalement impeccable et parfaitement oubliable. CreativeAI lance « Ça sonne IA ? », un outil gratuit qui mesure cette standardisation avant publication.



Ses défauts les plus spectaculaires disparaissent progressivement. Les images deviennent plus cohérentes. Les vidéos gagnent en continuité. Les textes ne contiennent presque plus de fautes visibles.

Le problème n'a pas disparu.

Il est devenu plus propre.

Dans les entreprises, le contenu assisté par IA prend rarement la forme d'un texte manifestement mauvais. Il apparaît plutôt comme une page claire, raisonnable et bien organisée. Les bénéfices sont correctement formulés. Les transitions arrivent au bon moment. La conclusion reformule ce que l'introduction avait déjà annoncé.

Personne ne peut vraiment dire que le texte est faux. Personne ne se souvient de l'avoir lu.

C'est cette forme de standardisation que CreativeAI appelle l'AI slop professionnel : un contenu techniquement correct, validé par plusieurs personnes, parfois coûteux à produire, mais progressivement vidé de ses détails, de ses contradictions et de sa voix.

Le risque n'est plus l'erreur. C'est l'interchangeabilité.

Lorsque les mêmes modèles reçoivent les mêmes demandes, ils convergent naturellement vers des formulations probables.

Les marques veulent être claires, inspirantes, expertes, accessibles et engageantes. Les modèles répondent exactement à la demande. Ils produisent une langue positive, équilibrée et immédiatement acceptable.

Mais ces qualités ne suffisent pas à construire une voix.

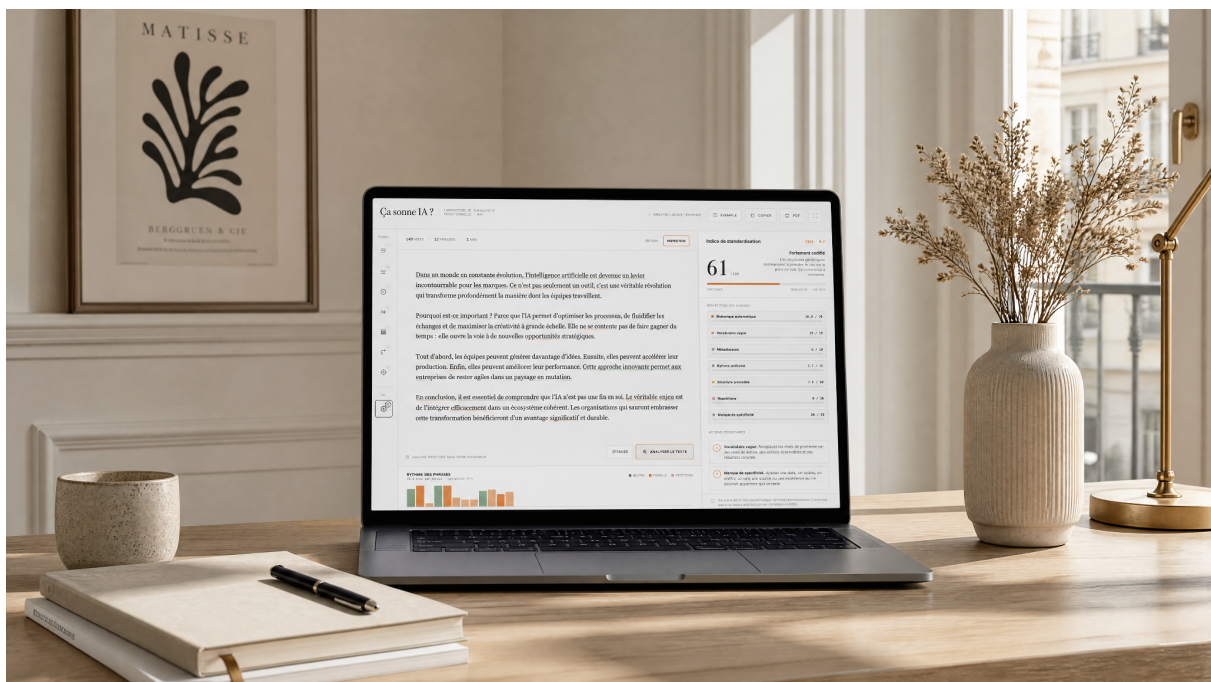
Une voix de marque se reconnaît aussi à ses choix, ses obsessions, son rythme, ses refus et sa manière particulière de regarder un sujet. Elle contient des détails que les concurrents ne pourraient pas reprendre sans mentir.

L'AI slop professionnel efface progressivement ces différences.

Il ne détériore pas toujours la qualité apparente du contenu.

Il détériore sa capacité à être attribué.

Un outil pour mesurer le lissage, pas pour accuser une IA



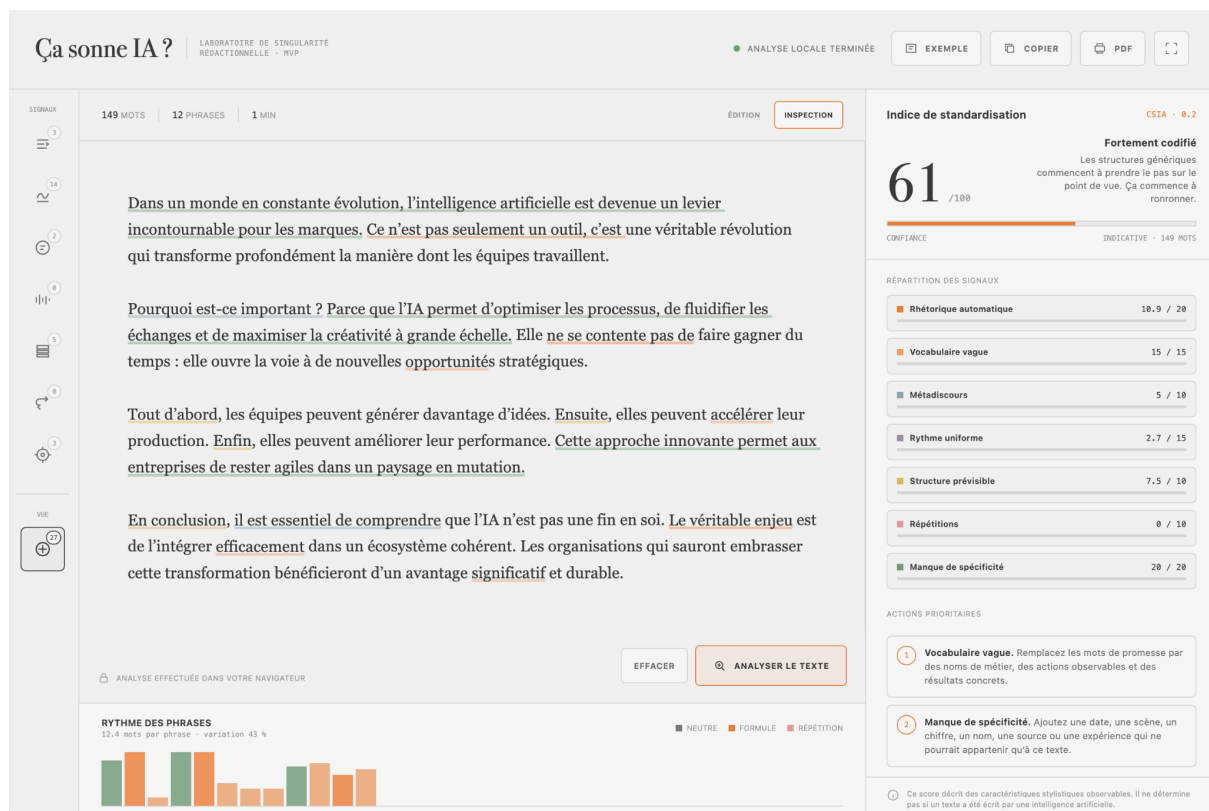
Pour rendre ce phénomène visible, CreativeAI lance « Ça sonne IA ? », un laboratoire de singularité rédactionnelle accessible gratuitement dans un navigateur.

L'outil analyse sept familles de signaux :

- Les formules rhétoriques automatiques.
- Le vocabulaire vague.
- Les phrases qui annoncent le contenu au lieu de le donner.
- Le rythme trop uniforme.
- Les structures prévisibles.
- Les répétitions.
- Le manque de faits, de scènes, de noms ou de mesures.

Le résultat prend la forme d'un indice de standardisation sur 100, accompagné des passages concernés et de recommandations de réécriture.

L'analyse est effectuée localement. Aucun texte n'est envoyé, conservé sur un serveur ou transmis à un modèle externe.



Surtout, « Ça sonne IA ? » n'est pas un détecteur d'auteur.

Un humain peut écrire un texte très standardisé. Une IA bien dirigée peut produire un texte précis et singulier. L'outil examine le résultat éditorial, pas l'identité supposée de celui qui l'a rédigé.

« La question “Est-ce écrit par une IA ?” conduit vite à chercher un coupable. La question intéressante est différente : est-ce que ce texte contient encore assez d’observations, de décisions et de relief pour mériter la signature de la marque ? »

Christophe Martin, fondateur de CreativeAI & Eugène Studio

De 71 à 9 : la différence entre une promesse et une observation

Lors des tests du MVP, un texte marketing générique consacré à l’intelligence artificielle obtient un indice de **71/100**.

Le texte est propre. Il évoque la transformation, l’amélioration des processus et les nouvelles possibilités offertes aux organisations. Rien n’est manifestement incorrect.

Mais presque tout pourrait provenir d’une autre marque.

Un second texte raconte un test mené un mardi matin dans un atelier de Montreuil. Il mentionne trois prototypes, un bouton mal placé, quatre personnes qui hésitent au même endroit et une décision prise pour la version suivante.

Son indice descend à **9/100**.

La différence n’est pas la présence ou l’absence d’IA.

La différence est la présence d’une situation.

Sur le corpus contrôlé de la version CSIA 0.2, les textes précis obtiennent une moyenne de **15/100**. Les textes au lissage visible atteignent **35/100**. Les contenus fortement codifiés montent à **63/100**.

Remettre l’édition après la génération

« Ça sonne IA ? » est conçu comme une étape de contrôle avant publication.

Il peut être utilisé pour relire un article, une newsletter, un post LinkedIn, une page de marque, un communiqué ou une prise de parole de dirigeant.

L’objectif n’est pas d’obtenir le score le plus faible.

Il est de repérer les endroits où le texte cesse d’informer pour commencer à reproduire une forme.

Corriger ces passages ne consiste pas à remplacer un mot générique par un synonyme plus rare. Il faut souvent revenir à la matière : un fait, un métier, une décision, une mesure, une source, une limite ou une expérience réelle.

La génération a rendu l'écriture plus rapide.

Le prochain avantage compétitif pourrait simplement consister à éditer de nouveau.

Lire l'article :

[Ça sonne IA ? Ce que les textes trop lisses révèlent vraiment](#)

Tester l'outil :

[Ça sonne IA ? sur Eugène Studio](#)

À propos de CreativeAI et Eugène Studio

À l'origine de CreativeAI et d'Eugène Studio, Christophe Martin ([Linkedin](#)) est directeur de création, designer et créateur IA. Après plus de vingt ans en agence pour de grandes marques, il conçoit aujourd'hui des outils, des systèmes créatifs et des formations consacrés à l'IA générative. CreativeAI publie des analyses et ressources pour les professionnels de la création, du marketing et de la communication. Eugène Studio explore et développe de nouveaux usages créatifs de l'IA à travers des expérimentations et des outils accessibles en ligne.

Contact :

christophe@creativeai.fr