



INTERVIEW

Next New Art

L'IA au service de la création de tableaux d'art sur mesure



Jean-Philippe BECHADE et James LENGLIN
Fondateurs Next New Art



Pouvez-vous présenter Next New Art et revenir sur la genèse du projet ?

Next New Art est née d'un constat presque accidentel, issu du monde de l'architecture et du design.

Mon cofondateur, James, est designer et architecte. Il y a un peu plus de deux ans, il travaillait sur des projets d'architecture d'intérieur haut de gamme à Saint-Tropez, notamment des appartements de luxe. Dans ce cadre, il utilisait des logiciels intégrant de l'intelligence artificielle générative pour produire des perspectives visuelles des lieux : aménagements, matériaux, décoration intérieure.

En explorant ces outils, il a commencé à formuler des demandes de plus en plus précises comme notamment la décoration d'un espace avec l'intégration de tableaux "à la manière de Cézanne". À sa grande surprise, les logiciels ont été capables de produire des perspectives cohérentes, avec des tableaux intégrés, respectant les dimensions des murs, les proportions des pièces et l'ambiance générale.

C'est à partir de là que l'idée a émergé : si l'IA permet de générer ce type de tableaux dans des images d'architecture, alors il est possible d'aller plus loin et de créer de véritables tableaux, pensés pour être accrochés dans des lieux réels.

Le projet est donc parti de l'architecture pour migrer progressivement vers la création artistique à part entière.

Complémentarité des fondateurs

Comment se répartissent les rôles entre vous deux ?

La répartition est assez naturelle. James est avant tout artiste, designer et architecte. Il porte la vision artistique, le regard esthétique, la direction créative.

De mon côté, j'ai un background en informatique et en digital. Je m'occupe davantage des aspects techniques, des choix technologiques, de l'architecture logicielle, mais aussi de la structuration globale du projet.

Cette complémentarité est essentielle, car le projet repose précisément sur l'équilibre entre création artistique et technologie. L'un ne fonctionne pas sans l'autre.

Comment vous êtes-vous rencontrés ?

Nous nous sommes rencontrés à Gardanne, dans une pépinière d'entreprises. Nous avons chacun notre société, nous étions voisins de bureaux, à quelques dizaines de mètres l'un de l'autre. C'est dans ce cadre que nous avons appris à nous connaître, notamment autour de discussions informelles, comme le café du matin.

C'est lors de l'un de ces échanges que nous avons réalisé qu'il y avait quelque chose à construire en combinant l'architecture, l'art et l'informatique. Next New Art est née de cette rencontre et de cette complémentarité.

Un bel exemple des synergies que peuvent apporter ces écosystèmes.



Comment ce constat s'est-il transformé en projet entrepreneurial ?

Nous avons commencé à nous poser une question simple : comment passer d'une image générée pour un rendu à un objet artistique concret, physique, avec de la matière et du relief ? Générer une image en 2D est une chose, produire un tableau en peinture à l'huile, avec une vraie présence visuelle et tactile, en est une autre.

À partir de ce point de départ, nous avons travaillé sur deux axes en parallèle. D'un côté, la création artistique, avec un travail très poussé sur les prompts, les styles, les références, et surtout la sélection des images. De l'autre, un travail technique pour transformer ces images en tableaux imprimables, avec de l'épaisseur, du relief, et une qualité proche d'une peinture traditionnelle.

C'est ainsi que Next New Art s'est structurée : comme une entreprise à la croisée de l'art, de la technologie et du design d'intérieur.

L'IA au cœur du produit

Quelle place occupe l'intelligence artificielle dans votre solution ?

L'IA est au cœur de notre produit, mais jamais de manière autonome. Elle intervient à plusieurs niveaux du processus de création.

Le premier niveau est celui de la génération d'images. À partir de briefs très détaillés, élaborés par les artistes, nous utilisons des modèles d'IA générative pour produire des premières intentions visuelles. Ces briefs peuvent inclure des styles picturaux, des références artistiques, des ambiances, des détails très précis, par exemple sur la manière dont des personnages sont habillés ou représentés.

Il est important de préciser que cette phase repose sur un énorme travail de sélection. Plus de 99 % des images générées sont écartées. Nous sommes aujourd'hui aussi exigeants que n'importe quel peintre sur la qualité visuelle.

Le deuxième niveau concerne les contenus textuels associés aux œuvres. Nous utilisons des modèles d'IA générative de texte pour proposer des titres, des descriptions, des cartels, en fonction du contexte dans lequel le tableau sera exposé. Ces textes sont ensuite relus, corrigés et enrichis par l'équipe.

Le troisième niveau est plus technique. Les images issues de l'IA sont en 2D. Or, pour produire un tableau en peinture à l'huile avec du relief, il faut une cartographie 3D de l'œuvre. Nous avons donc développé des algorithmes intégrant des techniques d'IA capables d'analyser les formes, les zones de lumière, les éléments de premier plan ou d'arrière-plan, afin de décider où placer davantage de matière. Cette cartographie sert ensuite de base à l'impression en relief.

Sans IA, votre produit pourrait-il exister ?

Non, pas sous cette forme. L'IA est ce qui rend possible la production de volumes importants de tableaux uniques dans des délais compatibles avec les attentes du marché, notamment en B2B.

En revanche, l'inverse n'est pas vrai. L'IA seule ne suffit pas. Sans artistes, sans regard humain, sans exigence esthétique, le résultat serait purement anecdotique. L'IA apporte la capacité et la vitesse ; la qualité finale reste le fruit du travail artistique.

La proposition de valeur

À quel besoin concret répond Next New Art aujourd'hui ?

Nous répondons à un besoin qui se situe à la croisée de plusieurs enjeux. D'un côté, il y a une demande croissante pour des œuvres d'art capables de s'intégrer réellement dans un lieu, et non simplement d'y être ajoutées a posteriori. De l'autre, il existe une contrainte forte en termes de délais, de volumes et de coûts, notamment dans des secteurs comme l'hôtellerie ou les entreprises.

Produire plusieurs dizaines ou centaines de tableaux uniques pour un hôtel ou un siège d'entreprise, avec une vraie cohérence artistique, est extrêmement complexe avec des méthodes traditionnelles. L'IA nous permet d'apporter une réponse à cette problématique, en augmentant considérablement la capacité et la vitesse de production, tout en conservant une exigence artistique élevée.



Architecture technique et enjeux juridiques

Quels ont été les principaux défis techniques rencontrés ?

L'un des premiers défis a été la maturité des outils. Il y a encore un an et demi ou deux ans, beaucoup de solutions d'IA étaient peu industrialisées : absence d'API, intégrations complexes, environnements techniques parfois bricolés. Il a fallu composer avec ces contraintes, tout en construisant notre propre architecture.

Un autre enjeu important a été la sécurité et la confidentialité. Très tôt, nous avons fait le choix de protéger nos prompts et nos productions, en utilisant des options payantes et des configurations garantissant qu'ils ne soient pas réutilisés ou visibles par des tiers. Le savoir-faire lié aux prompts est un actif stratégique.

Qu'en est-il des droits d'auteur et de la propriété intellectuelle ?

Il y a deux dimensions. D'abord, le rapport aux artistes dont on peut s'inspirer. Le "à la manière de" n'est pas protégeable en tant que tel, tant qu'il n'y a pas de copie d'une œuvre existante. C'est le même principe qu'un peintre qui travaille dans un style donné.

Ensuite, la question de la propriété des œuvres générées. Nos tableaux ne sont jamais des sorties brutes d'IA. Ils sont retravaillés, transformés, enregistrés, et déposés. Les droits appartiennent donc à leurs créateurs.

Adoption et expérience client

Comment les clients perçoivent-ils aujourd'hui l'usage de l'IA dans l'art ?

La perception a beaucoup évolué. Il y a eu une phase de fascination, puis une phase de rejet, avec l'idée que "tout le monde peut faire de l'art avec l'IA". Aujourd'hui, les choses se sont stabilisées. De plus en plus d'artistes reconnus utilisent l'IA comme outil de création, ce qui change le regard. Chez nos clients, le basculement se fait souvent lorsqu'ils voient les œuvres en vrai. Sur un écran, un bon tableau et une image moyenne peuvent provoquer une réaction similaire. En physique, avec le relief, la matière, l'encadrement, l'expérience est totalement différente.



Comment se déroule concrètement un projet de création ?

Nous privilégions les rencontres physiques. Lors d'un premier rendez-vous, nous venons souvent avec plusieurs tableaux, installés sur chevalets. Cela permet au client de toucher, de voir le relief, de comprendre la qualité réelle du produit.

Ensuite, nous travaillons avec les architectes, les décorateurs et les propriétaires pour comprendre les lieux, les usages, les volumes.

Sur cette base, nous faisons des propositions : styles, formats, thématiques, répartition par espaces. Dans un hôtel, par exemple, on peut rapidement atteindre 200 tableaux. Il faut donc penser la cohérence globale, mais aussi les variations.

Marché, priorités et évolution

Quels sont aujourd'hui vos marchés prioritaires ?

Nous accélérons principalement sur deux secteurs : l'hôtellerie-restauration et les entreprises. Dans l'hospitality, les tableaux participent pleinement à l'expérience client. Dans les entreprises, ils jouent un rôle important sur le bien-être au travail, le sentiment de considération et l'appropriation des espaces par les collaborateurs.

Vous avez commencé avec un artiste principal. Est-ce que cela est amené à évoluer ?

Next New Art n'a pas vocation à rester centré sur un seul artiste. Après une phase initiale portée par James, le projet évolue vers une organisation plus collective. Deux nouveaux artistes vont rejoindre l'équipe dans les prochaines semaines. Chacun apporte sa propre sensibilité, sa manière de travailler les prompts et de retravailler les images issues de l'IA. L'objectif est d'élargir la palette stylistique et d'éviter toute standardisation, en structurant progressivement Next New Art comme une forme de galerie, où l'IA est un outil commun mais où chaque œuvre reste portée par un regard artistique distinct.

Vision et conseils

Comment voyez-vous l'évolution de l'IA dans les années à venir ?

L'IA évolue à une vitesse sans précédent. Elle impose une remise en question permanente des outils et des méthodes de travail, parfois tous les trois ou quatre mois. Aucun acteur ne peut aujourd'hui se contenter d'une solution figée.

Le rôle de Marseille Innovation

Quel rôle a joué l'écosystème dans votre développement ?

L'accompagnement de Marseille Innovation a été structurant à plusieurs niveaux. Les événements et mises en relation ont favorisé des rencontres avec des dirigeants et des clients potentiels.

Les workshops, notamment sur le financement de l'innovation, la fiscalité et la propriété intellectuelle, nous ont aidés à sécuriser des choix importants.

Enfin, le soutien financier obtenu au démarrage, notamment via le prêt d'honneur innovation, a été déterminant pour traverser les premières années, où les investissements sont supérieurs aux revenus.



Quel conseil donneriez-vous à un entrepreneur qui se lance dans un projet IA ?

Il faut accepter cette instabilité permanente, maintenir une veille active, et réfléchir en termes d'IA "agentique" : non pas seulement des outils qui répondent, mais des systèmes capables d'agir, d'enchaîner des tâches, de produire de la valeur de manière encadrée. Et surtout, ne jamais perdre de vue la finalité : l'IA est un moyen, pas une fin.