Bien prompter avec la méthode ACTIF

Cinq questions à se poser avant d'écrire à une IA.

La plupart des déceptions viennent de la même cause : on parle à l'IA comme à un moteur de recherche. Entrée pauvre, sortie pauvre — c'est le principe GIGO. ACTIF, méthode créée par Matthieu Corthésy, est la liste des cinq ingrédients à ne pas oublier.



Clément Cahagne — pauuse
Ingénierie pédagogique & IA appliquée à la formation
linkedin.com/in/clementcahagne clement.cahagne@pauuse.fr

Les 5 composantes

A — Action *Qu'est-ce que je veux qu'elle fasse ?*

Dis à l'IA ce qu'elle doit faire, avec un verbe précis et un objet clair. Commence par « Rédige », « Analyse », « Génère », jamais par « aide-moi avec ».

> « Génère 10 idées d'activités brise-glace. »

C — Contexte *Que doit-elle savoir pour ne pas répondre à côté ?*

Donne-lui les infos qu'un collègue aurait besoin de connaître pour faire le travail à ta place. Ton secteur, ton public, ton objectif, tes contraintes : trois lignes suffisent.

> « Formation d'une demi-journée, public néophyte, sans matériel numérique. »

T — Tonalité *Sur quel ton ?*

Choisis le style de la réponse, sinon l'IA te ressort son ton par défaut, lisse et générique. Nomme-le explicitement : « ton pédagogique et accessible », « style formel », « registre familier ».

> « Utilise un ton pédagogique et accessible. »

I — Identité *Quel rôle je lui fais endosser ?*

Attribue un rôle au modèle pour orienter son vocabulaire et son angle d'attaque. Sois spécifique : « expert en ingénierie pédagogique » vaut mieux qu'« expert ».

> « Agis en qualité d'expert en ingénierie pédagogique. »

F — Format *À quoi doit ressembler le résultat ?*

Décris le livrable que tu veux recevoir, pas seulement son contenu. Longueur, structure, type : « tableau de 4 colonnes », « 300 mots max », « bullet points uniquement ».

> « Un tableau à 4 colonnes : numéro, description, matériel, durée. »

Un exemple, cinq pièges, une checklist

Avant

> « Écris-moi une newsletter sur la mode. »

Après

> **(Identité)** Agis en qualité d'expert marketing spécialisé dans la rédaction de newsletters.
>
> **(Contexte)** Je dirige une agence de communication spécialisée dans la mode. Chaque mois j'écris une newsletter pour informer mes abonné(e)s des tendances, structurée en 4 catégories : News, Paparazzi, Shopping, Défilés.
>
> **(Action)** Rédige cette newsletter à partir des contenus publiés en mai 2024, environ 400 mots par catégorie. Cite tes sources.
>
> **(Tonalité)** Ton formel et professionnel.
>
> **(Format)** Formate en markdown.

Les 5 pièges

1. **Action floue.** « Aide-moi avec mes réunions » n'est pas une demande. Ordre du jour ? Compte rendu ? Choisis.
2. **Contexte absent — ou noyé.** Trois infos utiles valent mieux qu'une page de détails hors sujet.
3. **Tonalité oubliée.** Ajoute-la systématiquement, même en trois mots.
4. **Rôle passe-partout.** Un rôle utile est un rôle spécialisé.
5. **Format contredit par la demande.** Pas de limite posée = 800 mots pour ton post LinkedIn.

Checklist avant d'envoyer

- ☐ **Action** : un verbe + un objet précis
- ☐ **Contexte** : qui, pour qui, pour quoi
- ☐ **Tonalité** indiquée
- ☐ **Rôle** spécialisé
- ☐ **Longueur et structure** précisées
- ☐ **Aucune contradiction** entre les cinq

Et après ?

Réponse trop longue ? C'est le **Format**. À côté de ta réalité ? Le **Contexte**. Juste mais froide ? La **Tonalité**. Corrige la composante fautive plutôt que tout réécrire.

L'humain reste le pilote

L'IA propose, tu décides. Elle peut inventer des faits avec aplomb : vérifie chiffres, citations et sources avant de diffuser. Un bon prompt améliore la matière première, il ne remplace pas la relecture.