

Swisscom SA  
Monsieur Christoph Aeschlimann  
CEO  
Alte Tiefenastrasse 6  
3050 Berne

Berne, le 20 juin 2025

## **Campagne d'image Swisscom « Découvrez vos possibilités »**

Monsieur,

Dans le cadre de la nouvelle campagne d'image que Swisscom a lancée le 19 mai 2025 sous le slogan « Découvrez vos possibilités », votre entreprise fait sa réclame avec un livre pour enfants généré au moyen d'une IA et invite les enfants à exercer leur propre « créativité » en rédigeant des histoires avec l'aide de l'IA. Cette démarche est hautement problématique à nos yeux, à plusieurs égards.

Une entreprise qui, comme Swisscom, est détenue à 51 % par la Confédération et relève donc du service public devrait assumer sa responsabilité vis-à-vis de la société et utiliser ses ressources pour promouvoir la place économique suisse, les acteur·ices culturel·les suisses et le sain développement des enfants.

Or, avec sa publication générée par IA, tirée en auto-édition à pas moins de 6950 exemplaires, Swisscom fait tout le contraire : elle s'immisce dans un marché très sensible, sur lequel des acteur·ices culturel·les et des secteurs entiers – auteur·ices, illustrateur·ices, animateur·ices, traducteur·ices, metteur·euses en page, mais aussi libraires et éditeur·ices – luttent pour leur survie. En Suisse, très rares sont les livres pour enfants qui peuvent atteindre un tel tirage. Qu'en plus il s'agisse là d'un coup de pub est particulièrement irritant.

Inciter des entreprises et des particuliers à automatiser et délocaliser à l'étranger un travail professionnel est pour le moins inconsidéré. Ce n'est pas là encourager la culture et l'économie, comme Swisscom se targue de le faire à son propre profit, mais juste le contraire.

Force nous est de contredire formellement l'affirmation de votre avant-propos selon laquelle « ce livre est vraiment spécial » parce qu'il « a été écrit et illustré à l'aide de l'intelligence artificielle » : l'IA, dépourvue de créativité, n'écrit et n'illustre rien par elle-même. Bien au contraire : pour générer des contenus, elle se sert, sans aucune contrepartie, d'œuvres créées par des humains et protégées par le droit d'auteur.

Les livres réalisés par des professionnel·les sont le fruit d'une formation hautement spécialisée et de compétences multiples acquises au cours de longues années de pratique, dont justement l'empathie et la créativité nécessaires pour s'imposer sur un marché très disputé.

Vouloir substituer l'IA à la création humaine ne dévalorise pas seulement le travail des acteur·ices culturel·les, mais est aussi problématique du point de vue pédagogique. La lecture et la pensée créative sont des compétences clés dans notre société. Les livres pour enfants contribuent à développer ces compétences ; ils nécessitent pour cela de grandes connaissances professionnelles et la conscience de ses responsabilités. Inviter les enfants, dans un livre qui leur est destiné, à se servir de l'IA pour produire des histoires, et donc concrètement à déléguer leur imagination à une machine, compromet leur sain développement et relève de la négligence grave.

Prôner les médias numériques et l'intelligence artificielle au moyen d'une histoire pour se dire bonne nuit contredit de manière patente ce que Swisscom recommande elle-même aux parents : faire un usage responsable des médias numériques.

Le spot publicitaire et le livre pour enfants de votre campagne s'attaquent directement à deux groupes sociaux particulièrement vulnérables : d'une part, ils manipulent les enfants et, de l'autre, ils ignorent complètement et détériorent encore les conditions de travail déjà difficiles d'un secteur professionnel tout entier, soumis déjà à une forte pression. Les créatrices et créateurs suisses de toutes les associations professionnelles exigent un usage responsable, transparent et régulé de l'IA.

Comme vous le dites vous-même dans votre avant-propos : « En fin de compte, c'est toujours nous, les humains, qui sommes aux commandes. » Vous, Monsieur Aeschlimann, qui êtes aux commandes, nous vous prions de veiller à ce que Swisscom pratique réellement ce qu'en tant qu'entreprise elle affiche sur sa bannière : un véritable encouragement de la culture et une vraie responsabilité à l'égard des générations futures.

Comme il s'agit là d'un sujet des plus sérieux, nous vous prions de nous accorder la possibilité d'en parler personnellement avec vous. Pour notre part, nous entendons convier une délégation des signataires à cet entretien. Dans l'attente de votre réponse, nous vous présentons, Monsieur le CEO, nos meilleures salutations.

Les signataires :

**A\*dS**

Autorinnen und Autoren der Schweiz  
Atrices et auteurs de Suisse  
Autrici ed autori della Svizzera  
Auras ed auturs da la Svizra

**AUTILLUS**

Kinder- und Jugendbuchschaffende Schweiz  
Association suisse des auteurs et des illustrateurs de littérature pour la jeunesse  
Associazione svizzera autori e illustratori di letteratura per la gioventù  
Swiss Association of Authors and Illustrators of Young People's Literature

ILLUSTRATOR<sup>😊</sup>NNEN SCHWEIZ

**swips** Swiss Independent Publishers  
swips.ch



**sbvv**

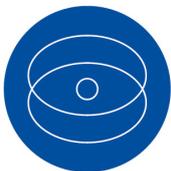
Schweizer  
Buchhandels- und  
Verlags-Verband

**syndicom**

GEWERKSCHAFT MEDIEN UND KOMMUNIKATION  
SYNDICAT DES MÉDIAS ET DE LA COMMUNICATION  
SINDACATO DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE  
SINDICAT DA LAS MEDIAS E DA LA COMUNICAZIUN

**S C A A**

Swiss Comics  
Artists Association



Réseau BD Suisse  
Comic Netzwerk Schweiz  
Réseau bande dessinée Suisse  
Rete fumetto Svizzera  
Comics Network Switzerland

**Bolo Klub**



**LESEANIMATOR:INNEN  
SIKJM**

Netzwerk für Literatur  
im Früh- und Vorschulbereich