Eigenflow

GUIDE · ÉQUIPE MARKETING IA

Une équipe marketing de 36 agents pour une personne seule

Le plan complet, nos consignes testées sur un studio fictif, les connecteurs, les prix et ce qui doit rester humain.

PAR

Abyane Nabeebaccus

INSTAGRAM

@abyane_nb

ÉDITION

novembre 2026

Tu as commenté MARKETING, voici le plan complet : 35 agents rangés en sept modules de cinq, plus un chef d'orchestre qui t'écrit une page chaque matin. Le tout tourne dans Claude Code, l'outil d'Anthropic qui lance des agents sur ton ordinateur ou dans le cloud.

C'est un plan à monter toi-même : le rôle de chaque agent, les consignes exactes de quatre d'entre eux et ce qu'ils ont rendu dans notre test du 14 novembre 2026, les connecteurs, les prix, et ce qui doit passer par toi.

Pages officielles, prix et textes de loi relus le 14 novembre 2026. Aucun lien de ce guide n'est affilié.

À savoir avant de lire

- Un agent, ici, c'est un fichier de consignes (un sous-agent de Claude Code) avec ses outils et ses droits. Il se lance quand on a besoin de lui.
- Dans la vidéo, « module deux, création et diffusion » regroupe les modules 2 et 3 du plan, et « module trois, la boucle des chiffres » correspond au module 7.
- On a testé 4 des 36 rôles avec Claude Code (Opus 5.5) sur un studio de pilates fictif à Nantes, le Studio Lisière, face à un marché réel (Google Trends et suggestions Google du 14/11/2026). Ses chiffres sont inventés : ils montrent comment travaillent les agents, pas ce que gagne un vrai studio.
- Rien ne part sans ta validation à condition de le construire : un connecteur branché à Claude Code peut publier ou envoyer si tu ne le lui interdis pas (partie 3).
- Claude Code demande au minimum l'abonnement Pro, 20 $ HT par mois (environ 18 € HT). Higgsfield, ElevenLabs et Buffer se paient à part (partie 9).
- La loi vaut pour tes agents comme pour toi : e-mails, désinscription, étiquette sur les contenus IA réalistes (partie 11).

---

1. Le plan : sept modules et un chef d'orchestre

L'ordre suit le trajet d'une idée : trouvée (module 1), fabriquée (2), publiée (3), suivie par e-mail (4), changée en rendez-vous (5), recyclée sur ton site (6), mesurée (7). Le module 7 renvoie au module 1 ce qui a rapporté : c'est la boucle. Pour chaque agent : son travail, son outil entre parenthèses, ce qu'il te passe.

Module 1. Recherche et contenu

Les trois premiers ne te passent rien : ils nourrissent les rédacteurs.

- **Veille tendances** : relève chaque lundi ce qui monte dans ton marché (Google Trends, recherche web).
- **Écoute audience** : sort les questions qui reviennent dans tes commentaires et messages (exports Instagram, Gmail).
- **Mots-clés** : liste ce que les gens tapent dans Google sur ton métier (Google Search Console).
- **Rédacteur de posts** : écrit posts, carrousels et textes face caméra. Te passe chaque texte.
- **Rédacteur d'e-mails** : écrit l'e-mail de la semaine. Te passe l'objet et le texte.

Module 2. Création

- **Visuels** : images et carrousels (Higgsfield). Te passe chaque visuel avec son coût en crédits.
- **Vidéos** : clips générés (Higgsfield). Te passe un brouillon en basse définition avant la version finale.
- **Voix** : voix off (ElevenLabs). Te passe l'audio ; ta voix clonée seulement avec ton accord.
- **Montage** : assemble images, vidéo, voix et sous-titres (ffmpeg, piloté par Claude Code). Te passe la vidéo finie.
- **Bureau de validation** : tient la file « à valider » et relit tout contre tes interdits. Te passe la file du jour.

Module 3. Diffusion et communauté

- **Programmation** : place les contenus validés aux créneaux choisis (Buffer). Te demande avant chaque publication.
- **Formats courts** : adapte chaque contenu aux Reels, TikTok et Shorts. Te passe les versions.
- **Formats longs** : décline les meilleurs sujets pour LinkedIn ou YouTube. Te passe chaque texte.
- **Commentaires et messages** : prépare une réponse à chaque commentaire (API Instagram). Te passe les réponses (testé, partie 5).
- **Escalade** : sort de la file ce qui doit passer par toi (partie 10). Te prévient tout de suite.

Module 4. E-mails et relances

- **Newsletter** : met en page et programme l'e-mail de la semaine (Brevo). Te passe la version finale.
- **Séquences** : e-mails automatiques après une inscription ou un achat (Brevo). Te passe chaque séquence, une fois.
- **Aimant à prospects** : le guide gratuit échangé contre une adresse e-mail, avec sa case de consentement. Te passe le guide.
- **Segmentation** : range les contacts par intérêt et par statut (Brevo). Un désinscrit ne reçoit plus rien.
- **Relance des inactifs** : propose une dernière relance aux inscrits silencieux, puis les sort de la liste. Te passe la relance.

Module 5. Prospects et rendez-vous

- **Capture des prospects** : crée la fiche de chaque formulaire rempli, avec le post qui a donné envie (HubSpot).
- **Score des prospects** : classe les prospects (HubSpot). Te passe les chauds.
- **Prise de rendez-vous** : propose des créneaux libres (Google Agenda, Calendly). Te passe chaque proposition.
- **Rappels** : prépare le rappel avant chaque rendez-vous et le message après une absence (Brevo). Te passe les modèles.
- **Lien de paiement** : prépare un lien de paiement (Stripe). Te le passe avant envoi.

Module 6. Référencement et site

- **Articles SEO** : répond par des articles aux questions trouvées par l'agent Mots-clés. Te passe chaque article.
- **Suivi du classement** : relève positions, clics et visites chaque semaine (Google Search Console, Google Analytics).
- **Mise à jour des pages** : propose les retouches du site (prix, horaires, questions fréquentes). Te passe chaque retouche.
- **Recyclage** : fait d'un post qui a marché un article, et d'un article un carrousel. Te passe chaque version.
- **Formulaires** : vérifie que chaque formulaire marche et demande la source du contact. Te signale les pannes.

Module 7. Boucle des chiffres

Les quatre premiers ne te passent rien : leurs chiffres vont au cinquième.

- **Analyse des posts** : vues, enregistrements, clics par post (Buffer, statistiques Instagram).
- **Suivi des rendez-vous** : essais réservés, venus, absents, par post d'origine (Google Agenda, HubSpot).
- **Suivi des ventes** : relie chaque vente à son rendez-vous (Stripe ou ta caisse).
- **Analyse des e-mails** : ouvertures, clics, désinscriptions (Brevo).
- **Retour vers le contenu** : écrit la consigne de la semaine pour le module 1. Te la passe dans la page du matin (testé, partie 6).

Le chef d'orchestre

Il lit le travail de la nuit et l'agenda du jour, et t'écrit une page : ce qui a marché, ce qui est réservé, la suite, ce qui attend ta décision (testé, partie 7).

---

2. Ranger l'équipe sur ton ordinateur

Dans Claude Code, un sous-agent est un fichier Markdown rangé dans `.claude/agents/`, sous-dossiers compris : un dossier par module garde les 35 fichiers en ordre.

Un fichier d'agent, au format de la doc de Claude Code (non testé tel quel : nos agents ont tourné en ligne de commande), avec la consigne du test, noms remplacés par des crochets :

À COLLER

```
---
name: commentaires-messages
description: Prépare une réponse à chaque commentaire et message, à la façon de
la marque. Ne publie rien.
tools: Read, Write
model: opus
---
Tu es l'agent « Commentaires et messages » de l'équipe marketing de [ton
entreprise], une équipe d'agents IA pilotée par Claude Code pour une seule
personne, [ton prénom]. Tu réponds aux commentaires Instagram avec la façon de
parler de [ton entreprise]. Ce que tu ne dois pas traiter seul, tu le passes à
[ton prénom]. Aucun post, aucun e-mail, aucune réponse ne part sans la
validation de [ton prénom]. Tu n'inventes aucun chiffre : tout vient des
fichiers. Réponds en français, en Markdown, avec exactement les titres demandés.
```

Écris ton brief une fois, dans le fichier `CLAUDE.md` du dossier : tous les agents le lisent. Celui de notre studio tient en huit lignes : activité, coachs, offres et prix TTC, public, taille du compte et de la liste e-mail, ton, interdits (« aucune promesse de perte de poids ou de "ventre plat", aucun avis médical »), objectif du trimestre.

---

3. Rien ne part sans toi : les verrous

Pour qu'aucun post ne parte sans ton accord, il faut le construire. Chaque connecteur apporte ses outils d'écriture : celui de Gmail sait envoyer un e-mail, celui de Buffer programmer un post. Dans une tâche planifiée dans le cloud, dit la doc, « All of your connected MCP connectors are included by default », écriture comprise. Trois verrous :

- les agents écrivent dans `a-valider/`. Tu relis, tu déplaces ce qui est bon dans `valide/`. L'agent Programmation ne lit que `valide/`.
- les outils qui publient, envoient ou encaissent passent en « ask » dans `.claude/settings.json` : Claude Code s'arrête et te demande avant chaque appel, même en mode auto d'après sa doc.
- les agents qui n'ont pas à publier n'ont pas l'outil : le champ `tools` de chaque fichier d'agent limite ce qu'il peut faire.

À COLLER

```
{
  "permissions": {
    "ask": [
      "mcp__buffer__create_post",
      "mcp__gmail__send_message"
    ]
  }
}
```

Le nom exact de chaque outil dépend du nom donné au serveur : tape `/mcp` dans Claude Code pour le lire. Pas de parenthèses dans une règle `mcp__` de ce fichier : Claude Code l'ignore.

---

4. Module 1 au banc d'essai : recherche et contenu

La consigne

Un seul agent a joué les cinq rôles du module. Consigne système : celle de la partie 2, avec la mission « Tu trouves ce qui monte dans le marché et ce qui intéresse vraiment l'audience, puis tu écris les posts et les e-mails. », et le brief. Puis ce message, avec en pièces jointes le relevé du marché et nos 20 posts des quatre dernières semaines :

À COLLER

```
Voici le relevé du marché de ce matin et nos posts des quatre dernières
semaines.
Réponds avec ces cinq titres, dans cet ordre :
## Ce qui monte (trois puces, chacune avec le chiffre du relevé qui la prouve)
## Ce que les gens demandent (les cinq questions les plus utiles pour nous,
tirées des suggestions Google)
## Trois idées de posts (titre court, format, la donnée qui la justifie)
## Post 1 (le texte dit face caméra en 30 secondes, puis la légende)
## E-mail de la semaine (objet, puis 120 mots au plus)
## À valider par Inès (une ligne par élément)
```

Le message annonce cinq titres et en liste six : notre erreur, Claude a suivi la liste. Le relevé du marché, c'est nous qui l'avons fait ; Claude n'a lu que le fichier.

Ce que Claude a rendu, en 216 secondes

- « pilates » passe de 11,1 à 27,0 de moyenne annuelle en cinq ans dans Google Trends, « yoga » de 65,6 à 63,8. Il précise que le yoga reste deux fois plus cherché.
- questions retenues : « pilate ou yoga pour le dos », « pilates combien ca coute ». Écartées d'office : « fait maigrir », « perdre du ventre » (interdits du brief), « enceinte » (avis médical).
- un texte face caméra, « Pilates ou yoga pour le dos ? », qui commence par renvoyer vers un professionnel de santé, et un e-mail sur les prix.
- neuf points à valider, dont « "Il nous reste de la place" dans l'e-mail : à vérifier sur le planning le jour de l'envoi. »

Ce qu'on en retient

Il a tenu les interdits sans rappel et signalé ce qu'il ne savait pas, mais il ne voit que ce qu'on lui donne. L'API officielle de Google Trends est en alpha, sur candidature, le 14/11/2026 : le plus simple reste d'exporter chaque semaine tes graphiques de trends.google.fr en CSV dans `donnees/`, ou de laisser l'agent chercher sur le web.

---

5. Les commentaires : six commentaires, quatre réponses prêtes

La consigne

Mission : « Tu réponds aux commentaires Instagram avec la façon de parler du studio. Ce que tu ne dois pas traiter seul, tu le passes à Inès. » Puis, avec les commentaires et la liste des posts en pièces jointes :

> **À COLLER**
>
> ```
> Nous sommes le lundi 16 novembre 2026, 6 h. Voici les commentaires arrivés ce
> week-end sous nos posts. Pour chacun, écris :
> ### <id> · <auteur>
> **Réponse** : la réponse publique, à notre façon (deux phrases au plus)
> **Statut** : ENVOYABLE, ou POUR INÈS suivi de la raison en cinq mots au plus
> ```

Ce que Claude a rendu, en 50 secondes

Six commentaires inventés par nous : quatre réponses envoyables, deux passées à Inès. Extraits, emojis retirés :

- C2, « 149 € par mois c'est du vol, la salle en bas de chez moi c'est 30 € » : « On comprend, ce n'est pas le même format : à 149 €, tu as 8 séances par mois sur reformer, à six personnes au plus, avec Inès ou Hugo juste à côté de toi. Si tu veux te faire une idée sans t'engager, la séance d'essai est à 25 €. » Envoyable.
- C3, une mère de 72 ans avec une prothèse de hanche : « POUR INÈS · question médicale », avec une réponse d'attente qui renvoie vers son chirurgien.
- C4, une place jeudi à 12 h 15 : « POUR INÈS · place jeudi à vérifier ». Il n'avait pas le planning, il l'a dit.
- C5, « ça fait perdre du ventre ? » : « On ne promet ni perte de poids ni ventre plat. Sur le reformer, on travaille la force, la posture et le dos. » Envoyable.

Ce qu'on en retient

Le tri bouge. Dans une première série, la même consigne sans la ligne « Nous sommes le lundi 16 novembre » avait classé C2 « POUR INÈS · critique publique du prix ». Écris toi-même la liste de ce qui est sensible (partie 10), et date chaque consigne : sans date, il a cru que le « jeudi » de C4 était passé.

---

6. La boucle des chiffres : 78 % des vues, 0 €

La consigne

Mission : « Tu relies chaque post aux essais réservés et aux ventes, et tu dis à l'agent Contenu quoi refaire la semaine suivante. » Trois fichiers joints, tous fictifs : les 20 posts, les 34 essais réservés (avec le post cité dans le formulaire) et les 16 ventes.

```
À COLLER

Nous sommes le lundi 16 novembre 2026, 6 h. Voici nos quatre dernières semaines : les posts, les essais réservés (avec le post qui a donné envie, d'après le formulaire) et les ventes qui ont suivi. Calcule tout à partir des fichiers. Réponds avec ces quatre titres :
## Ce qui rapporte (par type de post : vues, essais, ventes en euros)
## Ce qui ne rapporte pas
## Le chiffre à retenir (une phrase)
## Consigne pour l'agent Contenu, semaine du 16 novembre (cinq lignes au plus : ce qu'on refait, ce qu'on arrête)
```

Ce que Claude a rendu, en 131 secondes

Le chiffre à retenir, mot pour mot : « Les reels de tendance ont fait 78 % des vues (154 737) pour 0 € de ventes, alors que 8 posts pédagogiques pour débutants et pour le dos ont fait 100 % des 2 666 € avec seulement 18 % des vues. »

Il a aussi vu que le post le plus vu (41 200 vues, 630 enregistrements) n'avait amené aucun essai, et écrit la consigne de la semaine : refaire deux carrousels débutants et deux reels sur le dos, arrêter les défis et les tendances, compter les essais et les ventes plutôt que les vues. On a tout recompté : ses chiffres sont justes.

Ce qu'on en retient

Dans la première série, nos fichiers contenaient une erreur : deux essais des 15 et 16 novembre marqués « venus » avant d'avoir eu lieu. L'agent l'a repérée seul et a demandé de corriger la source.

Deux limites. On a écrit les données pour que les tendances fassent des vues et la pédagogie des essais : l'agent a trouvé un schéma qu'on y avait mis. Et la source d'un essai est ce que le client déclare ; l'agent l'écrit lui-même : « Une tendance a pu jouer un rôle sans être citée. »

---

7. La page du matin, et comment la lancer chaque jour

La consigne

Mission : « Tu lis le travail des autres agents et tu écris la page du matin d'Inès. » Le message contient les trois sorties précédentes et l'agenda du lundi :

```
À COLLER

Nous sommes le lundi 16 novembre 2026, 7 h. Voici le travail des agents cette nuit et l'agenda du jour. Écris ma page du matin, une seule page, lisible en une minute sur mon téléphone, avec ces quatre titres :
## Ce qui a marché
## Ce qui est réservé aujourd'hui
## La suite
## En attente de toi
```

Ce que Claude a rendu, en 89 secondes

18 inscrits pour 24 places, 3 places libres à 12 h 15, huit points en attente. Le cinquième montre à quoi sert un chef d'orchestre : « E-mail : il dit "il nous reste de la place à 18 h 30", mais le cours de ce soir est complet. » Il a croisé l'e-mail du module 1 avec l'agenda, ce qu'aucun agent ne pouvait faire seul.

Limite : la page fait près de 600 mots, deux à trois minutes de lecture au lieu d'une. Impose un plafond de mots.

La lancer chaque matin

La doc de Claude Code donne trois façons officielles :

- une tâche planifiée dans Claude Desktop (onglet Code, Scheduled, New task, puis Weekdays). Elle tourne sur ton ordinateur, avec tes fichiers, si l'application est ouverte : un Mac en veille saute le passage.
- une tâche planifiée dans le cloud (`/schedule`). Elle tourne ordinateur éteint, mais part d'un dépôt GitHub, sans tes fichiers locaux, en mode auto, avec tous tes connecteurs par défaut. Encore en « research preview ».
- `/loop`, qui ne tourne que dans une session ouverte.

Ou le planificateur de ton système (cron, launchd) avec `claude -p` et `--agent`, qui reprend la consigne du chef d'orchestre. Exemple de ligne pour `crontab -e`, jours de semaine à 6 h (le `\%` est voulu) :

À COLLER

```
0 6 * * 1-5 cd ~/marketing && claude -p --agent chef-orchestre "$(cat consignes/page-du-matin.txt)" > pages-du-matin/$(date +\%F).md
```

Deux pièges : `--bare` n'utilise pas ton abonnement mais une clé API facturée à l'usage ; et une variable `ANTHROPIC_API_KEY` présente sur ta machine passe avant ton abonnement, prévient l'aide d'Anthropic.

---

8. Brancher Claude Code à ton CRM, ton agenda et tes réseaux

Les branchements passent par MCP, le protocole qui relie Claude à d'autres outils. Connecte l'outil sur claude.ai (Personnaliser, Connecteurs) et il apparaît dans Claude Code, ou ajoute-le en ligne de commande puis tape `/mcp` pour te connecter :

À COLLER

```
claude mcp add --transport http hubspot --scope user https://mcp.hubspot.com/anthropic
```

Connecteurs officiels vérifiés le 14/11/2026, sur la page de l'éditeur ou dans l'annuaire de Claude :

- **CRM, HubSpot** : `https://mcp.hubspot.com/anthropic`, en lecture et en écriture (contacts, entreprises, affaires).
- **Agenda, Google Agenda** : fait par Google. Il lit tes événements, en crée, cherche des créneaux libres. À brancher depuis claude.ai, comme Gmail : la doc de Claude Code dit que les deux refusent la connexion directe. L'envoi d'e-mail de Gmail passe en « ask ».
- **Calendly** : `https://mcp.calendly.com`, hébergé par Calendly. Il crée des liens de réservation à usage unique.
- **Stripe** : `https://mcp.stripe.com`. Stripe conseille lui-même d'approuver chaque appel d'outil.
- **Brevo**, pour les e-mails : `https://mcp.brevo.com/v1/anthropic/mcp`. Contacts, listes, campagnes.
- **Réseaux, Buffer** : `https://mcp.buffer.com/mcp`, compris dans toutes les formules, gratuite comprise. Il crée, programme ou garde en brouillon des posts sur onze réseaux, dont Instagram (comptes professionnels), Facebook, LinkedIn et TikTok. Aucun outil pour les commentaires.
- **Higgsfield** : `https://mcp.higgsfield.ai/mcp`.
- **ElevenLabs** : `https://api.elevenlabs.io/v1/mcp`. La version de l'annuaire de Claude n'a ni image, ni vidéo, ni musique.
- **Google Analytics** : serveur publié par Google sur GitHub (googleanalytics/google-analytics-mcp), en lecture seule, à installer toi-même.
- **Instagram, commentaires** : aucun serveur MCP de Meta trouvé. L'API officielle d'Instagram permet de répondre depuis un compte professionnel, mais seulement aux commentaires de premier niveau, ni aux réponses ni aux commentaires masqués. En message privé : un seul message, dans les 7 jours qui suivent le commentaire. Buffer te laisse aussi répondre à la main dans sa boîte Community.

Un commentaire Instagram est écrit par un inconnu et peut cacher des instructions : l'agent qui lit les commentaires ne doit avoir ni Stripe ni l'envoi d'e-mails.

---

9. Ce que ça coûte

Relevés le 14/11/2026. Claude, ElevenLabs et Buffer n'affichent que des dollars hors taxes, convertis au dernier cours de la BCE (13/11/2026, 1 € = 1,1052 $). TVA : 20 %.

- **Claude** : Pro 20 $ HT par mois (environ 18,10 € HT, 21,70 € TTC), ou 17 $ par mois à l'année, Claude Code compris. Max 100 $ HT par mois (environ 90,50 € HT), cinq fois l'usage de Pro. L'ancien Max 20x s'appelle désormais Ultra, 200 $ HT par mois.
- **Higgsfield**, en euros hors TVA : Starter 19 € par mois (270 crédits) ; Plus 59 € par mois, 35 € à l'année (1 200 crédits) ; Ultra 129 € par mois, 65 € à l'année (3 000 crédits). Les modèles « illimités » ne marchent que sur le site, pas par le connecteur : tes agents paient chaque génération en crédits.
- **ElevenLabs** : gratuit à 10 000 crédits (environ 10 minutes de voix), sans licence commerciale. Starter 6 $ HT par mois (environ 5,40 € HT), la première formule avec licence

commerciale, environ 30 minutes ; Creator 22 $ HT (environ 19,90 € HT), environ 121 minutes.
- **Buffer** : gratuit pour 3 canaux. Essentials 6 $ HT par canal et par mois (5 $ à l'année). L'approbation des brouillons n'existe que dans Team, 12 $ HT par canal et par mois (10 $ à l'année). Facturé en dollars, sans TVA française mentionnée : vois-le avec ton comptable.

Au plus bas, pour trois réseaux : Claude Pro, Higgsfield Starter, ElevenLabs Starter et Buffer Essentials font environ 59 € HT par mois.

---

10. Ce qui interrompt la boucle

Neuf cas sortent de la file automatique et arrivent chez toi tout de suite. La consigne de l'agent Escalade, à adapter (non testée telle quelle) :

À COLLER

```
Avant toute réponse, tout post ou tout e-mail, vérifie cette liste. Si un seul cas s'applique, ne prépare rien d'envoyable : écris « POUR [ton prénom] » et la raison en cinq mots.
1. La personne demande à parler à un humain.
2. Le message est en colère, ou critique en public le prix ou le service.
3. Il est question de santé : douleur, blessure, grossesse, traitement.
4. Le texte promet un résultat : poids, santé, revenu, délai, « garanti ».
5. Le post fait plus de [10] fois nos vues habituelles en 24 h.
6. Un prospect demande un prix, une place ou un rendez-vous.
7. Une musique est utilisée sans licence commerciale.
8. Quelqu'un demande à se désinscrire ou à effacer ses données.
9. Il reste moins de [20 %] des crédits du mois chez Higgsfield ou ElevenLabs.
```

Le cas 2 est celui que notre agent a classé tantôt envoyable, tantôt pour Inès. Pour le cas 7, les règles de Meta, en vigueur depuis le 26 mars 2024, disent que l'utilisation de musique « à des fins commerciales et non personnelles est […] interdite, à moins que vous n'ayez obtenu les licences appropriées ».

---

11. Le cadre légal

On n'est pas avocats. Textes relus le 14/11/2026.

Les e-mails

- à un particulier, pas d'e-mail commercial sans son accord préalable (article L34-5 du Code des postes et des communications électroniques), par une case à cocher non pré-cochée, précise la CNIL. Exception : un client qui t'a déjà acheté quelque chose, pour des offres analogues, s'il a pu refuser à la collecte puis dans chaque e-mail.

- à un professionnel, sur un sujet lié à son métier : possible sans accord préalable, avec information et droit d'opposition (position de la CNIL).
- dans chaque e-mail : qui l'envoie, un objet en rapport avec l'offre, un moyen simple et gratuit de se désinscrire.

Les contenus générés par IA

- depuis le 2 août 2026, l'article 50 du règlement européen sur l'IA s'applique. Une image, une vidéo ou une voix réaliste générée par IA, qui peut passer pour vraie (un « hypertrucage »), se signale de façon visible dès la première exposition. Même avec une personne inventée mais plausible, d'après les lignes directrices de la Commission du 5 novembre 2026.
- un texte publicitaire écrit par IA n'a pas à être signalé, sauf s'il parle de santé, de sécurité ou de durabilité ; une vraie relecture humaine, sous ta responsabilité, l'exempte alors. Corriger l'orthographe ne compte pas.
- le délai au 2 décembre 2026 (règlement 2026/1744) ne vise que le marquage technique dû par les éditeurs comme Higgsfield, pas ton étiquette.
- Instagram, lui, demande d'étiqueter toute vidéo photoréaliste ou tout son réaliste généré par IA, y compris « un reel raconté avec une voix off réaliste générée par l'IA », sous peine de sanctions.
- la loi française sur l'influence commerciale (loi 2023-451, article 5) impose « Images virtuelles » quand un visage ou une silhouette est produit par IA. Elle vise l'influence exercée « à titre onéreux » ; pour une entreprise sur son propre compte, à vérifier.

Les promesses

Est trompeuse une allégation fausse ou de nature à induire en erreur sur « les résultats attendus » d'un service (Code de la consommation, article L121-2). Ne rien promettre sur le poids ou la santé reste la règle prudente.

---

12. Les limites, honnêtement

- c'est un plan. Quatre rôles sur 36 ont tourné, sans connecteur, sur des fichiers préparés à la main. Le reste est à écrire et à régler toi-même, en un temps qu'on n'a pas mesuré.
- les données sont fictives. Le test montre que les agents lisent bien des chiffres et tiennent des consignes, pas ce que rapporteraient tes posts.
- 36 agents ne font pas 24 employés : un agent ne rappelle pas un client, ne signe rien, n'assume aucune responsabilité. « Plus d'abonnés deviennent des clients » est une promesse que notre test ne prouve pas, et on a retiré de la vidéo « avant tes concurrents », impossible à vérifier.
- sous-agents et tâches planifiées puisent dans les limites de ton abonnement. Une grosse partie des 36 rôles chaque jour avec Pro : à tester. Les quatre passes finales du test valent 1,17 $ au prix public de l'API d'après Claude Code ; sur notre abonnement, rien de facturé en plus.

---

13. La méthode

Test lancé le 14 novembre 2026 entre 3 h 52 et 4 h 01 (heure de Paris) avec `claude -p` (Claude Code 2.1.325), modèle Opus 5.5, sur l'abonnement d'Abyane, sans clé API, dans un dossier vide, avec `--safe-mode` et sans aucun outil. Chaque agent recevait son rôle et le brief en consigne système, les fichiers dans le message.

Studio fictif (aucun studio de ce nom trouvé à Nantes), marché réel : Google Trends France sur cinq ans et suggestions Google relevés sans connexion, hors suggestions contenant un nom de ville. Posts, essais, ventes, commentaires et agenda viennent d'un script à graine fixe. Extraits tirés de la seconde série, après correction de nos données.
