

Adobe

Tendances créatives en 2026

Fantaisie surréaliste

Laissez libre cours à votre imagination.

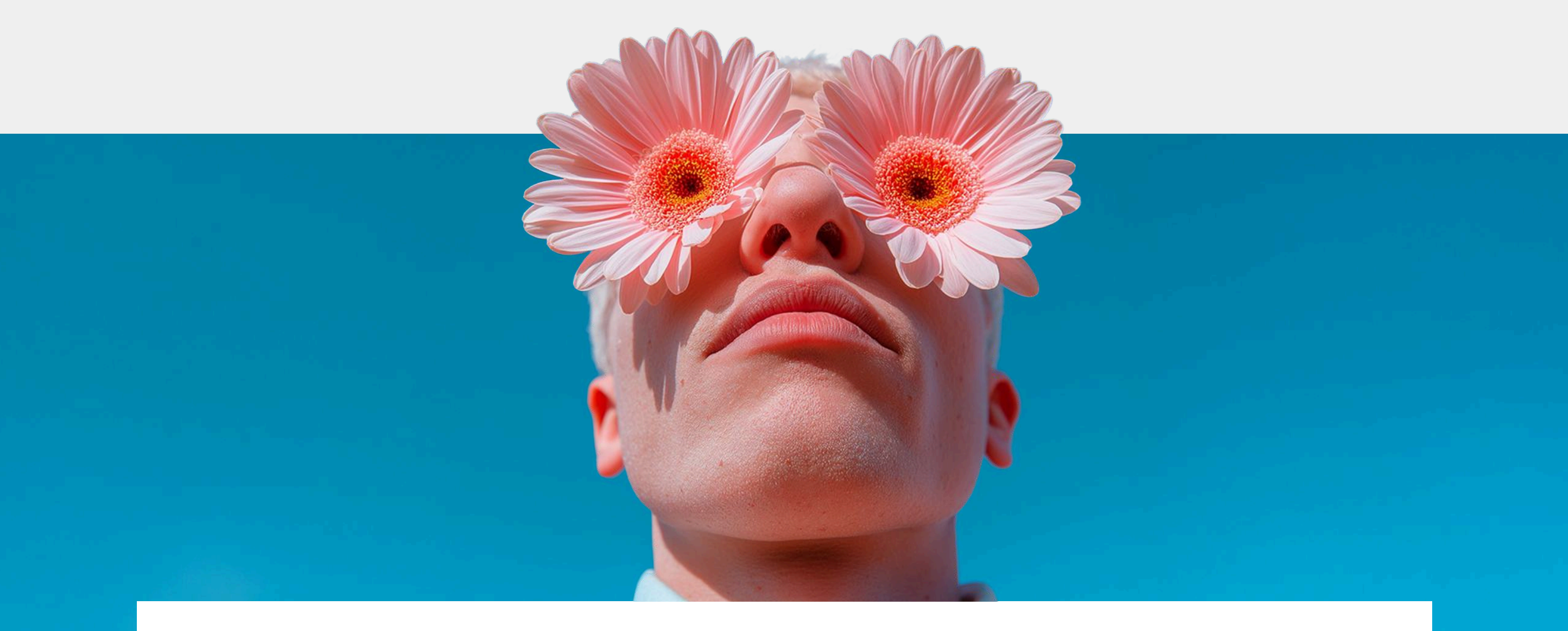
Explorez la collection Fantaisie surréaliste



Partagez des créations libres, audacieuses et assumées.

La tendance Fantaisie surréaliste invite les marques à révéler leurs facettes les plus surprenantes et fantasques. Grâce à l'IA générative, des contenus inattendus et magnétiques prennent vie. Divertissants et ludiques, les visuels intriguent et captent l'attention.

Créez avec les modèles Fantaisie surréaliste



Osez l'inattendu.

+24

points au-dessus de la moyenne

Les marques perçues comme festives et ludiques détiennent un avantage majeur quand il s'agit de pérenniser la demande.

Source : Greenbook

68 %

des jeunes du monde entier recherchent du contenu drôle et divertissant pour s'évader de la réalité.

Source : VICE

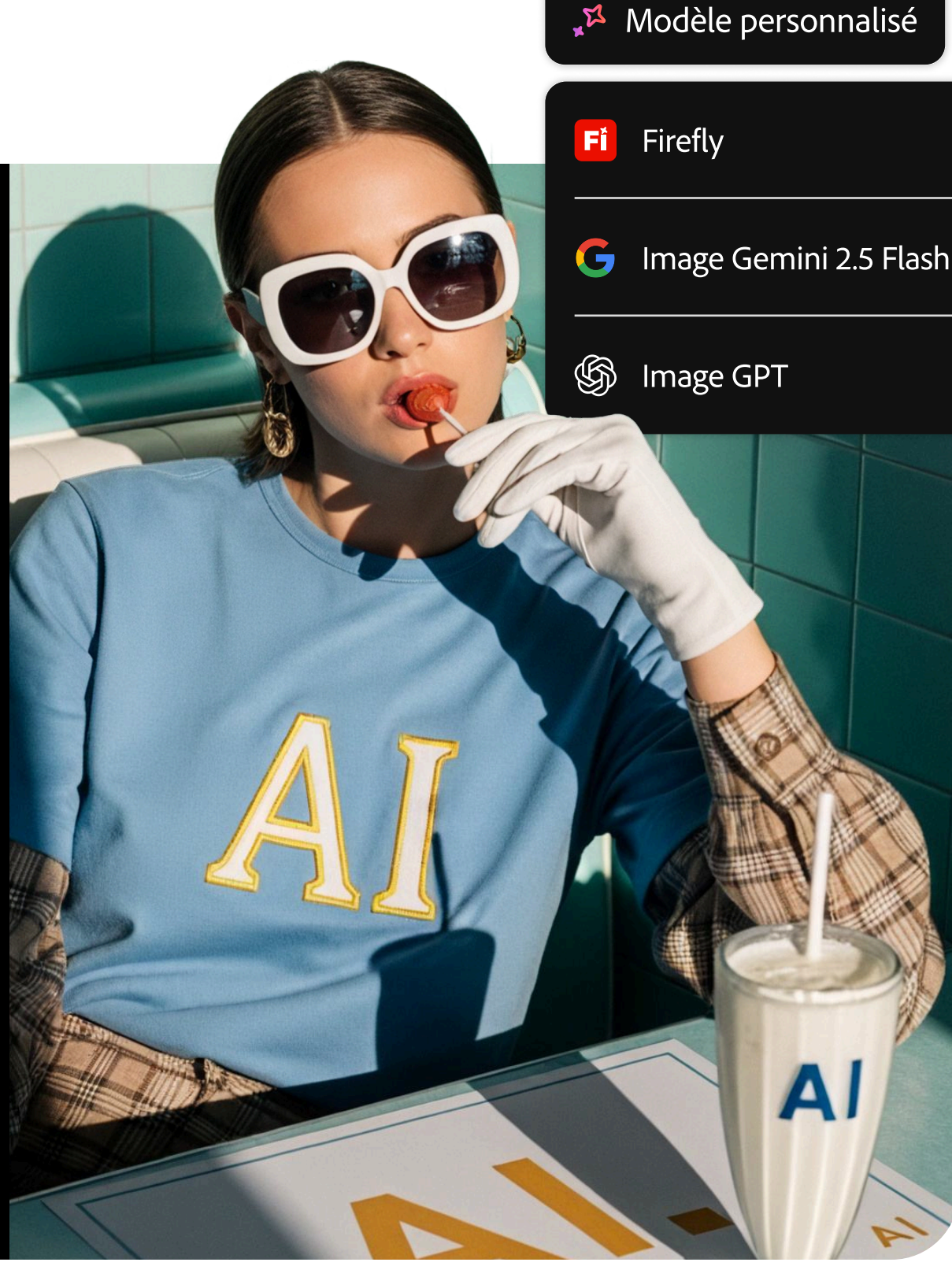


Cultivez une curiosité sans bornes.

Quand on cesse de contraindre l'IA à imiter l'existant, elle se met à imaginer l'inédit, et c'est là que naît la fantaisie.

Résumé de la tendance

Les modèles d'IA générative libèrent instantanément le potentiel créatif de vos idées. Adobe Firefly et ses modèles partenaires vous offrent la flexibilité et la puissance indispensables pour innover à votre manière.



Donnez vie à vos idées avec un moodboard Fantaisie surréaliste

“

Nous vivons une époque étrange ; lorsqu'on parvient à retourner la situation et à présenter cette étrangeté avec humour, le résultat est incroyablement captivant et divertissant... c'est une approche d'une grande intelligence, qui force l'admiration.

Brenda Milis
Principal of consumer and creative insights, Adobe



Gardez une longueur d'avance. Recevez votre feuille de route créative avec toutes les tendances et les nouveautés.

Télécharger le rapport

Sources : « The Great Vibe Shift » (Le grand changement d'atmosphère), VICE, 2023.

Polly Wyn Jones, « Serious About Fun: How Play Can Boost Your Brand's Appeal » (Le plaisir est une affaire sérieuse : comment le jeu peut renforcer l'attrait de votre marque), Kantar, 26 novembre 2024.