



# Innovation créative : à quoi s'attendre ?

Adobe en partenariat avec Edelman  
Data & Intelligence et Havas Play

# Introduction

C'est indéniable : le monde du travail ne ressemble plus vraiment à ce qu'il était il y a quelques années. Bien que les grands visionnaires et prévisionnistes de tendances d'autorité mondiale ne manquent pas dans le secteur de la création, personne n'aurait pu prévoir la forme que revêt aujourd'hui le travail. Avec la rapidité des avancées technologiques et l'avènement de l'IA générative, cette mue n'est pas près de s'achever.

Pour autant, le changement peut être bénéfique. Il ouvre des perspectives et nous donne également l'occasion de progresser en remettant en question nos méthodes de travail.

## Qu'est-ce que l'IA générative ?

L'IA générative est un sous-ensemble de l'intelligence artificielle (IA) axé sur la création ou la production de contenu inédit tel que du texte, des images ou même de la musique. Elle fait appel à des techniques de machine learning pour générer des données analogues à celles avec lesquelles elle est entraînée.

Quel rôle l'IA générative jouera-t-elle ? Comment en tirer parti pour libérer l'imagination et comment exploiter la technologie pour ouvrir la voie à de nouveaux modes d'expression ?

Nous nous sommes entretenus avec 450 profils créatifs et non créatifs, exerçant dans différents domaines et affichant divers degrés d'adoption de l'IA, afin de dresser un état des lieux de la productivité créative dans plusieurs secteurs d'activité (retail, industrie, médias et finance).

Nous allons voir comment l'IA générative décuple la créativité, permet de créer de nouveaux formats de contenu et libère les équipes de la routine des tâches manuelles.

Que vous débutiez ou que vous soyez déjà à la pointe de la technologie, ce rapport fournit de nombreux insights concrets pour améliorer la productivité, alléger la charge du personnel ou donner un nouvel élan à votre créativité.



# Réveiller l'artiste qui sommeille en nous

Vous souvenez-vous de cet engouement du grand public pour une application basée sur l'IA qui transformait celui ou celle qui l'utilisait en artiste sur Instagram ? En 2022, les autoportraits d'internautes dans des paysages irréels ont proliféré. Générés par l'IA, ils préfiguraient l'adoption massive de cette technologie.

Du jour au lendemain, nous avons eu l'impression que l'IA générative était accessible à tout le monde. C'est là toute la beauté du talent artistique optimisé par l'IA, qui démocratise la créativité comme jamais auparavant.

Si un certain nombre d'entre nous font naturellement preuve de prudence, l'avenir de la création optimisée par l'IA n'est pourtant pas aussi dystopique qu'on pourrait le croire. L'IA générative nécessite toujours des ressources, du texte pour générer des images et des vidéos, ainsi que des idées. Or, ces dernières sont depuis toujours le terreau de la créativité. La communauté créative devra toujours réfléchir à la forme et à la composition, à l'éclairage, aux couleurs et à la perspective, à ceci près que ses idées seront moins bridées par la technique.

C'est dans cet environnement qu'émergent les tendances les plus intéressantes liées à l'IA : les profils créatifs font appel à elle pour accélérer les tâches manuelles répétitives, tandis que les non créatifs l'utilisent pour monter en compétences.



## Qu'entendons-nous par « profil créatif » et « profil non créatif » ?

Même si la créativité transcende les rôles et les fonctions, il nous paraît important de distinguer les métiers créatifs des métiers non créatifs. Pour les besoins de ce rapport, notre étude qualifie de « profil créatif » toute personne qui exerce des missions de création ou de design dans une entreprise utilisant des applications de création. Un « profil non créatif » désigne un talent (occupant un poste de direction/d'encadrement) qui, étant donné la spécificité de ses fonctions, crée, produit ou partage du contenu créatif.

# Une imprimante au service de l'imagination

Tash Thomas, Operations Director chez Havas UK, associe volontiers l'IA générative à une imprimante au service de l'imagination : « **Un profil créatif ayant une idée en tête se mettait d'ordinaire à en dessiner un croquis à la main ou à en rédiger le script. Vous pouvez désormais formuler un prompt dans un moteur d'image et, en retour, ce dernier vous réservera une production que vous n'auriez sans doute jamais imaginée.** »

Il s'agit assurément d'une méthode intéressante pour explorer des idées et tester différents concepts. Elle laisse aux équipes créatives toute latitude pour garder l'esprit suffisamment ouvert afin de créer des contenus attrayants et remarqués.

Pour Meredith Cooper, Senior Director of Product Marketing chez Adobe, la perspective la plus prometteuse parmi ces multiples bouleversements réside dans le potentiel de la nouvelle ère de créativité qui s'amorce :

««

**L'émergence de l'IA générative ouvre véritablement la voie à une créativité sans limites. L'idéation est instantanée. Les équipes créatives concrétisent leurs idées immédiatement, laissant place au partage, à l'itération et à la collaboration. Les ébauches bâclées, puis retravaillées et les séances de réflexion, toutes fastidieuses, sont jetées aux oubliettes.**

»»

Meredith Cooper,  
Senior Director of Product Marketing,  
Adobe

Les séances de réflexion pourraient alors devenir un espace de liberté au sein duquel les profils créatifs seraient en mesure de laisser libre cours à leur imagination et de tester instantanément leurs idées les plus originales à l'aide de l'IA générative. Ce processus de test accéléré permet de faire le tri entre les bonnes et les mauvaises idées, et de réagir en temps réel au monde environnant.

Pour Lewis Oliver, Senior Designer chez Havas Play, c'est là toute la magie de l'IA :

« **À l'époque où la plupart des projets étaient régis par les calendriers d'impression, les délais de production étaient nettement plus confortables. Aujourd'hui, il est possible de créer et charger un contenu le même jour et de le mettre en ligne 10 minutes après avoir enregistré le fichier. La création et la publication de contenus s'opèrent en boucle quasi continue. Notre clientèle entend faire preuve de réactivité. Nous recevons à présent des briefs pour donner suite à des événements en vue ou ancrés dans la pop culture, ce qui prouve qu'il existe bel et bien une demande axée sur la rapidité et l'ultraréactivité.** »

Dans ce contexte de liberté débridée, où va le design ?

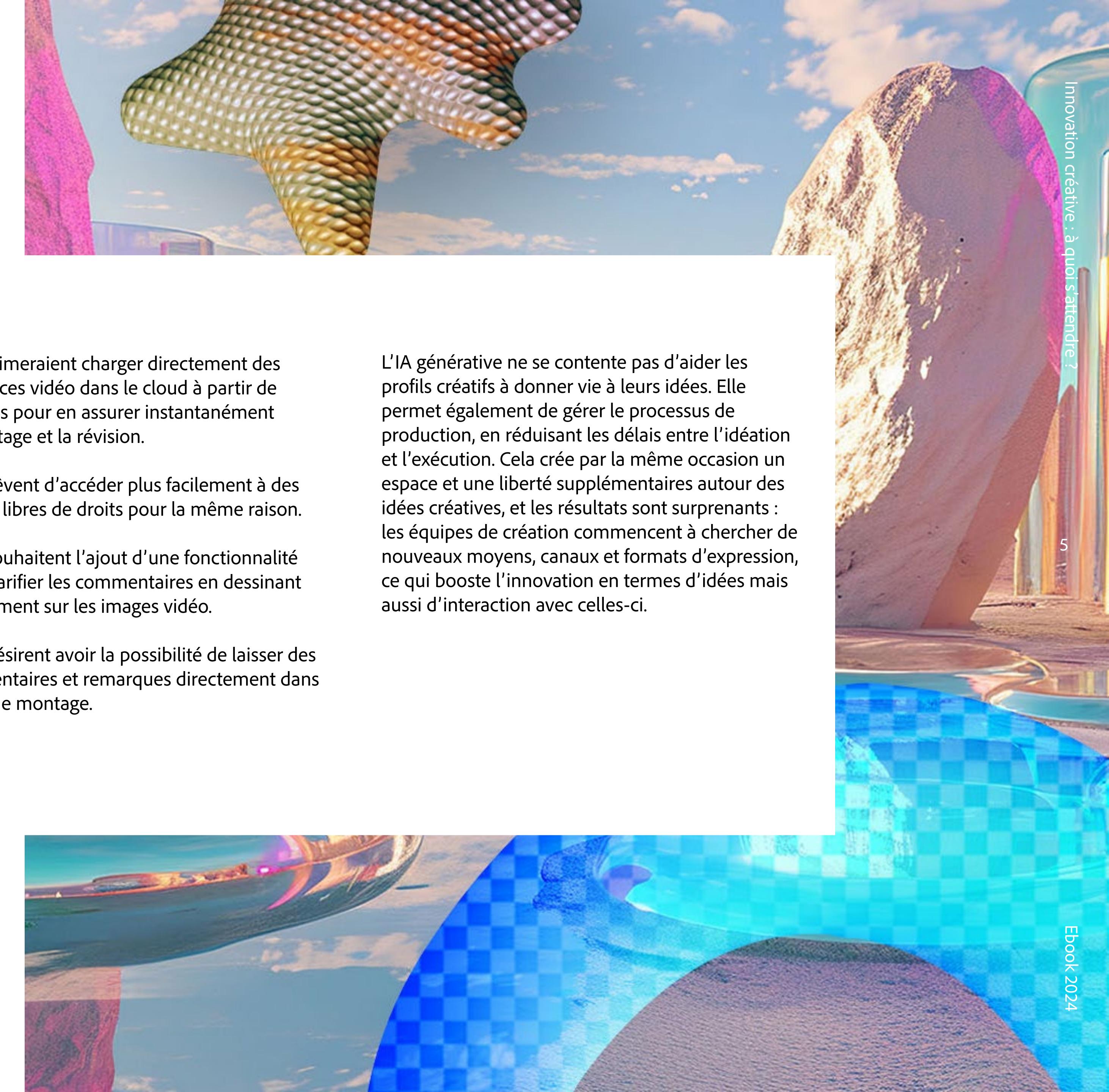
# Solutions concrètes

**57 %** des décisionnaires estiment que l'IA générative jouera un rôle majeur dans leur entreprise, en relevant certains des principaux défis lancés à celles et ceux qui créent du contenu. **60 %** attendent plus précisément un coup de pouce pour accélérer le lancement du contenu. Pour Jonathan Tse, Director of Product Marketing chez Adobe, l'IA générative contribue à résoudre la sempiternelle problématique consistant à en faire plus avec moins : « **Les équipes dirigeantes qui adoptent des solutions d'IA générative ciblées en retirent d'ores et déjà d'énormes gains de productivité créative.** »

Lors de nos échanges avec les équipes travaillant en première ligne sur la création de contenu, celles-ci nous ont fait part de requêtes très spécifiques :

- **79 %** aimeraient charger directement des séquences vidéo dans le cloud à partir de caméras pour en assurer instantanément le montage et la révision.
- **74 %** rêvent d'accéder plus facilement à des images libres de droits pour la même raison.
- **71 %** souhaitent l'ajout d'une fonctionnalité pour clarifier les commentaires en dessinant directement sur les images vidéo.
- **71 %** désirent avoir la possibilité de laisser des commentaires et remarques directement dans l'outil de montage.

L'IA générative ne se contente pas d'aider les profils créatifs à donner vie à leurs idées. Elle permet également de gérer le processus de production, en réduisant les délais entre l'idéation et l'exécution. Cela crée par la même occasion un espace et une liberté supplémentaires autour des idées créatives, et les résultats sont surprenants : les équipes de création commencent à chercher de nouveaux moyens, canaux et formats d'expression, ce qui booste l'innovation en termes d'idées mais aussi d'interaction avec celles-ci.



# Une industrie de l'image en plein essor

Alors que le marché de la vidéo et de l'image poursuit son expansion, les équipes créatives s'intéressent plus que jamais à différentes techniques photo et vidéo qu'elles ont à cœur de maîtriser.

Parmi les principaux registres de contenu, la communauté créative marque un intérêt prononcé pour le tournage sur le vif, la prise de vues image par image et les vidéos en réalité virtuelle à 360°.

Meredith Cooper suit de près cette tendance : « **C'est un régal que d'observer les équipes créatives se servir des avancées technologiques pour impulser**

**de nouvelles tendances. Nous suivons celles-ci de près chez Adobe. Nous voulons apporter notre aide, indépendamment du mode d'expression choisi par les profils créatifs et de la manière dont les marques entendent cibler leurs audiences. Il s'agit de laisser la créativité occuper le devant de la scène. Comment faire au mieux ? Comment accompagner et doter des moyens nécessaires celles et ceux qui l'impulsent ? »**

L'essor du marché de la vidéo et de l'image encourage la communauté créative à rechercher de nouveaux axes de croissance. **60 %** des profils créatifs interrogés réalisent déjà un nombre considérable de retouches photo, **51 %** travaillent sur des effets spéciaux et **49 %** sur le design d'images 2D.

À une écrasante majorité (**72 %**), ils estiment que la vidéo constitue un pari audacieux pour le déploiement d'expériences personnalisées, et ils sont près de **trois sur quatre** à admettre que la vidéo 8K devient prioritaire dans leur entreprise. Avec l'évolution rapide des technologies et des perfectionnements de l'image, ainsi que la rapidité et la facilité de production croissantes, les éléments visuels autrefois réservés aux spécialistes du domaine deviennent de plus en plus accessibles.

Plus de la moitié des profils créatifs souhaitent créer davantage de vidéos en réalité virtuelle à 360 °, **53 %** veulent utiliser davantage les prises de vues image par image et **61 %** s'intéressent au tournage sur le vif.

Or, en dépit d'une accessibilité accrue, des obstacles, comme le manque de formation et d'initiation, freinent toujours le développement de nouvelles compétences.

**59 %** indiquent que le manque d'expérience les empêche de créer les types de contenu visuel qui les intéressent. **56 %** déplorent une formation insuffisante, **52 %** le manque de temps et **50 %** la difficulté d'accès aux outils adéquats sur leur lieu de travail.

L'IA générative fait partie de ces outils. Adobe Firefly est d'ailleurs déjà très en vogue dans les équipes créatives. « **L'IA générative n'est pas une nouveauté. S'il est peu probable qu'elle remplace les êtres humains, il est vraisemblable qu'elle devienne indissociable de nos modes de vie et de travail à l'avenir. Il est vital que nous mettions à profit cette technologie pour transformer l'organisation de notre vie non seulement professionnelle, mais aussi personnelle** », affirme Tash Thomas.

# Une créativité sans limites

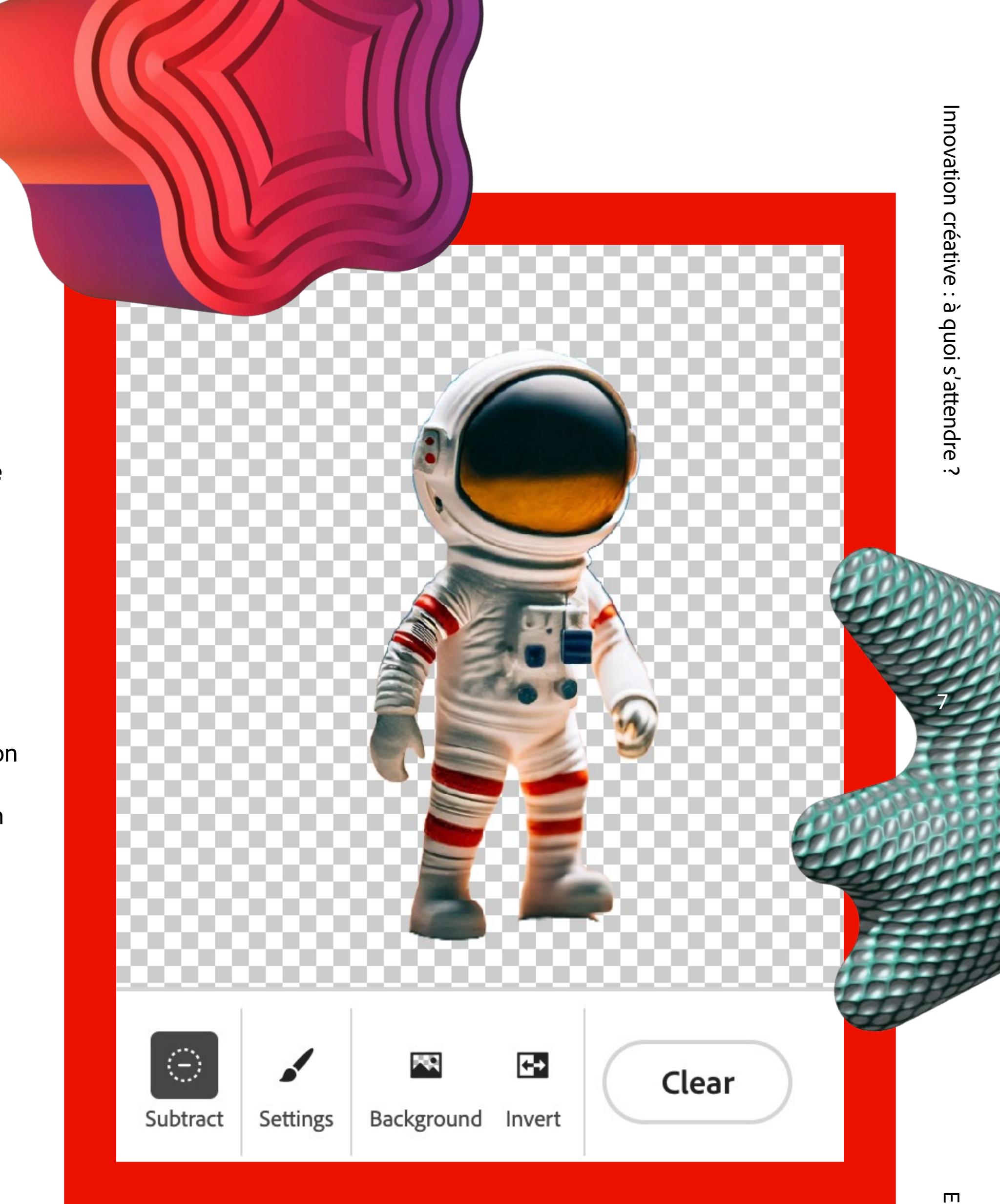
Les tâches manuelles répétitives épuisent les équipes de création. Charger des séquences vidéo dans le cloud, rechercher des extraits vidéo libres de droits pour combler des manques, clarifier des remarques, les assimiler et les prendre en compte, et transférer des médias à partir de cartes mémoire et de disques durs sont autant d'opérations aussi essentielles que chronophages faisant partie de la charge de travail d'un spécialiste de la création.

Pour **58 %** des profils créatifs, le temps passé à attendre le chargement, le téléchargement ou le transfert des fichiers constitue un réel facteur d'inefficacité dans leur workflow. **54 %** déplorent être interrompus plusieurs fois par semaine pour rendre les contenus, médias ou ressources accessibles aux personnes qui en font la demande.

Pour les projets de contenu visuel, la plupart des profils créatifs ont le sentiment de perdre du temps sur les tâches manuelles et aimeraient disposer de meilleures solutions.

Lewis Oliver prend l'exemple de l'outil Sélection directe. Auparavant, « **le détourage d'une image pouvait prendre des heures en fonction de la complexité de celle-ci. À présent, avec l'outil Remplissage génératif, un simple clic suffit. Je m'en sers pour le détourage lorsque je suis pressé par le temps ou pour l'assemblage d'une planche de tendances** ».

C'est là où la puissance de l'IA générative ressort véritablement, non pas uniquement dans la création d'illustrations, mais dans sa capacité à ménager le bien le plus précieux de l'entreprise : le temps. Non pas uniquement pour améliorer l'efficacité, mais pour se donner les moyens d'une réflexion plus ambitieuse et d'une créativité sans pareille.





Près de **trois profils créatifs sur quatre** et **83 %** des profils non créatifs estiment que l'utilisation de l'IA générative sur des projets créatifs les aide à travailler plus efficacement. En outre, plus de **70 %** des décisionnaires, des profils non créatifs et des profils créatifs estiment que l'IA générative pourrait offrir de nouvelles opportunités créatives, en libérant du temps pour des tâches stratégiques et essentielles telles que le design 3D. Les profils créatifs (**84 %**) montrent de l'intérêt pour le contenu 3D, tant pour son impact visuel immédiat (création d'expériences immersives ou de designs 3D) que pour les gains d'efficacité procurés. Néanmoins, les problématiques de budget (**35 %**), d'adéquation des outils (**32 %**) et de formation (**32 %**) sont de nouveau mentionnées comme des obstacles à son adoption.

Alors que les décisionnaires, les profils créatifs et les profils non créatifs approuvent l'IA générative à la quasi-unanimité, l'écart entre l'intention et l'action est manifeste. Cet immobilisme émane, malheureusement, du sommet. **85 %** des décisionnaires ont confiance dans les perspectives à court terme de leur entreprise, **83 %** ont noté une évolution de la charge de travail du personnel ces 12 derniers mois, et **trois sur quatre** veulent investir dans des outils et applications pour améliorer la productivité. Or, il existe de toute évidence un décalage entre cette conviction et les mesures effectivement prises pour soulager les équipes créatives.

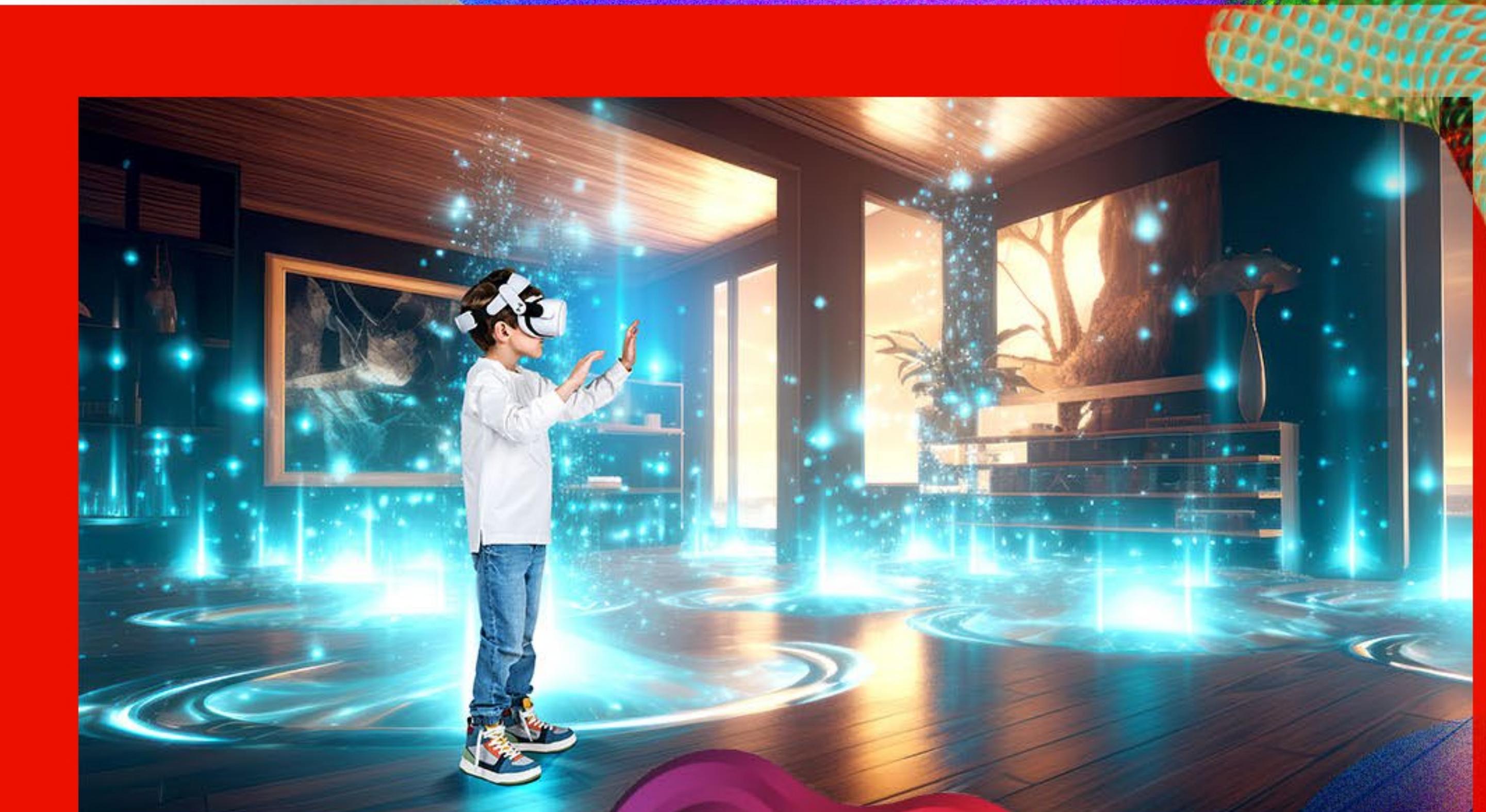
# Faire payer vos heures

Le chargement de séquences vidéo, le transfert de fichiers comme la compilation des commentaires font partie du travail des profils créatifs et représentent, à ce titre, des heures facturées. La véritable valeur ajoutée, pour les entreprises comme pour leur clientèle, réside cependant dans l'œuvre créée proprement dite.

Au lieu de se focaliser sur des tâches manuelles répétitives, les profils créatifs préfèrent créer des modèles 3D (**47 %**), visualiser des designs en 3D (**45 %**), réaliser des photos virtuelles (**30 %**) et développer des expériences immersives en réalité augmentée et en réalité virtuelle (**28 %**). Pour ce faire, ils doivent créer des expériences client plus engageantes, développer leurs capacités de création de contenu et accélérer les processus de design.

Assurer la montée en compétences de la main-d'œuvre et lui dégager du temps à cet effet ne contribue pas uniquement à améliorer le moral du personnel, à attirer les meilleurs talents et à remporter des prix. Cela permet aussi d'étoffer les offres de design, de fidéliser la clientèle et de générer de nouveaux flux de revenus.

Ce ne sont pas des idéaux inaccessibles : ils deviennent réalité sous nos yeux. Si votre oncle Serge réussit, par la magie du rendu, à se réincarner en dieu du rock, songez à ce que vous pourriez réaliser.



# Conclusion

Si l'IA générative devient peu à peu indissociable de la plupart des workflows, son utilisation continue néanmoins à susciter des réticences ou des réserves. Ces hésitations, bien que prévisibles, n'ont pas lieu d'être. Des outils intuitifs, comme Adobe Express, Frame.io et Adobe Stock, intègrent harmonieusement l'IA générative dans leurs interfaces, contribuant à lever les obstacles auxquels se heurtent les profils créatifs et non créatifs.

Pour les premiers, il s'agit de réduire le temps passé sur des tâches essentiellement manuelles, mais répétitives (autrement dit, moins lucratives). Pour les autres, l'accent est mis sur les problèmes de gestion de projet, sachant que ces deux groupes aspirent à intensifier la collaboration et à intégrer plus étroitement le partage des commentaires et des ressources.

Comme toujours, un changement s'impose et ce n'est généralement pas simple, mais pour les personnes qui adoptent la révolution IA, il pourrait être très lucratif.

## Informations produit

### Creative Cloud for Business

Découvrez la dernière version d'Adobe Creative Cloud abonnement Entreprise, optimisée par l'IA générative de Firefly.

L'édition Pro Plus de Creative Cloud est une plateforme entièrement intégrée qui réunit des solutions et des services de création de pointe pour l'ensemble de vos projets créatifs. Libérez votre créativité grâce à de puissants outils d'IA générative et augmentez la productivité avec plus de 375 millions de photos, vidéos, pistes musicales et autres contenus de qualité.

### Frame.io

Unifiez la collaboration créative avec Frame.io.

Accédez de puissants outils de révision et de collaboration dans le cloud signés Adobe avec Frame.io, une plateforme centralisée qui accélère et sécurise les révisions et la gestion des versions tout au long du processus de création. Stockez, partagez, promouvez, révisez et approuvez tous vos projets créatifs (photo, vidéo, design, etc.) sur une seule et même plateforme pour simplifier vos workflows. Cela n'a jamais été aussi facile.

### Adobe Express

Créez des flyers, des reels, des CV et des vidéos TikTok avec l'IA générative.

Démarquez-vous avec brio grâce à l'IA générative d'Adobe Firefly. Avec les outils Du texte à l'image et Du texte au modèle, les équipes créatives et les entreprises peuvent désormais exprimer leur vision dans leur travail. Saisissez une description : elle prendra vie avec Adobe Express. Créez plus facilement. Rêvez plus grand.

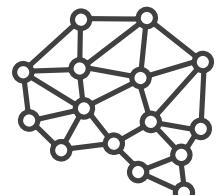
### Adobe Firefly

Décuplez la créativité avec Adobe Firefly

Avec Adobe Firefly, associez la puissance transformante de l'IA générative à des applications de création de référence. L'IA générative automatise les tâches manuelles à faible valeur ajoutée et permet ainsi de multiplier par deux à huit la capacité de création, afin que les utilisateurs et les utilisatrices de tous niveaux puissent donner vie à leurs idées. Créez en toute confiance grâce à l'indemnisation au titre de la propriété intellectuelle avec l'édition Plus de Creative Cloud.

# Pérennisez votre offre de création avec Adobe Creative Cloud abonnement Entreprise, optimisé par l'IA générative d'Adobe Firefly.

Creative Cloud abonnement Entreprise avec Firefly et Frame.io répond à vos besoins en matière de production de contenu en réunissant des solutions de création de pointe dans une plateforme intégrée pour l'ensemble de vos projets créatifs.



**Décuplez la créativité.** Accélérez les processus d'idéation et de conception grâce aux puissants outils d'IA générative intégrés aux applications de création. Développez votre identité visuelle à l'aide d'API et d'extensions de modèles personnalisés.



**Augmentez la productivité.** Racontez des histoires autrement grâce à l'intégration native de **plus de 350 millions** de photos, vidéos, pistes musicales et autres contenus de grande qualité.



**Unifiez la collaboration.** Intégrez la collaboration créative dans une plateforme qui accélère et sécurise les révisions et la gestion des versions tout au long du processus de création en centralisant le stockage et le partage.

## NOUVEAU : IA générative

Fonctionnalités optimisées par Firefly intégrées aux applications de création, avec indemnisation au titre de la propriété intellectuelle\*



## Révision centralisée

Centralisation du stockage, de la révision et de la collaboration dans Frame.io

\* Possibilité de percevoir une indemnité au titre de la propriété intellectuelle de la part d'Adobe pour le contenu généré par des workflows spécifiques optimisés par Firefly dans le cadre de certaines offres Adobe. Les conditions générales s'appliqueront.



# Merci

Envie d'en savoir plus ?

[Nous contacter](#)