



# IA générative et productivité créative

Adobe en partenariat avec Edelman  
Data & Intelligence et Havas Play

# Introduction

Les cadences de travail s'accélèrent et le monde de la création ne fait pas exception à la règle. Nos réseaux sociaux et nos plateformes de streaming ont le vent en poupe, et notre univers devient toujours plus visuel, porté par la demande en matière de designs et de contenus de qualité.

La bonne nouvelle, c'est que la technologie peut vous aider. L'avènement de l'IA générative augure un nouveau paysage créatif.

Tash Thomas, Operations Director chez Havas UK, évoque une « **prolifération technologique sans précédent** » et un « **point d'inflexion spectaculaire pour le secteur** ». Elle estime que la convergence de la créativité et de la technologie est accélérée par l'IA générative, que les équipes dirigeantes adoptent pour améliorer la productivité et la rentabilité.

## 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.

Nous avons interrogé 450 profils créatifs et non créatifs exerçant dans différents secteurs et affichant divers degrés d'adoption de l'IA afin de dresser un état des lieux de la productivité créative dans tous les domaines, du retail aux médias en passant par la finance et l'industrie.

Nous mettrons en évidence le volume de travail accru des profils créatifs et non créatifs, les pressions exercées en termes de délais de réalisation et le poids des responsabilités qui pèse sur les décisionnaires.

Que vous ayez à cœur d'améliorer la productivité, d'alléger la charge du personnel ou de donner un nouvel élan à votre créativité, les pages qui suivent regorgent d'insights concrets pour vous aider, quelle que soit votre situation actuelle.



# Le meilleur des mondes

Dans la sphère professionnelle, spontanément, l'expression « contenu créatif » fait penser à des œuvres impressionnantes : rendus 3D complexes, photos retouchées d'exception ou texte percutant. Or, ce résultat final n'est en réalité que l'un des volets du processus de création. Le rythme toujours plus soutenu au sein de l'environnement de travail moderne oblige les membres du personnel à revêtir plusieurs casquettes. Jonathan Tse, Director of Product Marketing chez Adobe, suggère que ce monde de plus en plus digital et interconnecté introduit une nouvelle dimension de complexité.

**« Il ne suffit plus de disposer des meilleurs outils de création pour créer du contenu en un clin d'œil. Mieux vaut réunir les meilleurs talents pour concevoir des idées originales capables de faire la différence afin de permettre aux entreprises de se démarquer dans un milieu ultraconcurrentiel. »** Les profils créatifs et non créatifs constatent qu'on leur demande d'accomplir davantage de tâches, plus vite, bien que la nature du travail (et sa difficulté) demeurent inchangées. **72 %** des profils non créatifs et **63 %** des profils créatifs ont l'impression de devoir prendre en charge davantage de projets, et ces deux groupes (**60 %**) reconnaissent être invités à les exécuter plus rapidement.

Or, à de rares exceptions près, le processus de création repose sur le principe que les idées ont besoin de liberté pour s'exprimer. Les tensions entre créativité et productivité ne semblent pas des conditions propices à l'imagination. Dans ce contexte, comment les profils créatifs et non créatifs gèrent-ils la situation ?

## 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 fait état de « profil créatif » pour désigner quiconque exerce des missions de création ou de design dans une entreprise utilisant des applications de création. Un « profil non créatif » se réfère à un talent (occupant un poste de direction/d'encadrement) qui, étant donné la spécificité de ses fonctions, crée, produit ou collabore sur du contenu créatif.



# Miser sur l'IA pour sortir de l'impasse

Si l'expression « productivité créative » résonne comme un oxymore, ce n'est pas forcément le cas. Les secteurs d'activité fonctionnent à un nouveau rythme, mais utilisent encore d'anciennes méthodes de travail, laissant entreprises et particuliers à la peine. Alors que la demande en matière de contenu créatif augmente, les idées continuent de jaillir malgré tout grâce à l'IA.

Soulagés des tâches manuelles fastidieuses et soutenus dans leur processus d'idéation, les particuliers comme les entreprises parviennent à accélérer la production créative.

Les profils créatifs, en revanche, semblent ne jamais pouvoir prendre de repos : malgré le large éventail de ressources qu'ils utilisent déjà, la demande a encore explosé. La solution pourrait donc être de réduire le temps passé à des tâches répétitives et de faciliter la création de contenu à grande échelle.

Alors, que peuvent faire les profils créatifs ? Exprimer leur créativité.

**82 %** des profils créatifs utilisent actuellement l'IA générative et prévoient de continuer à y avoir recours, 74 % estimant que celle-ci les aide à travailler plus efficacement. L'automatisation des workflows répétitifs et chronophages libère les profils créatifs qui peuvent se recentrer sur des tâches stratégiques et essentielles, et contribue à préserver la cohérence de la marque, tout en réduisant la nécessité de refaire ce qui a déjà été fait. Elle accélère également les réalisations empiriques grâce au recours à un outil d'IA générative tel qu'Adobe Firefly, permettant aux profils créatifs d'expérimenter nettement plus vite différents éléments et traitements créatifs.

Meredith Cooper, Senior Director of Product Marketing chez Adobe, est convaincue que des applications telles que Firefly pourraient changer la donne pour les profils créatifs. Sa capacité à mettre la puissance de l'IA générative au service d'applications de création de référence améliore non seulement l'efficacité, mais autorise aussi un processus de création nettement plus ambitieux.

**« L'IA générative fait tomber les obstacles entravant une réflexion audacieuse : la seule limite est votre propre créativité. »**

N'ayant plus à se soucier de la forme, les profils créatifs peuvent se recentrer sur le fond, à savoir utiliser de simples prompts pour remplacer des images en un clin d'œil, rectifier des arrière-plans, changer des couleurs et ajouter ou supprimer des éléments. Il est fréquent que ces outils soient intégrés à plusieurs produits. Les idées peuvent continuer de jaillir, grâce à l'IA : utilisez l'IA générative pour ajouter et supprimer des objets ou encore transformer du texte, puis ouvrez le fichier concerné dans une autre application pour continuer à travailler dessus.

Une fois les équipes familiarisées avec le potentiel créatif de l'IA générative, elles s'intéressent à ses capacités en gestion de projet. Comme pour toute nouvelle technologie, l'appréhension est le premier obstacle à son adoption. La plupart des gens se méfient naturellement du changement, sans parler des éventuelles pertes de temps à courir après l'innovation.

Pour autant, avec l'IA générative, une adoption précoce donne généralement lieu à une double intégration : horizontale, à l'échelle des workflows et des services, et verticale, selon des lignes hiérarchiques ascendante et descendante.

Faire l'expérience de l'IA générative rend les profils créatifs moins inquiets des possibles inconvénients liés à l'utilisation de cette technologie. Cette tranquillité d'esprit leur permet en outre de laisser libre cours aux idées les plus ambitieuses et audacieuses, sans le carcan du savoir-faire technique ou des délais.

Pour les profils créatifs, il s'agit certainement d'un moyen de résoudre les tensions entre créativité et productivité, en utilisant l'IA afin d'accélérer les tâches chronophages et libérer ainsi du temps pour l'idéation et l'exploration créative. De leur côté, les profils non créatifs s'en servent pour réaliser des tâches plus créatives qui leur auraient auparavant posé problème, leur permettant ainsi de faire face à un volume de travail accru.

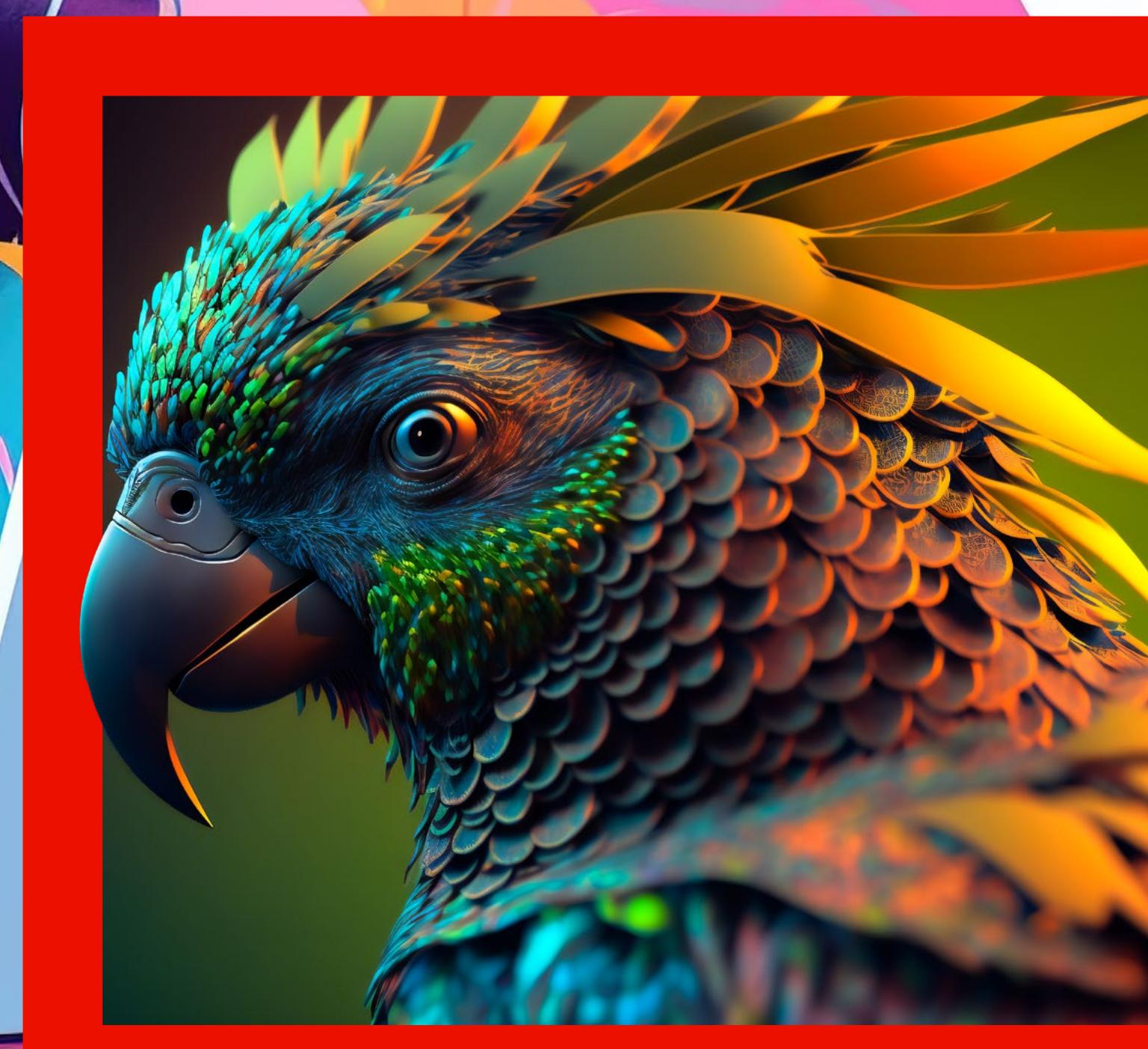
# Façonner l'avenir du travail

Par rapport à leurs homologues créatifs, les profils non créatifs sont à la traîne dans l'adoption de l'IA générative faute d'accompagnement ou de formation en entreprise. De ce fait, ils s'inquiètent davantage des risques potentiels qui y sont liés, même si **83 %** de celles et ceux qui l'utilisent actuellement estiment que cette technologie les aide à travailler plus efficacement.

Tash Thomas exhorte les entreprises à se rallier à cette technologie et aux transformations qu'elle engagera si elles entendent rester dans la course. Elles seront obligées de s'y mettre. Les équipes doivent « **analyser leurs processus et identifier des cas d'usage pour l'IA. Pas simplement pour telle ou telle production créative, mais pour résoudre des difficultés particulières tout au long du parcours. Pour ce faire, il est indispensable d'évaluer en temps réel votre processus et dans quels cas l'IA générative peut vous être profitable.** »

Mais qu'en pensent les équipes ? De plus en plus de tâches créatives étant rapatriées en interne, les demandes de création de contenu sont confiées à des profils non créatifs qui se débattent avec des contraintes de délais et de ressources (**79 %**), et subissent une pression pour développer leurs compétences en design et gagner en efficacité.

**79 %** des profils non créatifs constatent une hétérogénéité des compétences créatives dans leur équipe, même si plus des deux tiers admettent que le storytelling visuel à base d'images, d'animations graphiques ou de vidéos fait peu à peu partie intégrante de leur métier.



De plus en plus, on attend des profils non créatifs qu'ils gèrent la création du contenu et développent leurs compétences en design. Si les profils créatifs constatent une demande en hausse pour toutes les ressources qu'ils créent habituellement, les profils non créatifs observent un pic de demande pour celles d'ordinaire gérées par les équipes créatives.

Alors que leur journée de travail type était meublée de réunions internes, présentations commerciales, formations et processus, les profils non créatifs sont de plus en plus sollicités pour produire un large éventail de ressources orientées réseaux sociaux (en progression de **66 %**), contenu web (**58 %**), CRM (**56 %**) et paid media (**49 %**).

Ce déficit de qualifications est considérable et représente souvent un frein. Côté main-d'œuvre, la révolution digitale ne cesse de faire évoluer les fonctions et les descriptifs de poste, et cette disparité de compétences risque de soulever maintes difficultés.

Le personnel a besoin de solutions intuitives et conviviales pour satisfaire à toute une gamme d'expériences et inspirer confiance tout en étant collaboratives pour permettre à plusieurs parties prenantes de travailler ensemble sur des projets et faciliter l'accès aux ressources. La présence de templates peut résoudre une autre difficulté lors de la production de ressources, en contribuant à préserver la cohérence de la marque.

Adobe Express est l'un des outils permettant déjà de répondre à certaines de ces demandes.

Outre un vaste choix de modèles, ses fonctionnalités d'IA générative optimisées par Adobe Firefly, comme Du texte à l'image et Du texte au modèle, contribuent à accroître l'efficacité des designs, quelle que soit l'expérience en matière de création.

**« Si la réflexion porte essentiellement sur la façon dont Firefly peut aider à améliorer les workflows pour les profils créatifs, son impact est également considérable sur celles et ceux qui exercent des métiers non créatifs, précise Meredith Cooper. Comme nous le montre ce rapport, la charge de travail des profils non créatifs ne cesse de s'alourdir pour englober un large éventail de tâches de création. Celles-ci ne relèvent pas uniquement de l'idéation et de la création proprement dites, mais aussi de la gestion du processus créatif : compilation des commentaires, gestion de projet et partage de fichiers, par exemple. Firefly étant conçu pour vous aider à chaque étape, il multiplie par deux à huit votre capacité de création. »**

C'est au niveau de la collaboration et de la gestion de projet que résident systématiquement les obstacles à la rapidité et à l'efficacité. **La moitié** des profils non créatifs doivent faire face à des problèmes de collaboration : **30 %** évoquent de longs délais d'attente avant la phase de révision, **22 %** rencontrent des difficultés à gérer les versions au stade de la révision et **19 %** peinent à partager les fichiers à réviser.

La rapidité et l'efficacité sont des enjeux majeurs pour les décisionnaires. Mais l'IA générative est-elle la solution ?



# Gagner en efficacité

La problématique est vieille comme le monde : comment rentabiliser au maximum un minimum de ressources ? Il incombe aux équipes dirigeantes, dans leur quête incessante de gains d'efficacité, de répondre à cette question : « **Les entreprises cherchent par tous les moyens à réduire les coûts d'exploitation et à améliorer la productivité pour tirer encore davantage profit de leurs ressources** », affirme Jonathan Tse. Peu enclins à élargir leurs effectifs pour des tâches répétitives ou sans incidence sur le résultat net, les décisionnaires sont convaincus du rôle majeur que jouera l'IA générative dans leur entreprise.

Nous savons que l'IA générative contribue à la libération des profils créatifs et à la montée en compétences des profils non créatifs. Mais comment ces deux groupes gèrent-ils le volume conséquent de travail ? **71 %** des profils créatifs indiquent que l'une des principales difficultés liées à l'augmentation de leur charge de travail a trait à la gestion de projet (suivi des commentaires et partage de fichiers notamment). **79 %** des profils non créatifs jonglent, quant à eux, avec des contraintes de délais et de ressources, **53 %** rencontrant de surcroît des problèmes de collaboration.

Meredith Cooper précise que cette tendance se vérifie d'ores et déjà parmi la clientèle B2B d'Adobe.



**Le personnel, tous secteurs confondus et quel que soit le poste occupé, a de plus en plus recours aux fonctionnalités d'IA pour gérer sa charge de travail. Avec les solutions Adobe, les outils axés sur la collaboration, la productivité, le partage de fichiers et le suivi de commentaires sont tous hébergés au sein du même écosystème, ce qui facilite considérablement la gestion des projets et des charges de travail.**

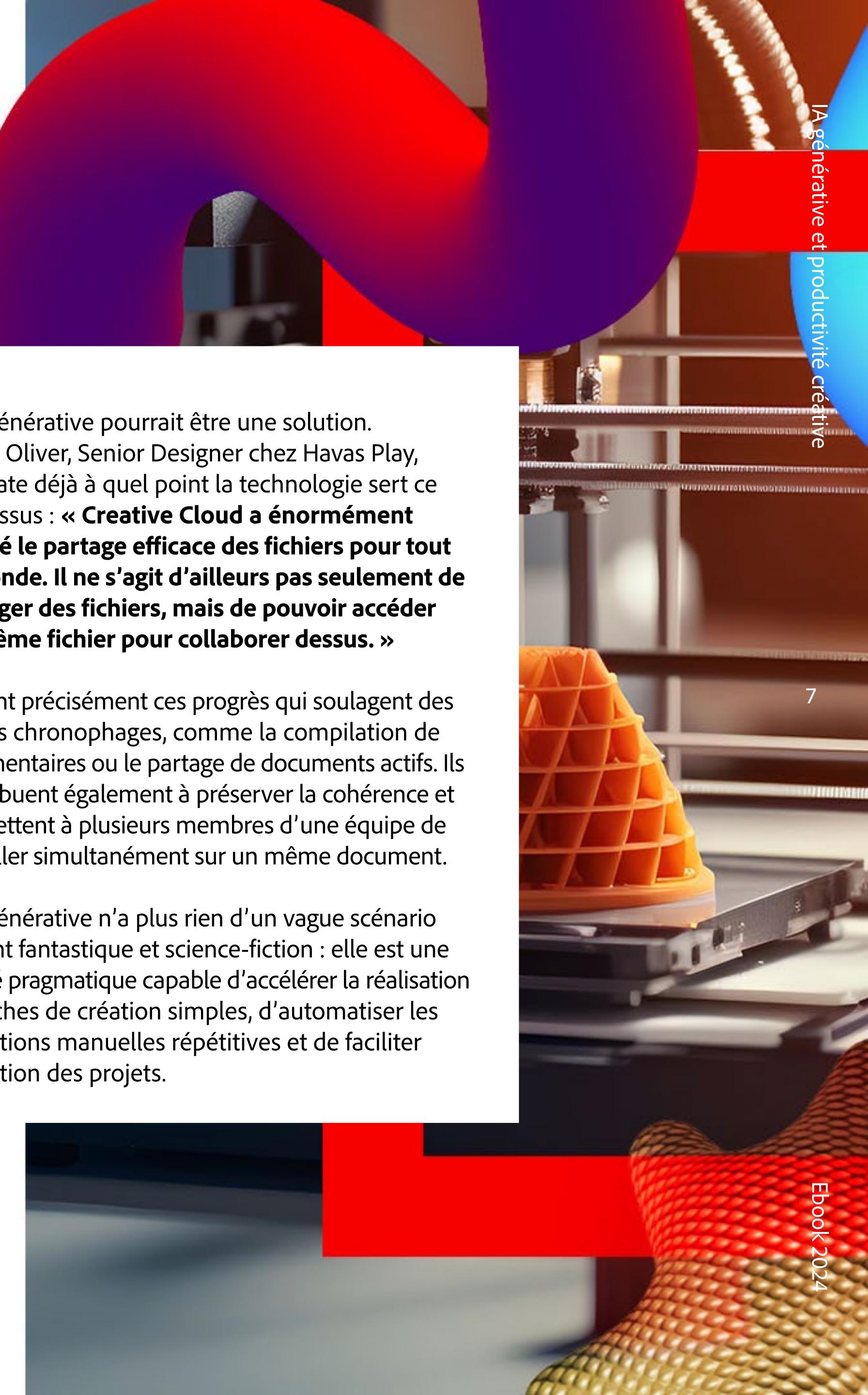


Meredith Cooper,  
Senior Director of Product Marketing,  
Adobe

L'IA générative pourrait être une solution. Lewis Oliver, Senior Designer chez Havas Play, constate déjà à quel point la technologie sert ce processus : « **Creative Cloud a énormément facilité le partage efficace des fichiers pour tout le monde. Il ne s'agit d'ailleurs pas seulement de partager des fichiers, mais de pouvoir accéder au même fichier pour collaborer dessus.** »

Ce sont précisément ces progrès qui soulagent des tâches chronophages, comme la compilation de commentaires ou le partage de documents actifs. Ils contribuent également à préserver la cohérence et permettent à plusieurs membres d'une équipe de travailler simultanément sur un même document.

L'IA générative n'a plus rien d'un vague scénario mêlant fantastique et science-fiction : elle est une réalité pragmatique capable d'accélérer la réalisation de tâches de création simples, d'automatiser les opérations manuelles répétitives et de faciliter la gestion des projets.



# Conclusion

Que réserve l'année 2024 au monde du travail ? Même si personne ne peut véritablement prédire l'avenir, le travail semble s'engager dans un sens unique... en pente ascendante. Les volumes et la productivité devraient poursuivre leur course folle, ce qui s'avère de bon augure pour les équipes capables de tenir le rythme.

Comme toujours, les pressions s'exercent en aval et n'épargnent ni le sommet ni la base des entreprises. Fort heureusement, les avancées technologiques qui entraînent ce surcroît de travail sont aussi celles susceptibles d'en alléger la charge.

Tash Thomas estime que le changement sera toujours pesant. « **En tant qu'êtres humains, nous sommes nombreux à résister au changement. Or, l'IA générative représente un changement majeur, un saut dans l'inconnu. Nous ignorons tout de l'état final, d'où une légitime nervosité.** »

Pour autant, le changement ne doit pas être insurmontable. Grâce aux avantages procurés par l'IA générative en termes de rapidité, de productivité et de gestion des tâches, il s'avère bien moins intimidant qu'il n'y paraît.

## 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.

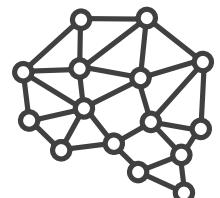
### Adobe Firefly

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](#)