

Adobe

Tendances créatives en 2026

# Émotions

Avec son prodigieux impact multisensoriel, il n'est pas étonnant que le thème Émotions s'impose comme une tendance phare de 2026.

Explorez la collection Émotions



## Des messages qui parlent aux sens.

Le public ne veut pas rester simple spectateur, il veut vivre une expérience. Émotions vise l'immersion avec des images qui suggèrent des textures, des saveurs et des sons pour créer des moments inoubliables.

Créez avec les modèles Émotions



## Les données client témoignent de l'importance des émotions.

**82 %**

des personnes interrogées recherchent des expériences multisensorielles.

Source : The Drum

**65 %**

souhaitent des campagnes originales et percutantes.

**49 %**

sont plus susceptibles de réaliser un achat lorsqu'une marque leur inspire de la joie.

Source : WGSN

Son génératif

Audio



## Passez du visuel à l'émotionnel.

Rédigez des prompts qui ne s'arrêtent pas au visuel. Décrivez des sensations, des parfums et même des sons. Par exemple, une musique peut avoir un effet immédiat sur l'humeur. Aussi impressionnantes soient-elles, des images ne suffisent pas à susciter une expérience complète.

## Résumé de la tendance

Concevez pour les sens, pas seulement pour l'écran. Utilisez des modèles d'IA sûrs, protégés et entraînés sur l'esthétique, pour ajouter des indices multisensoriels qui capteront l'attention de votre clientèle.



Donnez vie à vos idées avec un moodboard Émotions

“

**Dans un paysage visuel saturé, les exigences du public vis-à-vis des images n'ont jamais été aussi élevées.**

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 :** « Brand strategy: the future of multisensory marketing » (Stratégie de marque : l'avenir du marketing multisensoriel), WGSN, 23 juin 2025.

Saffron Lord, « How Nike, Glossier, and other retail aces appeal to all 5 senses (yes, even smell) » (Comment Nike, Glossier et d'autres leaders du retail sollicitent les 5 sens (odorat inclus), The Drum, 30 mai 2024.