



Contact presse

Angie

adoberp@angie.fr

Étude Adobe : 83 % des créateurs français utilisent l'IA générative et y voient un levier de croissance pour l'économie de la création

- 70 % des créateurs français affirment que l'IA générative leur a permis de développer leur activité et leur marque personnelle.
- 77 % se tourneraient vers un agent d'IA capable d'apprendre leur style créatif, laissant présager une nouvelle vague d'adoption de l'IA.
- Cette enquête internationale, réalisée auprès de 16 000 créateurs, dont 2 006 en France, décrypte leur utilisation de l'IA générative et des appareils mobiles, mais aussi sur leur vision de l'avenir de la création de contenu.

Paris, le 28 octobre 2025 — À l'occasion d'[Adobe MAX](#), l'évènement mondial dédié à la créativité, Adobe (Nasdaq : ADBE) publie ce jour les conclusions de son premier **rapport sur les outils de création (Creators' Toolkit)**, fruit d'une enquête internationale visant à étudier la façon dont les créateurs intègrent l'IA générative et les appareils mobiles dans leurs workflows de création de contenu. Ce rapport s'intéresse également à leur vision de l'IA nouvelle génération, notamment de l'IA agentique. L'IA générative s'appuie sur des modèles conçus pour soutenir la création et aider les créateurs à imaginer, créer et modifier différents contenus (images, vidéos, fichiers audio, créations graphiques, etc.). Le rapport s'appuie sur une enquête menée auprès de plus de 16 000 créateurs en France, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Corée du Sud, au Japon, en Inde et en Australie. L'objectif : mieux comprendre les aspirations, les comportements et les attentes qui façonnent l'avenir et l'économie de la création.

« Les profils créatifs utilisent aujourd'hui activement l'IA générative et sélectionnent avec soin les outils qu'ils jugent fiables, explique Mike Polner, Vice President & Head of Product Marketing for Creators chez Adobe. Les résultats de cette enquête internationale sur les outils de création sont éloquentes : 76 % des créateurs à travers le monde considèrent que l'IA générative a un impact positif sur l'économie de la création en les aidant à cibler de nouvelles audiences, à développer leur activité et à décupler leur créativité. C'est là qu'Adobe entre en jeu. Nous développons en effet des outils d'IA synonymes de flexibilité, de maîtrise et de confiance afin que les spécialistes gardent la main tout au long de leur processus créatif. »

PRINCIPALES CONCLUSIONS

De l'idée à l'impact : l'IA générative booste l'économie de la création

© 2025 Adobe. Tous droits réservés. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.



Ce qui n'était au départ qu'une simple idée expérimentale est aujourd'hui devenue la norme pour les talents créatifs du monde entier. L'IA générative fait désormais partie intégrante de leurs workflows de création. Elle les aide à trouver l'inspiration, à améliorer la qualité de leurs contenus et à explorer de nouvelles pistes pour se démarquer :

- **70 %** des créateurs français déclarent que l'IA générative a boosté la croissance de leur activité ou de leur communauté.
- **77 %** affirment également que l'IA générative leur permet de créer du contenu impossible à obtenir autrement.
- Et **82 %** estiment que l'IA générative a eu un impact positif sur l'économie de la création.

Alors que 83 % des créateurs en France utilisent activement l'IA générative, cette technologie ne se limite plus seulement à une seule tâche ; elle couvre l'intégralité de leur workflow :

- Elle est principalement utilisée pour la retouche, l'agrandissement et l'enrichissement (**51 %**), la génération de contenus tels que des images et des vidéos (**45 %**), ainsi que l'idéation et la réflexion (**27 %**).
- Cependant, **60%** des créatifs dans le monde déclarent avoir utilisé plusieurs solutions d'IA générative au cours des trois derniers mois afin d'améliorer la qualité de leurs projets, de tester des fonctionnalités et de sélectionner l'outil le mieux adapté à chaque type de tâche.

Les créateurs recherchent activement de nouvelles solutions d'IA générative, mais accordent toujours autant d'importance à la confiance et à la transparence

- **66 %** des créateurs en France craignent que leurs contenus soient utilisés sans leur consentement pour entraîner des modèles d'IA.
- Ces personnes explorent et testent de nouveaux outils d'IA générative, que ce soit par le biais de recherches personnelles (**59 %**), de tendances sur les réseaux sociaux (**56 %**) ou de recommandations de leurs pairs (**32 %**).
- Mais tous les outils d'IA ne se valent pas. Parmi les principaux freins à leur adoption figurent le coût élevé (**36 %**), la qualité des contenus générés (**24 %**) et le manque de transparence sur l'entraînement du modèle d'IA (**21 %**).

IA agentique : les créateurs souhaitent gagner en rapidité tout en conservant le contrôle créatif

L'IA agentique marque un tournant. Elle offre des outils capables d'accompagner les utilisateurs de manière proactive en leur faisant des suggestions et en exécutant des tâches complexes pour leur compte. Sa capacité à optimiser les workflows de création a piqué la curiosité des créateurs, ce qui ne les empêche pas de poser des limites : ils tiennent à « maintenir l'être humain dans la boucle ». L'IA leur fait certes gagner du temps, mais en leur permettant de garder le contrôle sur leurs créations.



- **61 %** des créateurs français se disent optimistes ou enthousiastes quant au potentiel de l'IA agentique.
- **77 %** envisagent d'utiliser un outil d'IA capable d'analyser leur style créatif.
- Principaux cas d'usage : soumettre des idées (**48 %**), automatiser les tâches récurrentes (**47 %**), et obtenir des insights sur la performance des contenus (**34 %**).

Les appareils mobiles sont devenus de véritables studios de création

Les appareils mobiles ne servent plus seulement à capturer et retoucher rapidement des images. Ils offrent une solution de bout en bout dans le cadre du processus de création et ce, pour nombre de personnes. Planification, modification, publication... Ils sont devenus de véritables studios de production.

- **74 %** des créatifs en France déclarent aujourd'hui créer régulièrement du contenu sur leur mobile.
- Les appareils mobiles étant de plus en plus performants et intuitifs, **71 %** des créateurs en France prévoient de générer davantage de contenu sur mobiles au cours de l'année à venir.

Méthodologie : en septembre 2025, Adobe et Harris Poll ont réalisé une enquête internationale auprès de plus de 16 000 créateurs de contenu en France, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Corée du Sud, au Japon, en Inde et en Australie. Dans le cadre de cette étude, était désignée créateur, toute personne créant et publiant du contenu digital plusieurs fois par mois dans le but d'informer, de divertir ou de mobiliser un public sur les réseaux sociaux. L'enquête s'est focalisée sur les profils débutants ou semi-professionnels (des générations Z et Y principalement), et non sur ceux qui travaillent à temps plein en tant que spécialistes de la création ou occupent des postes dans l'industrie de la création.

À propos d'Adobe

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.

###