



Contact presse

Angie

adoberp@angie.fr

IA agentique : Adobe étend son écosystème partenarial pour fluidifier les workflows d'orchestration de l'expérience client

- Adobe s'associe à des entreprises technologiques, agences et intégrateurs système pour offrir une plateforme de choix. L'objectif : une collaboration efficace entre agents, au service de l'amélioration de l'expérience client et des résultats commerciaux des entreprises.
- Adobe élargit ses partenariats avec diverses plateformes IA, dont Amazon Web Services (AWS), Anthropic, Google Cloud, IBM, Microsoft, NVIDIA, OpenAI et d'autres, afin de permettre aux entreprises de décupler la puissance de leurs workflows grâce aux agents, et ce, sur l'ensemble des canaux.
- Nombre d'agences (Dentsu, Havas, Omnicom, Publicis, Stagwell et WPP) et d'intégrateurs système (Accenture, Capgemini, Cognizant, Deloitte Digital, EY, IBM, Infosys, PwC et TCS) s'appuient sur les fonctionnalités IA d'Adobe pour proposer des offres sur-mesure d'engagement client, de content supply chain et de visibilité de marque.

LAS VEGAS — 20 avril 2026 — À l'occasion de l'Adobe Summit, le plus grand événement dédié à l'expérience numérique, Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce un développement majeur de son écosystème agentique en partenariat avec des entreprises technologiques, des agences et des intégrateurs système. Cette approche permet aux équipes créatives et marketing de s'appuyer sur des insights et des automatisations pilotés par l'IA pour déployer des expériences client personnalisées à grande échelle.

Ces partenariats font partis d'[Adobe CX Enterprise](#), un nouveau système agentique de bout-en-bout qui simplifie la gestion du cycle de vie client. [CX Enterprise Coworker](#) est conçu pour exécuter des tâches sur la base des objectifs définis par l'entreprise. À mesure que les entreprises adoptent l'IA agentique pour transformer l'orchestration de l'expérience client (CXO), la fragmentation s'accroît entre les modèles, les plateformes et les workflows. Elles ont donc besoin d'écosystèmes ouverts, interopérables et pensés autour des usages réels.

« Les responsables marketing ne devraient pas avoir à trancher entre les outils IA de leur entreprise et les fonctionnalités indispensables pour obtenir des résultats à fort impact, affirme Amit Ahuja, Senior Vice President of Product, Customer Experience Orchestration chez Adobe. Nous offrons de la flexibilité et une liberté de choix aux entreprises afin de les aider à prendre plus rapidement de meilleures décisions sans compromettre les données contextuelles, la confiance et la gouvernance. »

En automatisant les tâches répétitives et en collectant des insights basés sur l'IA, la solution d'orchestration multi-agent CX Enterprise repousse les limites de l'interopérabilité. Grâce aux partenariats assurant l'intégration d'agents, de compétences et de touchpoints MCP, celle-ci permet aux équipes de gagner en rapidité et en précision quel que soit le système en place, dans le respect de l'intégrité de la marque et des règles de gouvernance.

Simplification des workflows marketing

Adobe fournit des insights sur les performances, audiences et parcours sur tous les canaux exploités par les entreprises afin de simplifier les tâches stratégiques en matière d'expérience client telles que l'optimisation du parcours et l'analyse des performances des campagnes. L'agent Adobe Marketing est déjà disponible sur Microsoft 365 Copilot et en version beta dans Amazon Quick, Claude Enterprise d'Anthropic, ChatGPT Enterprise, Gemini Enterprise et IBM watsonx Orchestrate, en étendant l'intelligence d'expérience client d'Adobe aux équipes, où qu'elles travaillent. En s'appuyant sur les données first-party et les contenus fiables issus d'Adobe Experience Platform, cet agent extrait des insights exploitables ou détecte les problèmes critiques nécessitant une supervision humaine, de sorte que chaque décision soit étayée et conforme aux objectifs.

Intégration parfaite avec les plateformes d'entreprise

Axée en priorité sur l'exécution et l'extensibilité, l'IA agentique d'Adobe trouve naturellement sa place dans les plateformes utilisées au quotidien par les équipes. En associant compétences agentiques et outils de développement, Adobe permet d'étendre les workflows à plusieurs interfaces et intègre des fonctionnalités d'intelligence au sein de la tech stack et des outils existants des entreprises :

- Les agents IA, les compétences agentiques et les outils de développement d'Adobe seront disponibles dans les offres d'Amazon Web Services, d'Anthropic, de Google Cloud, de Microsoft et d'OpenAI, pour une intégration directe de la solution de CXO d'Adobe dans les outils marketing et de création dont les équipes se servent au quotidien.
- Adobe s'associe à NVIDIA pour construire CX Enterprise Coworker en s'appuyant sur l'Agent Toolkit de NVIDIA. Ainsi, les marques pourront activer l'intelligence de l'expérience client d'Adobe dans le moteur d'exécution sécurisé OpenShell de NVIDIA, régi par des politiques et disponible *on-premises* ou dans le cloud.
- Au sein des applications d'Adobe, les nouvelles intégrations avec Acxiom, Demandbase, Genesys, RainFocus, SAP et ServiceNow permettront aux équipes d'analyser les données, de résoudre les problèmes de workflow et d'agir sans s'interrompre pour changer d'outil.
- Adobe étend son écosystème de partenaires pour Brand Concierge, sa solution conversationnelle basée sur l'IA, afin d'unifier les points de contact de découverte, de recherche, d'assistance et de fidélisation client. Les partenariats conclus avec [24]7.ai, Algolia et Netomi favoriseront l'uniformisation et la personnalisation des interactions client dans une optique de confiance, d'engagement et de fidélisation.
- En s'associant à Adyen, PayPal et Stripe pour intégrer les fonctionnalités transactionnelles aux interactions agentiques, Adobe contribue à fluidifier l'expérience de passage en caisse.

Evolution des partenariats avec les agences et les intégrateurs système à l'ère agentique

Adobe élargit également son modèle de commercialisation de l'IA agentique. Des agences internationales, comme dentsu, Havas, Omnicom, Publicis, Stagwell et WPP, adoptent Adobe CX Enterprise. Fortes de leur expertise unique de la propriété intellectuelle et du secteur, elles développent avec Adobe des solutions novatrices et différenciées pour leur clientèle commune. Elles établissent ainsi un nouveau standard d'expérience client à grande échelle axée sur les résultats. Ces partenariats permettent aux entreprises de revoir leurs ambitions à la hausse en matière d'interaction client, de content supply chain et de visibilité de la marque en repoussant les limites de la créativité, du contenu de marque et de l'orchestration d'expériences.

En outre, les principaux intégrateurs système tels qu'Accenture, Capgemini, Cognizant, Deloitte Digital, EY, IBM, Infosys, PwC et TCS exploitent les fonctionnalités agentiques d'Adobe pour assembler des solutions adaptées aux besoins des principaux marchés verticaux, dans une optique de modernisation de la tech stack et de réduction des délais de rentabilisation.

Adobe Summit 2026

L'édition 2026 est organisée à Las Vegas et retransmise auprès de millions de personnes en ligne. Des personnalités et des leaders sectoriels de renom animeront cette conférence : Jensen Huang (fondateur et CEO de NVIDIA), Shailesh Jejurikar (President et CEO de Procter & Gamble), Emily Silver (SVP et Chief Marketing, eCommerce and Athlete Experience Officer de DICK'S Sporting Goods), Vlad Rak (EVP et CTO de DICK'S Sporting Goods), Jon Gieselman (Chief Growth Officer de Comcast/Xfinity) et Ashish Desai (EVP of AI and Enterprise Innovation de NBCUniversal). L'actrice, humoriste et productrice Iliza Shlesinger présentera les Sneaks, au cours desquelles Adobe dévoilera ses dernières innovations R&D.

Pour suivre les keynotes de l'Adobe Summit, découvrir des centaines de sessions et d'ateliers portant sur 13 thématiques, développer votre réseau professionnel et échanger avec un expert Adobe en direct, rendez-vous sur la page de l'[Adobe Summit en ligne](#).

Forward-looking statements

This press release contains "forward-looking statements" within the meaning of applicable securities laws, including those related to Adobe's new, enhanced or future AI and product capabilities, innovations and solutions and the expected benefits to Adobe. Each of the forward-looking statements we make in this press release involves risks, uncertainties and assumptions based on information available to us as of the date of this press release. Such risks and uncertainties, many of which relate to matters beyond our control, could cause actual results to differ materially from these forward-looking statements. Factors that might cause or contribute to such differences include, but are not limited to: failure to innovate effectively and meet customer needs; failure to compete effectively; issues relating to development and use of AI; damage to our reputation or brands; failure to realize the anticipated benefits of acquisitions, investments or other strategic transactions; failure to recruit and retain key personnel; service interruptions or failures in information technology systems by us or third parties; security incidents; failure to effectively develop, manage and maintain our sales channels or critical third-party business relationships; risks associated with being a multinational corporation and adverse macroeconomic and geopolitical conditions; complex sales cycles; litigation, regulatory inquiries, investigations and other actions; changes in, and compliance with, global laws and regulations, including those related to information security and privacy; failure to protect our intellectual property; changes in tax regulations; complex government procurement processes; risks related to fluctuations in or the timing of revenue recognition from our subscription offerings; fluctuations in foreign currency exchange rates; impairment charges; our existing and future debt obligations; catastrophic events; and fluctuations in our stock price. Further information on these and other factors are discussed in the section titled "Risk Factors" in Adobe's most recently filed Annual Report on Form 10-K and Adobe's most recently filed Quarterly Reports on Form 10-Q. The risks described in this press release and in Adobe's filings with the U.S. Securities and Exchange Commission should be carefully reviewed. Adobe undertakes no obligation, and does not intend, to update the forward-looking statements, except as required by law.

À propos d'Adobe

[Adobe](#) (Nasdaq: ADBE) donne à chacun et chacune les moyens de créer grâce à des plateformes et des outils dédiés à la créativité, à la productivité et à la personnalisation des expériences client. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.

###