



Contact presse

Angie

adoberp@angie.fr

Adobe lance GenStudio for Commerce Media Networks

- Adobe GenStudio for Commerce Media Networks permet aux retailers d'aider leurs annonceurs à déployer des campagnes publicitaires sur les lieux d'achat.
- Adobe lance également Adobe Brand Intelligence, pour permettre aux responsables marketing d'anticiper la performance des contenus en simulant les réactions des audiences à partir de données client réelles.
- Parmi les autres innovations de GenStudio figurent Firefly Graph For Enterprise ainsi que de nouveaux insights dans GenStudio for Performance Marketing, facilitant la production, l'activation et l'optimisation de contenu à grande échelle.

PARIS, le 17 juin 2026 — Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce des innovations majeures dans [Adobe GenStudio](#), sa solution de content supply chain agentique optimisée par l'IA générative. Ces nouveautés renforcent le reach des entreprises sur tous les canaux (achat, streaming ou scrolling) avec un contenu créatif pertinent, fidèle à la marque et conçu pour accroître les résultats. Adobe GenStudio fait partie d'[Adobe CX Enterprise](#), un nouveau système d'IA agentique qui facilite la gestion complète du cycle de vie client, de l'acquisition et de l'échange avec les prospects jusqu'à la conversion et à la fidélisation.

La nouvelle offre [Adobe GenStudio for Commerce Media Networks](#) permet aux retailers d'accompagner leurs marques partenaires pour devenir des annonceurs actifs sur leurs réseaux de commerce media. Cette solution permet un déploiement rapide, à la fois pour les néophytes en publicité sur ces canaux et pour les entreprises plus expérimentées. GenStudio for Commerce Media Networks génère automatiquement un profil de campagne et des créations à partir des fiches produit existantes, du contenu du site web et du contexte de la catégorie, avant de les activer directement au sein du réseau publicitaire du retailer.

« Le volume et la qualité du contenu que les marques doivent produire ont dépassé ce que les équipes peuvent réellement produire, déclare Varun Parmar, SVP et General Manager d'Adobe GenStudio et de Firefly Enterprise. GenStudio comble l'écart entre les enseignes internationales et les entreprises qui se lancent dans la publicité sur les réseaux commerciaux en fournissant des outils pour produire du contenu qui génère des interactions avec les clients, quel que soit l'endroit où ils se trouvent. »

De plus, grâce à l'intégration native entre GenStudio for Commerce Media Networks et [Adobe Real-Time CDP Collaboration](#) (solution de collaboration sur les données destinée aux annonceurs et aux éditeurs), les annonceurs pourront élargir leurs capacités de ciblage et de mesure en réunissant les données client issues de canaux existants dans des campagnes sur les réseaux retail. Un partenariat avec LiveRamp permettra également de connecter les données d'achat des retailers de manière à pouvoir élaborer des campagnes inspirées des transactions réelles des clients.

Face à la demande croissante de contenu personnalisé sur tous les canaux, Adobe introduit de nouvelles fonctionnalités au sein de GenStudio, pour offrir aux équipes créatives et marketing une intelligence, des workflows et un contrôle renforcés à chaque étape du cycle de vie d'une campagne. Ces nouveautés sont :

© 2026 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 appartiennent à leurs propriétaires respectifs.

- Simulation d'audience : Adobe Brand Intelligence est une IA qui apprend en continu et assure la cohérence de la marque à grande échelle. Elle simule les réactions d'audiences de synthèse très pointues, modélisées à partir de données client réelles pour mieux comprendre les interactions avec le contenu. Les équipes marketing pourront affiner leurs concepts créatifs et leurs exécutions, avec davantage de confiance avant tout investissement budgétaire.
- Gestion agentique des campagnes : Adobe a dévoilé une nouvelle intégration de MCP dans [Adobe Workfront](#) qui peut être connectée à n'importe quelle application de grand modèle de langage, permettant aux responsables marketing d'attribuer des tâches, de vérifier l'état d'un projet et de gérer les activités de campagne via un workflow agentique.
- Production automatisée de contenu : inclus dans [Creative Cloud For Enterprise](#) (Édition 5), Firefly Graph pour les entreprises fournit aux équipes créatives une zone de travail visuelle pour élaborer des workflows automatisés sur mesure, en s'appuyant sur les modèles d'IA d'Adobe et de partenaires ainsi que sur les outils de création d'Adobe. Les équipes peuvent établir des connexions visuelles entre les modèles, les outils et les résultats dans une zone de travail nodale dotée de contrôles très précis, rendant chaque décision créative visible, chaque étape vérifiable et les workflows facilement partageables dans toute l'organisation.
- IA générative entraînée sur des données personnalisées : [Firefly Custom Models](#), désormais disponibles dans Adobe Photoshop pour la génération d'images, offrent aux designers la possibilité de créer des images par IA au sein même de leurs outils habituels.
- Optimisation des insights dans [GenStudio for Performance Marketing](#) : avec un nouveau tableau de bord d'insights cross-canal désormais disponible. Il inclut la télévision connectée (CTV) grâce à une nouvelle intégration avec MNTN. Les équipes bénéficient d'analyses optimisées par l'IA pour identifier les leviers de performance sur la publicité payante sur les réseaux sociaux, l'email, le display et la CTV. Enfin, une nouvelle fonctionnalité de recommandation publicitaire indique quelles annonces doivent être actualisées, déployées à grande échelle ou optimisées. Par ailleurs, Next Best Creative permettra bientôt d'assembler automatiquement le prochain asset à partir des contenus les plus performants.
- Historique des assets connecté : le service de métadonnées de campagnes unifiées connecte les données des campagnes entre les étapes de planification, de création et d'activation, pour garantir la cohérence de l'historique de chaque asset. Cet historique partagé permet aux équipes de gérer et de mesurer plus efficacement le contenu dans les solutions d'Adobe.

À propos d'Adobe

Adobe 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.