



Contact presse
Angie
adoberp@angie.fr

Content Supply Chain : Adobe annonce des mises-à-jour et des agents IA au sein de son offre GenStudio

LAS VEGAS — 18 mars 2025 — À l’occasion d’Adobe Summit, le plus grand événement dédié à l’expérience numérique, Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce des mises à jour majeures d’Adobe GenStudio. La solution de bout en bout de content supply chain d’Adobe optimise la planification, la création, la gestion, l’activation et l’évaluation du contenu destiné aux campagnes marketing et aux expériences client personnalisées.

Adobe GenStudio Foundation est une nouvelle interface unifiée qui réunit les données provenant de l'ensemble des applications de content supply chain d'Adobe. Elle offre une visibilité centralisée et des actions sur les plans de campagne, les projets, les assets et les insights, sans nécessiter d'allers-retours entre les différentes applications Adobe Experience Cloud et Adobe Creative Cloud. Adobe dévoile également des fonctionnalités d'activation dans GenStudio for Performance Marketing, son application intégrant pleinement l'IA générative, qui permet aux équipes marketing de créer leur propre contenu de marque et des campagnes personnalisées - avec des partenaires tels que Microsoft, Google et LinkedIn.

À l’heure où les marques se disputent l’attention du grand public sur des canaux qui n’ont de cesse d’évoluer tels que les réseaux sociaux, les applications mobiles et les sites e-commerce, la demande d'un contenu pertinent explose. En effet, près de deux tiers des professionnels du marketing* s'attendent à ce que la demande de contenu soit multipliée par cinq entre 2024 et 2026, ce qui soumet le marketing et les créatifs à une pression incroyable en termes de production. Avec Adobe GenStudio, les entreprises peuvent réunir contenu, données et parcours au service de la personnalisation à grande échelle.

« Pour la plupart des marques, la content supply chain est un maillage complexe composé d’équipes, de workflows et de systèmes imbriqués présentant de nombreux points de défaillance qui ralentissent la production de contenu, pourtant essentielle à des expériences client de qualité, explique Amit Ahuja, senior vice president, Digital Experience Business, Adobe. Les applications Adobe GenStudio sont largement utilisées par les équipes créatives et marketing, qui gagneront en rapidité et en efficacité grâce à la seule solution capable d’unifier les workflows via des fonctionnalités d’IA générative intégrées. »

« Le réseau de fibre optique de Lumen est conçu pour accélérer l'innovation en matière d'IA pour les entreprises, et nous investissons dans le marketing digital pour saisir cette opportunité et continuer à stimuler la demande », indique Ryan Asdourian, chief marketing officer, Lumen Technologies. « La personnalisation est essentielle pour accroître les

performances marketing, et Adobe nous aide à optimiser la chaîne de vie de nos contenus en tirant parti de l'IA générative pour simplifier les tâches répétitives et produire rapidement le volume élevé d'assets nécessaires pour des canaux tels que les réseaux sociaux. »

Ces innovations sont alimentées par la plateforme IA d'Adobe, qui rassemblent agents et modèles IA. Cela comprend des agents et modèles IA tiers, des modèles Firefly commercialement sûrs, ainsi que les insights provenant de la donnée first-party - le tout infusé dans les applications Adobe. Tout ceci prend vie au sein d'AEP, agrégeant donnée client, modèles de langage CX et orchestration d'agents IA. Adobe unifie ainsi le marketing et la créativité à travers sa plateforme IA.

Nouvelles fonctionnalités de planification et d'intégration des workflows

- **Agent Workflow Optimization** : en s'appuyant sur Adobe Experience Platform Agent Orchestrator, cet agent aide les entreprises à gérer et à orchestrer les agents IA d'Adobe et de tiers. Il stimule la productivité et la collaboration entre équipes en surveillant l'état des projets, en simplifiant le processus de validation et en éliminant les inefficacités. Conçu pour les responsables marketing, il améliore la planification des ressources et l'exécution en décryptant l'historique des projets et la dynamique d'équipe. Il permet également d'automatiser la préparation des tâches, en recommandant des stratégies de hiérarchisation et en identifiant les risques avant qu'ils n'aient un impact sur les délais.
- **Unification des processus de révision et de validation** : les équipes marketing et créatives utilisent des outils différents. Les premiers pour le suivi des ressources et de l'état d'avancement des projets, les seconds pour échanger des idées et des commentaires. Or, les mises à jour importantes ne sont pas toujours synchronisées entre les différents workflows, ce qui se traduit par des malentendus et des retards. Une nouvelle expérience de révision et de validation unifiée entre Frame.io v4 et Workfront s'assure de synchroniser les statuts et les mises à jour d'un projet entre ces deux applications. De plus, grâce à l'intégration entre Workfront et Adobe Express, les modèles modifiés dans Adobe Express sont automatiquement inclus dans les workflows de révision et de validation de Workfront avant d'être exportés.

Nouvelles fonctionnalités de création et de production

- **Agent Content Production** : disponible dans GenStudio for Performance Marketing, cet agent permet aux équipes de charger un plan marketing et de recevoir automatiquement des recommandations concernant les styles et les tactiques de la campagne. L'agent IA crée alors des assets marketing de marque utilisables sur tous les canaux (réseaux sociaux, e-mails, etc.).
- **API d'optimisation des workflows 3D et vidéo** : les Adobe Firefly Services sont un ensemble d'API de création et de génération intégrant de puissantes fonctionnalités, comme [Du texte à l'image](#) et [Développement génératif](#), aux workflows de production existants. Disponibles dès aujourd'hui, ces nouvelles API permettent de produire du contenu de marque à grande échelle avec les API de Custom Models. Les workflows vidéo sont assistés par l'API Translate and Lip Sync, qui modifie de manière fluide les dialogues dans différentes langues, ainsi que par l'API Reframe, qui redimensionne les images. En outre, l'API Substance 3D permet aux équipes de créer rapidement des variations pour les images de produits existantes.

- **Production de contenu à grande échelle** : basée sur Firefly Services, la solution Firefly Creative Production permet de tirer pleinement parti des API d'Adobe via une interface simple d'utilisation et sans programmation. Celle-ci est capable de gérer diverses tâches de production courantes, comme le recadrage intelligent des assets en fonction des canaux marketing. Il devient plus facile de créer les milliers de variations nécessaires chaque année pour personnaliser les expériences et améliorer les conversions. Les équipes créatives peuvent ainsi consacrer davantage de temps à la stratégie de marque et aux grandes idées de campagne.

Publicité et conformité : nouvelles fonctionnalités de diffusion et d'activation avec l'écosystème de partenaires

- **Intégrations à Google, LinkedIn et Microsoft** : application unique en libre-service, GenStudio for Performance Marketing permet de créer des publicités sponsorisées sur les réseaux sociaux, le display, des bannières, des e-mails marketing, etc., et de les joindre à des templates conçus par les équipes créatives et respectant l'identité de marque. Il est désormais possible de créer des assets destinés à la diffusion de publicités display via Microsoft Advertising et Google Campaign Manager 360. Adobe a également annoncé aujourd'hui le renforcement de sa collaboration avec LinkedIn Ads afin d'accélérer la création d'assets de campagne pour les cas d'usage B2B.
- **Intégrations de partenaires pour les secteurs réglementés** : Adobe intègre des extensions d'IntelligenceBank, Acxiom, Lithero, PwC, Saiyr et Stensul dans GenStudio for Performance Marketing pour adresser spécifiquement des secteurs réglementés (santé et services financiers).

Nouvelles fonctionnalités de collecte d'insights et de reporting

- **Mesure de la performance des contenus** : disponible ce mois-ci, l'application Adobe Content Analytics garantit des expériences alignées sur les objectifs de l'entreprise en matière d'engagement et de conversion. Les insights sur les performances détaillés par attribut (couleur, objet et emplacement) sont mis en corrélation avec les interactions client, ce qui permet d'ajuster le contenu en temps réel. Ces informations sont également disponibles dans Adobe Customer Journey Analytics, pour une vue globale des parcours client.

Offrir davantage de choix aux entreprises

Afin d'améliorer l'efficacité des processus de la content supply chain, Adobe a également annoncé son intention d'élargir le processus d'idéation des créateurs en leur donnant la possibilité d'utiliser des modèles tiers directement dans l'écosystème d'Adobe. Adobe commence avec des modèles de Black Forest Labs (Flux 1.1 Pro), fal (upscalers), Google (Veo 2, Imagen 3) et Runway (Runway Frames), que les créateurs utilisent déjà pour expérimenter différents styles esthétiques. D'autres modèles seront bientôt disponibles. Les entreprises clientes auront la possibilité d'activer les modèles autres que ceux d'Adobe au niveau de l'entreprise si leur organisation souhaite que les équipes de création puissent utiliser conjointement les modèles tiers et ceux d'Adobe Firefly commercialement sûrs.

À propos d'Adobe

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

** Enquête Adobe réalisée auprès de 2 841 responsables marketing aux États-Unis, en Australie, en France, en Allemagne, en Inde, au Japon et au Royaume-Uni (entre le 27 février et le 27 mars 2024)*