



Contact presse
Angie
adoberp@angie.fr

Adobe MAX 2024 : plus de contrôle et de capacités créatives pour tous

- Les créatifs du monde entier bénéficient de plus de 100 nouvelles fonctionnalités Creative Cloud et Adobe Express, y compris des outils Firefly améliorés directement intégrés dans Photoshop, Illustrator, Premiere Pro, InDesign, Lightroom Adobe Express et Frame.io.
- La famille de modèles d'IA générative Firefly, conçue pour être utilisée dans un cadre commercial, s'étend désormais à la vidéo et ouvre de nouvelles perspectives en matière d'images, de vecteurs et de designs.
- GenStudio for Performance Marketing, désormais disponible, est la dernière application d'entreprise d'Adobe GenStudio, la solution de bout en bout de content supply chain.

Paris, le 14 octobre 2024 - Adobe (Nasdaq : ADBE) donne le coup d'envoi de son événement mondial dédié à la créativité, [Adobe MAX 2024](#), où plus d'une centaine de fonctionnalités inédites sont présentées dans Creative Cloud et Adobe Express, dont de nouveaux outils optimisés par Adobe Firefly qui offrent un degré de performance, de précision et de maîtrise accru et boostent la productivité. Des mises à jour majeures dans Adobe Express et [un tout nouveau Frame.io](#) offrent de nouveaux workflows pour fluidifier la collaboration entre les équipes créatives et leurs partenaires. Adobe étend sa famille de modèles d'IA générative à la vidéo et annonce des avancées majeures dans ses modèles Image, Vector et Design, tous conçus pour être utilisés dans un cadre commercial.

Adobe a annoncé la disponibilité générale de GenStudio for Performance Marketing pour les entreprises. Cette dernière application d'Adobe GenStudio est une solution de bout en bout de content supply chain qui optimise le processus de planification, de création, de gestion, d'activation et d'évaluation du contenu pour les campagnes de marketing et les expériences personnalisées des clients.

« Nous mettons à la disposition de la communauté créative de nouveaux outils qui offrent un niveau de performance, de précision et de contrôle sans précédent, se réjouit David Wadhvani, Président, digital media chez Adobe. Alors que la demande de contenu devrait être multipliée par dix, nous donnons aux créateurs les moyens d'étendre plus simplement l'utilisation de leur contenu aux équipes marketing, RH et commerciales. »

Puissance créative et nouveaux modes d'expression

- **Adobe Firefly** : Adobe étoffe sa famille de modèles d'IA générative avec le lancement du [modèle Firefly Video](#) (bêta), qui permet de créer des vidéos à partir d'un texte ou d'une image, [d'allonger des séquences](#) et de fluidifier les transitions avec une intégration étroite dans Premiere Pro. Le **modèle Firefly Image 3** évolue aussi : avec la génération d'images quatre fois plus rapidement. Les dernières avancées du **modèle Adobe Vector** confèrent une plus grande maîtrise créative aux designers qui utilisent Adobe Illustrator. De grandes marques internationales, comme **Deloitte, Gatorade, IBM, IPG Health et Mattel**, tirent parti des améliorations apportées aux **Firefly Services** et des **modèles personnalisés** pour accélérer la production de contenus à grande échelle et ce pour de nombreux cas d'usage marketing. Conçu pour être utilisé dans un cadre commercial, Firefly a déjà permis de générer **plus de 13 milliards d'images**.
- **Photoshop** : suite aux retours de la communauté créative, Adobe annonce le lancement de [nombreuses fonctionnalités](#) comme la **Suppression des éléments indésirables**, qui sert à éliminer les distractions visuelles (les personnes, les fils, les câbles ou les poteaux par exemple). L'espace de travail génératif (bêta) aide les designers à imaginer, tester et itérer plusieurs concepts en même temps. Adobe annonce également une nouvelle version de **Substance 3D Viewer** (bêta) qui permet de visualiser et de retoucher des objets 3D tout en travaillant sur des designs 2D dans Photoshop. De plus, les fonctionnalités de **Remplissage génératif, Développement génératif, Générer des résultats similaires** et **Générer un arrière-plan**, toutes optimisées par le **modèle Firefly Image 3** et précédemment en version bêta, sont désormais disponibles dans l'application Photoshop pour tous.
- **Illustrator** : Adobe dévoile de [nouvelles fonctionnalités](#), comme **Objets curvilignes**, qui permet d'ajouter, de disposer et de déplacer rapidement des objets le long d'un tracé sur le plan de travail, la **Vectorisation d'image améliorée**, qui facilite et accélère la conversion d'images en vecteurs et **Remplissage génératif de la forme** (bêta) qui permet aux designers de gagner du temps en ajoutant rapidement des vecteurs détaillés aux formes pour créer des designs uniques. L'éditeur annonce également une version bêta de [Project Neo](#), une application web présentée en avant-première à Adobe MAX

2023, qui a déjà reçu un excellent accueil de la communauté et permet de créer et modifier facilement des designs 3D.

Création de contenu à grande échelle

- **Frame.io V4** : Adobe annonce le lancement d'[une toute nouvelle version de Frame.io](#), qui s'appuie sur ses outils de post-production vidéo et étend ses capacités pour favoriser la collaboration dans les workflows photo, audio et de design, entre autres. Canon, Nikon et Leica rejoignent l'écosystème Camera to Cloud de Frame.io, la solution la plus rapide, la plus simple et la plus sécurisée pour transmettre les contenus du plateau directement aux équipes qui en ont besoin.
- **Express** : Adobe annonce [de nouvelles fonctionnalités](#) qui permettent aux entreprises de fournir des capacités d'IA aux collaborateurs, faciliter la validation des contenus et de protéger leur marque. Ces fonctionnalités ont été présentées à MAX et illustrent comment Express permet d'amplifier le potentiel d'applications comme Photoshop et Illustrator, mais aussi faciliter le transfert du contenu créé vers les équipes marketing, commerciales, RH et communication.
- **GenStudio** : Adobe annonce le lancement d'**Adobe GenStudio for Performance Marketing**, la dernière application d'entreprise de l'ensemble de solutions de content supply chain GenStudio. GenStudio regroupe un ensemble intégré d'applications Creative Cloud et Experience Cloud, permettant aux marques d'optimiser le cycle de vie du contenu et d'ainsi répondre à la demande croissante des consommateurs en matière de contenu personnalisé. GenStudio for Performance Marketing est une application en libre-service optimisée par l'IA générative, qui permet aux marques de créer du contenu à grande échelle (publicités payantes sur les réseaux sociaux, e-mails marketing, publicités display, etc.) avec une plus grande agilité et en exploitant les enseignements tirés des données. Elle fédère les équipes créatives, qui définissent l'identité visuelle de la marque, et les équipes marketing, qui doivent déployer des variantes à grande échelle pour des canaux divers, comme les réseaux sociaux et les mobiles. Les partenariats renforcés avec Campaign Manager 360 de Google, Meta, Microsoft Advertising, Snap et TikTok permettront bientôt aux marques d'activer des campagnes instantanément sur toutes les plateformes et de procéder à des ajustements en temps voulu grâce à des analyses directes des performances.

Exploration créative et idéation

Adobe présente de nouveaux modes d'idéation qui allient la puissance de l'IA et l'imagination des créatifs avec un aperçu du [Project Concept](#). Cette nouvelle plateforme de développement

créatif partagé et collaboratif permet de remixer des images en temps réel afin que les professionnels de la création puissent concevoir des concepts en direct sur un seul plan de travail. Par ailleurs, grâce à l'**espace de travail génératif** (bêta) de Photoshop, les designers peuvent imaginer, tester et itérer plusieurs concepts en même temps, de manière à produire des visuels uniques plus rapidement.

Soutenir la nouvelle génération

En plus d'introduire de nouvelles fonctionnalités, Adobe annonce une nouvelle initiative internationale visant à aider 30 millions d'apprenants et d'enseignants de la nouvelle génération à acquérir des compétences en matière d'IA, de création de contenu et de marketing digital à l'aide d'Adobe Express. Nous développons l'[Adobe Digital Academy](#) et collaborons avec des partenaires éducatifs et des organisations à but non lucratif pour proposer des formations, des certifications et des parcours professionnels. Adobe s'est engagé à verser plus de 100 millions de dollars cette année sous forme de dons, de bourses, d'accès aux produits et de partenariats pour permettre aux personnes et aux organisations du monde entier de raconter leur histoire et de libérer la créativité pour tous.

Adobe et la Fondation Adobe s'engagent à verser 1 million de dollars en faveur des communautés locales à l'occasion d'Adobe MAX

En réponse aux récents ouragans qui ont frappé la Floride et les États voisins, la Fondation Adobe a fait des dons à la Croix-Rouge américaine et à World Central Kitchen. Adobe doublera les dons des participants, des sponsors et des collaborateurs d'Adobe MAX pour soutenir le rétablissement des populations et des réparations de ces régions. La Fondation Adobe a également accordé une subvention à [The Miami Foundation](#). Cet investissement vise à promouvoir le dynamisme de la communauté créative de Miami et à soutenir les communautés créatives sous-représentées dans la région.

À propos d'Adobe

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

Forward-Looking Statements

This press release contains "forward-looking statements", including those related to Adobe's new, enhanced or future product capabilities, innovations and offerings and the expected benefits to Adobe, all of which involve risks and uncertainties that could cause actual results to differ materially and adversely 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; issues relating to development and use of AI; failure to realize the anticipated benefits of investments or acquisitions; failure to compete effectively; damage to our reputation or brands; service interruptions or failures in information technology systems by us or third parties; security incidents; security incidents; failure to effectively develop, manage and maintain critical third-party business relationships; risks associated with

being a multinational corporation and adverse macroeconomic conditions; failure to recruit and retain key personnel; complex sales cycles; changes in, and compliance with, global laws and regulations, including those related to information security and privacy; failure to protect our intellectual property; litigation, regulatory inquiries and intellectual property infringement claims; 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. For a discussion of these and other risks and uncertainties, please refer to Adobe's most recently filed Annual Report on Form 10-K and Adobe's most recently filed Quarterly Reports on Form 10-Q. Adobe undertakes no obligation, and does not intend, to update the forward-looking statements, except as required by law.

###