



Contact presse
HK Stratégies
Adobe.hkparis@hkstrategies.com

Adobe dévoile les grandes tendances créatives de l'année 2023

- Le rapport Creative Trends 2023 d'Adobe anticipe les tendances et thèmes visuels créatifs (Vagues psychédéliques, Le réel est radical, Rétro et Les animaux et les influenceurs) qui s'imposeront en 2023.
- Le rapport montre qu'après les difficultés de ces dernières années, les créateurs recherchent l'inspiration et le soulagement à travers la nature, la familiarité et le divertissement, avec de contenus qui bousculent notre manière de penser.
- Les créateurs sont déterminés à favoriser le changement et à progresser en utilisant leur créativité pour faire avancer les causes sociales, grâce à des images authentiques et réelles.
- Avec 46 % des membres de la génération Z qui se disent anxieux et stressés la plupart du temps, il existe un besoin de visuels qui mettent en avant des gradients apaisants et des couleurs vives.

Paris, le 8 décembre 2022 – Pour la sixième année consécutive, Adobe (Nasdaq: ADBE) dévoile la nouvelle édition Creative Trends 2023 par Adobe Stock. Un rendez-vous annuel pour faire le point sur les tendances visuelles qui marqueront la nouvelle année. Adobe analyse les grands thèmes culturels émergents ainsi que les campagnes de grandes marques dans de nombreux secteurs, des créations de stylistes de renom aux projets de créateurs du quotidien. Adobe recueille ainsi des informations auprès des banques d'images pour identifier les esthétiques et les tendances qui domineront les créations digitales au cours de l'année à venir.

Selon le rapport, quatre grandes tendances créatives en matière de visuels, de design et d'animation auront une influence majeure sur le contenu produit en photographie, en vidéo et en écriture créative sur les réseaux sociaux, les blogs et ailleurs : « Vagues psychédéliques », « Le réel est radical », « Retro » et « Les animaux et les influenceurs et influenceuses ». Ces nouveaux thèmes émergents devraient guider la façon dont [l'économie des créateurs](#), qui compte aujourd'hui 303 millions de membres dans le monde, s'inspirera pour produire du contenu digital trouvant un écho auprès des audiences en 2023.

« À l'issue d'une période marquée par de nombreuses incertitudes, nous avons besoin de contenus, à la fois familiers et inédits, qui suscitent par ailleurs l'émotion à travers des expériences authentiques, inclusives et sans



filtre, estime Brenda Milis, Principal of Consumer and Creative Insights chez Adobe. Ces tendances sont révélatrices de la façon dont les créateurs et créatrices envisagent et façonnent notre monde, et utilisent leurs réseaux pour partager du contenu fidèle à leur style, dans l'objectif de procurer du bonheur partout dans le monde. »

Voici un aperçu détaillé des quatre grandes tendances créatives de 2023 par Adobe Stock.

Rentrez dans la vague psychédélique

La tendance post-pandémique a donné la priorité aux sujets liés à la santé mentale et au bien-être, entraînant ainsi de nouvelles façons d'explorer la spiritualité, la nature et le bien-être. Avec 46 % de la génération Z qui se dit anxieuse et stressée, cette tendance suggère une atmosphère visuelle psychédélique à travers des gradients apaisants et des couleurs vibrantes. Cette nouvelle tendance est axée sur l'authenticité créative en tant qu'exutoire pour l'expression, y compris l'évasion de la réalité, à travers des dégradés psychédéliques, des couleurs vibrantes et une esthétique qui implique une vision indistincte des éléments.

Le réel est radical

Pour lutter contre les contenus trop perfectionniste, cette tendance célèbre la réalité des moments, des expériences et des réalités candides et sans fard. Les marques adoptent des campagnes qui mettent en scène des personnes de tous les sexes, de tous les âges, de toutes les tailles en mettant l'accent sur des moments authentiques. Selon le récent rapport Pinterest sur la neutralité corporelle, 36 % des recherches portent sur le thème "Je m'aime" et 32 % sur le thème "Comment être plus sûr de soi". Une tendance qui s'affiche fièrement sur les réseaux sociaux, dans les campagnes des marques et dans les nouvelles applications à succès comme BeReal et Locket. Qu'ils soient rebelles, agressifs, provocateurs ou profondément vulnérables, les visuels rattachés à cette tendance créent des liens puissants et inspirent un sentiment de communauté.

Le Retro est de retour

Inspirée par les créateurs de la génération Z qui évoluent et expérimentent l'esthétique populaire d'avant leur naissance, la tendance du Retro se concentre sur l'exploration des styles vintage et leur modernisation. À l'instar de la génération Z, les créateurs des générations Y (les *Millennials*) et X explorent cette résurgence, trouvant réconfort et familiarité dans les styles créatifs des années 90 et de l'an 2000, comme les scènes de skateboard rétro, la mode aux couleurs bonbon, les ghettobusters et les manettes de jeux vidéo. Bien que les créateurs de la génération Z aient une influence sur le développement de ces tendances, les Millennials



représentent toujours une grande partie de l'économie des créateurs (en effet, ils représentent 42 % de cette économie).

Animaux et influenceurs : cap sur le virtuel

Ce thème fantaisiste fait appel à l'affection et à l'engagement des consommateurs suscités par des créatures et des personnages charmants et adorables. Qu'il s'agisse d'un ami à fourrure dans la vie réelle ou d'un charmant avatar d'anime, les créatures charismatiques se sont révélées être des outils puissants pour attirer et retenir l'intérêt et l'engagement des consommateurs. En conséquence, cette tendance est fortement utilisée par les marques, qu'importe le secteur, sous forme d'anime, d'illustrations, de photographies et de rendus 3D.

Les sentiments traduits par cette tendance renvoient à ce que les consommateurs et les créateurs recherchent, à savoir le bonheur et la positivité. Au cours des deux dernières années, la demande mondiale d'anime a augmenté de 118 %. Comme les influenceurs et influenceuses virtuel.le.s suscitent trois fois plus d'engagement que les humains (pour les consommateurs ils sont dignes de confiance et plus attachants), les marques les utilisent à travers la publicité.

Le rapport annuel Adobe Stock sur les tendances créatives en 2023 est disponible en intégralité [ici](#).

Adobe Express offre à tous les créateurs, qu'importe leur niveau, les capacités de créer de partager facilement des contenus uniques. Grâce aux ressources et modèles disponibles sur l'application, les utilisateurs peuvent créer des contenus à destination des réseaux sociaux basés sur les grandes tendances créatives 2023 : [Vagues psychédéliques](#), [Réel est radical](#), [Retro](#) et [Animaux et influenceurs](#).

Visuels Creative Trends 2023 et crédits disponibles [ici](#) pour illustration.

Méthodologie

Afin d'identifier les dernières tendances créatives, notre groupe de recherche interne étudie les données des entreprises et du grand public sur différents marchés afin d'identifier les tendances en matière de visuels et thèmes les plus recherchés. Adobe étudie également ses propres données issues des recherches et des demandes de visuels par activité et par marque.

À propos d'Adobe

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