



Contacts Presse

Adobe & Edelman

Sylvie Ung & Manon Sanchez

ung@adobe.com & manon.sanchez@edelman.com

Adobe donne aux marques les moyens de réussir dans le métavers

- Adobe permet aux agences et aux marques de s'adapter aux exigences de la conception 3D immersive pour rationaliser la production marketing, la conception de produits, et plus encore.
- Adobe collabore avec The Coca-Cola Company, Epic Games, NASCAR, NVIDIA et d'autres sociétés pour la création de contenu 3D, le e-commerce et la portabilité des expériences immersives.
- Adobe présente en avant-première de nouveaux outils 3D et de réalité augmentée (RA) pour des expériences immersives.

PARIS — 15 mars 2022 — Lors de [l'édition 2022 d'Adobe Summit](#), Adobe (Nasdaq : ADBE) a annoncé une série d'innovations, d'intégrations et d'investissements pour permettre aux marques de réussir dans le métavers.

En s'appuyant sur ses capacités actuelles de création d'expériences numériques, 3D immersives et de plateformes de e-commerce, Adobe annonce des innovations en matière de conception, de création et de déploiement d'expériences virtuelles attrayantes et réalistes à destination de millions d'utilisateurs. De nouvelles intégrations entre Adobe Creative Cloud et Adobe Experience Cloud permettront aux entreprises de nombreux secteurs d'activité de bénéficier des solutions de création de contenu 3D et de personnalisation d'Adobe.

Adobe présente en avant-première sa prochaine application Substance 3D Modeler, ainsi que des outils d'achat en réalité augmentée. L'éditeur dévoile par ailleurs des collaborations avec de grandes marques, dont The Coca-Cola Company, Epic Games, NASCAR et NVIDIA, sur des avancées technologiques qui ont pour vocation de préparer au métavers :

- **Création de contenu 3D et immersif** : les expériences immersives d'aujourd'hui (jeux, e-commerce interactif, expériences pédagogiques), sont en grande partie développées à l'aide des outils de création leaders de l'industrie en matière de contenu immersif et 3D que sont Substance 3D et Aero. Les marques ingénieuses font appel à des workflows de design 3D, comme la photographie virtuelle avec Substance Stager, pour rendre la conception de leurs produits et la production de contenus marketing plus rapides et plus efficaces.
- **Expériences d'achat virtuelles** : à l'heure actuelle, Adobe collabore avec des milliers d'entreprises pour créer des vitrines numériques et autres expériences de e-commerce. Cette expertise, conjuguée aux intégrations cross-cloud, offriront à ces entreprises les moyens de créer des expériences immersives dans un monde virtuel, pour des produits aussi bien virtuels que physiques.
- **Portabilité des identités et des biens virtuels** : aujourd'hui, Adobe permet aux marques de proposer des expériences numériques unifiées et personnalisées à leurs clients, où qu'ils se trouvent, et quel que soit le canal

utilisé. Adobe met à profit son expertise pour permettre aux utilisateurs du métavers et autres expériences immersives de concevoir des personnages et des biens en ligne uniques et d'utiliser ces assets personnalisés dans des univers virtuels.

« Le métavers et autres expériences immersives ne porteront leurs fruits qu'à condition d'allier richesse fonctionnelle, personnalisation, et contenu interactif », précise Scott Belsky, chief product officer and executive vice president of Adobe Creative Cloud. « Pour être prêtes pour le métavers, les marques doivent s'atteler dès aujourd'hui à la création de contenu 3D et immersif : non seulement cela les préparera à l'avenir, mais cela améliorera et accélèrera également la conception de leurs produits et la déclinaison de leurs contenus marketing et e-commerce à moindre coût. »

Le métavers est constitué d'expériences immersives qui permettent aux gens d'interagir dans des mondes virtuels. Il alimentera la prochaine vague d'innovations, qui concernera un large éventail d'expériences liées au travail, au gaming, au e-commerce, à la robotique, à la formation aux véhicules autonomes et à la recherche sur le changement climatique.

Alors qu'Adobe s'apprête à intégrer ses outils de création de contenu 3D et immersif dans Adobe Experience Cloud, les premières intégrations prévues concernent Adobe Commerce, Adobe Experience Manager, Adobe Analytics et Adobe Target. Précédemment, Adobe a annoncé une intégration plus étroite des contenus, effets et fonctionnalités 3D avec son portefeuille d'applications Creative Cloud.

« Avec l'évolution du web, la demande en expériences immersives pilotées par la donnée, adressant le e-commerce, les fonctionnalités multi-utilisateurs, au même titre que la capacité à s'approprier et exporter des versions personnalisées de notre identité et de nos biens dans les mondes virtuels auront le vent en poupe », déclare Anil Chakravarthy, président, Digital Experience Business, Adobe. « Adobe Experience Cloud fera partie intégrante des initiatives entreprises par les marques pour créer des expériences immersives personnalisées de ce type. »

Les clients d'Adobe témoignent

"Chez Coca-Cola, nous nous engageons à préserver l'art de la créativité et du design - dans le monde réel comme dans le monde numérique", a déclaré Rapha Abreu, global vice president of design, The Coca-Cola Company. "Adobe contribue à l'innovation numérique de nos produits physiques et nous sommes impatients de travailler ensemble pour étendre la magie de Coca-Cola au monde virtuel en pleine expansion grâce à des expériences de conception immersives."

"Que vous soyez développeur de jeux, architecte ou concepteur automobile, les consommateurs d'aujourd'hui attendent des expériences interactives véritablement immersives", a déclaré Marc Petit, vice president, Unreal Engine Ecosystem chez Epic Games. "En collaboration avec Adobe, nous développons de nouveaux outils qui permettent aux créateurs de créer des expériences 3D en temps réel qui repoussent les limites de l'immersion photoréaliste."

"Chez NASCAR, nous nous engageons à offrir à nos fans une expérience unique, qu'ils soient sur le circuit, qu'ils regardent depuis chez eux ou qu'ils s'engagent avec nous dans le monde virtuel", a déclaré Wyatt Hicks, managing director de NASCAR Digital Media. "Nous sommes enthousiastes à l'idée de nous associer à Adobe pour continuer à offrir des expériences immersives aux fans sur toutes les plateformes."

"NVIDIA travaille à l'avant-garde pour développer des technologies fondamentales qui permettent aux entreprises, aux développeurs et aux artistes de créer et de se connecter dans des mondes virtuels. Travailler avec Adobe pour promouvoir des standards 3D ouverts et communs comme la description universelle de scènes permettra à nos équipes de conception et d'ingénierie d'apporter des ressources 3D dans les mondes virtuels ", a déclaré Richard Kerris, vice president of the Omniverse development platform chez NVIDIA.

Guide de préparation au métavers

A Adobe Summit, Adobe dévoile un « [Guide de préparation au métavers](#) », destiné à donner aux agences et aux marques les moyens de s'adapter aux nouvelles exigences de création d'environnements 3D et immersifs en vue de simplifier la production de supports marketing, le design de produits, etc. Ce guide comprend également de nouvelles informations sur l'écosystème des partenaires pour lancer les marques sur la voie du métavers.

Adobe présente en avant-première de nouvelles innovations immersives

Dans le courant de l'année, Adobe renforcera ses capacités 3D à travers sa collection Substance 3D, qui comprend actuellement Substance 3D Stager, Painter, Sampler, Designer et 3D Asset Library. Une toute nouvelle application, Substance 3D Modeler, rejoindra cette collection en tant que seule solution de bout en bout pour les visuels et les expériences 3D. Les outils 3D d'Adobe sont largement utilisés dans des jeux immersifs de renommée internationale, notamment Fortnite, Roblox, Halo et Flight Simulator. Ils sont également utilisés pour créer des expériences de divertissement exceptionnelles, comme Dune, The Mandalorian et Blade Runner 2049.

Adobe va également poursuivre l'intégration des contenus, effets et fonctionnalités 3D dans les applications Creative Cloud en s'appuyant sur les intégrations récemment réalisées avec Illustrator et After Effects. De plus, Adobe propose un outil de pointe pour la création d'expériences en réalité augmentée, Adobe Aero.

Durant ses "Sneaks", Adobe présente un aperçu de ses outils immersifs de pointe issus de ses laboratoires de recherche, notamment des outils qui permettront aux entreprises de faire vivre des expériences de e-commerce dans le métavers et d'autres univers virtuels. Plus précisément, Adobe a mis l'accent sur des fonctionnalités d'achat grâce auxquelles les marketeurs pourront incorporer des marqueurs AR dans les visuels de leurs sites web. Les clients seront ainsi en mesure, à partir de la photographie d'un produit en ligne, d'évaluer automatiquement sa taille exacte ainsi que son rendu dans leur intérieur, fusionnant ainsi l'univers virtuel et le monde physique.

Pour plus d'informations sur les initiatives d'Adobe liées aux métavers, consultez le site www.adobe.com/metaverse.html.

À propos d'Adobe

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