



Contact presse

Angie

adoberp@angie.fr

Cannes Lions 2025 : Adobe allie créativité, marketing et IA pour accélérer l'orchestration de l'expérience client

- Adobe a présenté des innovations produits qui optimisent l'orchestration de l'expérience client (CXO) en combinant la créativité, le marketing et l'IA pour que les entreprises puissent offrir des expériences client personnalisées à grande échelle
- Les offres Adobe GenStudio simplifient la production de contenu pour les campagnes de marketing, tandis que le nouvel Adobe LLM Optimizer permet aux entreprises de gagner en pertinence sur les moteurs de recherche et les services de chat optimisés par l'IA
- Une première série de fonctionnalités est désormais disponible dans Adobe Experience Platform (AEP) Agent Orchestrator qui permet de créer, de gérer et d'orchestrer des agents IA dont deux d'Adobe : Data Insights et Product Support

CANNES, le 16 juin 2025 — À l'occasion des Cannes Lions, Adobe (Nasdaq : ADBE) dévoile une série d'innovations pour ses solutions d'orchestration de l'expérience client (CXO). Evolution de la gestion de l'expérience client, la CXO concrétise la promesse d'une personnalisation à grande échelle à travers tous les points de contact et canaux, en combinant créativité, marketing et IA (générative et agentique).

Alors que toute l'industrie mondiale de la création, de la publicité et du marketing se réunit à Cannes, la créativité s'impose comme un véritable levier de pertinence et de résonance dans une économie de l'attention. Adobe a ainsi publié aujourd'hui un [livre blanc](#), qui explique comment ses innovations boostées à l'IA, qui fédèrent équipes marketing et créatives, vont transformer les entreprises et l'avenir du marketing.

« La personnalisation individualisée à grande échelle requiert une fusion puissante de la créativité, du marketing et de l'IA, déclare Anil Chakravarthy, President, Digital Experience Business chez Adobe. Notre plateforme d'IA intègre des innovations qui permettent aux équipes de façonner des expériences client impactantes et aux entreprises de saisir cette considérable opportunité. »

Les innovations d'Adobe en matière d'IA transforment les interactions des entreprises avec leur clientèle, ainsi que les tâches quotidiennes des responsables marketing en charge des expériences client. Cette évolution est d'autant plus rapide que l'IA agentique se développe, avec des agents spécialement conçus pour gérer les tâches répétitives de production de contenu et permettre aux équipes marketing de se recentrer sur l'idéation et la stratégie de personnalisation.

De grandes entreprises et agences, comme The Coca-Cola Company, Dentsu, The Estée Lauder Companies, Lumen Technologies, Monks, Newell Brands, Prudential Financial, Publicis Groupe, Stagwell et Tapestry, tirent

parti des solutions IA d'Adobe pour gagner en efficacité. En accélérant considérablement la diffusion de contenus de marque impactants et adaptés à différentes audiences, les entreprises améliorent leurs indicateurs clés en matière d'engagement et de conversion grâce à des expériences personnalisées, avec un impact direct sur leur business.

Voici les innovations présentées par Adobe à l'occasion des Cannes Lions :

- **Création de campagnes de publicité vidéo et display dans Adobe GenStudio for Performance Marketing** : GenStudio for Performance Marketing est une application optimisée par l'IA générative qui permet aux responsables marketing et aux équipes créatives de produire rapidement des contenus pour des publicités (réseaux sociaux, display), des bannières, des e-mails marketing, etc. Il sera désormais possible de réaliser de courtes publicités vidéo engageantes (en s'appuyant sur le modèle Adobe Firefly Video, utilisable à des fins commerciales sans aucun risque). Adobe a également dévoilé des fonctionnalités pour les publicités, dont la génération avec Firefly de visuels fidèles au branding, ainsi que des partenariats avec Amazon, Google Campaign Manager 360, LinkedIn et Meta.
- **Nouveautés pour les API de Firefly Services** : Adobe Firefly Services (un ensemble d'API d'IA générative et de création) améliore les workflows de production de contenu en prenant en charge les tâches chronophages telles que le redimensionnement des assets marketing. De nouvelles API sont désormais disponibles pour créer rapidement de courtes vidéos, des images 3D et des avatars numériques. Par ailleurs, Firefly Creative Production (une interface sans programmation qui permet de tirer pleinement parti des API de Firefly Services) offre de nouvelles fonctionnalités qui simplifient les workflows d'étalonnage des couleurs et de redimensionnement. En outre, les modèles personnalisés Firefly et Adobe Express continuent de s'améliorer pour une production de contenu à grande échelle sans compromis sur l'image de marque.
- **Adobe LLM Optimizer pour améliorer la visibilité des marques à l'ère de l'IA générative** : Adobe a annoncé le lancement d'Adobe LLM Optimizer, une nouvelle application permettant aux entreprises d'améliorer leur référencement sur les navigateurs et les services de chat optimisés par l'IA générative. Face à l'essor des interfaces conversationnelles pour découvrir et s'informer sur de nouveaux produits, il devient essentiel pour les entreprises d'optimiser leurs contenus et leurs propriétés numériques en conséquence. Adobe LLM Optimizer analyse le trafic provenant de sources d'IA générative, évalue les performances et recommande des ajustements stratégiques pour renforcer leur découvrabilité.

Les entreprises adoptent l'IA agentique pour être plus performantes au quotidien et améliorer leurs résultats. La plateforme de marketing et d'expérience client la plus utilisée au monde, [AEP](#), offre des fonctionnalités agentiques intégrées pour une orchestration de l'expérience client plus agile. Une première série de fonctionnalités est désormais disponible dans [AEP Agent Orchestrator](#) (qui permet de créer, de gérer et d'orchestrer des agents d'IA fournis par Adobe et des écosystèmes tiers) : [Customer Experience Language Models](#), [Agent Operator](#) et [Knowledge Base](#). Ces outils optimisent les agents Data Insights et Product Support, désormais accessibles. L'agent Data Insights permet de générer rapidement des insights exploitables à l'échelle de l'entreprise, tandis que Product Support facilite le dépannage et la prise en main des nouvelles fonctionnalités des applications d'entreprise Adobe.

Adobe aux Cannes Lions

La présence d'Adobe aux Cannes Lions 2025 met à l'honneur le pouvoir transformateur de la créativité, du marketing et de l'IA. À travers des expériences interactives, des panels inspirants et des collaborations avec des marques et plateformes de premier plan, Adobe démontre comment l'innovation technologique façonne l'avenir des expériences client personnalisées. En savoir plus [ici](#).

À propos d'Adobe

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