



L'avenir de la collaboration créative



The Drum



Adobe

Contenu

Introduction	01
Méthodologie	03
Principales conclusions	04
Pourquoi l'avenir est à la collaboration créative	06
Des résultats concrets	08
Faire plus avec moins	10
Pourquoi certains responsables marketing hésitent à adopter les outils collaboratifs	12
Dépasser ces préoccupations et aller de l'avant	14
Conclusion	16

Introduction

La collaboration créative : nouvel ordre mondial

Dans le nouvel ordre mondial, la créativité et l'innovation ne seront plus confinées au bureau, mais feront partie intégrante de la vie quotidienne. Elles devraient être omniprésentes, où que vous soyez, quand vous souhaitez travailler et avec qui. Sachant que cette collaboration créative nourrit le quotidien professionnel de la plupart des créatifs, on pourrait s'attendre à ce que la technologie fournisse la plateforme ad hoc. Malgré tout le potentiel de la technologie en la matière, les chiffres indiquent qu'elle n'est pas encore adoptée par le plus grand nombre. Seuls 36 % des professionnels de la création utilisent les technologies et outils de collaboration créative dans leur métier, et 23 % affirment manquer d'informations pour choisir les mieux adaptés. Il reste donc beaucoup à faire avant que les responsables marketing ne trouvent l'espace, les outils et la culture pour créer un véritable environnement technologique collaboratif.

Cette étude, menée en collaboration avec The Drum, est un grand pas en avant. Elle offre une vue d'ensemble des outils de collaboration créative les plus utilisés à l'heure actuelle, et permet de cerner les obstacles à leur déploiement mais aussi de savoir comment améliorer leur efficacité.

Chez Adobe, nous sommes convaincus que le moment est idéal pour explorer les défis et opportunités de la collaboration créative, pour trois raisons :

- 1 L'accélération de la technologie favorise la connectivité qui, à son tour, booste la consommation de contenu puisque les utilisateurs accèdent à leurs contenus préférés sur un nombre croissant d'équipements.
- 2 La collaboration prend de plus en plus d'importance sur la plupart des lieux de travail, avec davantage d'échanges croisés entre les services. Autrement dit, les responsables marketing sont de moins en moins individualistes et doivent améliorer leurs capacités de travail en équipe.
- 3 Les entreprises doivent créer plus de contenus que jamais et trouver un moyen de les diffuser régulièrement. La créativité est essentielle pour suivre le rythme effréné du marché.



Méthodologie

En partenariat avec The Drum, Adobe s'est penché sur l'avenir de la collaboration créative et a exploré les outils et technologies utilisés pour soutenir le processus créatif.

Pour les besoins de cette étude, plus de 166 créatifs senior ont été interrogés. Dans les pages suivantes de ce rapport, nous discuterons de l'intérêt de ces outils de collaboration créative, ainsi que des comportements vis-à-vis de leur utilisation et de l'impact potentiel de l'IA sur le parcours de création.

Principales conclusions :

Bien que la plupart des créatifs interrogés admettent combien les outils de collaboration créative et les nouvelles technologies peuvent améliorer leurs contenus, seuls

36%
d'entre eux déclarent les utiliser activement dans leur travail.

Et curieusement, **52%** avouent n'en utiliser aucun.

Par ailleurs, bien que la plupart des créatifs interrogés reconnaissent clairement que les outils de collaboration créative amélioreraient leurs contenus, d'autres affirment utiliser des logiciels gratuits ou subventionnés.

16%
des personnes interrogées citent les gains d'efficacité et de productivité comme principal avantage des outils de collaboration créative.

Notre étude montre que les créatifs utilisant des outils de collaboration créative dans leur activité obtiennent des résultats positifs.

34% déclarent que ces outils permettent à leurs futurs designers de se focaliser davantage sur l'amélioration du contenu, **31%** qu'ils augmentent la productivité globale, **29%** qu'ils améliorent la pertinence des données sur le lieu de travail tout en simplifiant les workflows, **27%** qu'ils leur confèrent une meilleure vision du design **25%** et fournissent des insights plus précis pour prendre des décisions plus avisées.

Un faible pourcentage avoue hésiter à utiliser les outils de collaboration créative. **14%** d'entre eux pensent que ces outils risquent de priver les designs de toute émotion et **8%** craignent qu'ils prennent, à terme, le travail des créatifs.

Pourquoi l'avenir est à la collaboration créative

Par le passé, le marketing reposait peut-être davantage sur l'excellence individuelle que sur les initiatives collectives, mais avec l'accélération de la technologie, la collaboration sur le lieu de travail arrive désormais en tête des priorités. D'après notre étude, 42 % des responsables marketing sont persuadés que le contenu créatif gagnera en importance dans les cinq prochaines années, ce qui est révélateur et prouve que la créativité deviendra une compétence clé pour la quasi-totalité des collaborateurs d'une entreprise.

Et pour encourager cette créativité sur le lieu de travail, il est indispensable de mettre en avant la technologie qui nourrit la collaboration. Des produits comme Adobe Creative Cloud, Slack et Figma, pour ne citer qu'eux, fluidifient le travail des équipes, où qu'elles se trouvent. Les projets et les campagnes peuvent ainsi être synchronisés aussi souvent que nécessaire. Tout étant centralisé, les créatifs peuvent intervenir en temps réel et boucler des projets plus rapidement. Ces outils fédèrent également l'ensemble des contenus et communications, ce qui simplifie le suivi des échanges et le partage des rapports et commentaires.

Mais surtout, ces outils œuvrent en arrière-plan. Ils améliorent le processus de communication pour éviter aux créatifs de s'interrompre dans leur travail.

Pour les besoins de notre étude, 166 créatifs senior ont été interrogés sur les avantages des outils de collaboration créative et sur les raisons pour lesquelles certaines entreprises n'adoptent pas ces nouvelles technologies. Nous les avons également sondés sur l'avenir de la collaboration créative et du processus créatif. Six cadres interrogés sur dix disent savoir que ces outils permettent aux équipes de travailler plus efficacement. Il est clair qu'en facilitant la communication, ces outils font gagner du temps aux créatifs, qui peuvent se concentrer sur le fond plutôt que sur la forme.

Les créatifs sont également conscients des résultats qu'il est possible d'obtenir avec les outils de collaboration : 11,7 % d'entre eux estiment qu'ils ont contribué à améliorer la qualité du contenu produit par leur entreprise, 9,2 % qu'ils ont optimisé la communication entre les équipes. Certains considèrent aussi que ces outils pourraient créer davantage de synergie. 8,6 % des personnes interrogées ont l'impression que les outils collaboratifs leur ont permis de laisser davantage libre cours à la créativité. Elles sont même 7,4 % à avoir le sentiment " d'être en famille ", tellement les échanges sont facilités.

Des résultats concrets

Les bibliothèques partagées de Photoshop, After Effects et Illustrator figurent parmi les outils les plus utilisés chez VCCP, par exemple.

“ Les outils nous permettent de partager nos éléments clés avec nos studios du monde entier [et nous aident à] garantir la cohésion de l'identité de marque. Nos designers n'ont plus à se demander s'ils utilisent le bon logo, la bonne police ou la bonne palette de couleurs ”, explique Mike Shaw, directeur du design chez VCCP. “ L'avantage est que, lorsqu'un logo change, il suffit de remplacer l'asset dans la bibliothèque et de l'actualiser sur toutes les stations de travail. ”

Mais, culture mise à part, les personnes interrogées ont visiblement aussi pris conscience du potentiel commercial de ces outils de collaboration créative : 12,9 % d'entre elles pensent que ces outils peuvent contribuer au développement de leur entreprise, 4,3 % estiment que les clients sont plus satisfaits par la suite et 4,3 % observent une plus grande cohérence dans le travail produit.

Non seulement la plupart des programmes facilitent les échanges d'idées et le partage d'assets entre les bureaux internationaux, mais en centralisant tous les outils, ils rationalisent le processus et, par conséquent, l'organisation des projets. “ Les outils de collaboration créative ne se contentent pas de réduire les distances entre les gens, ils les suppriment ”, concède Karol Goreczny, directeur artistique d'Unit9. “ C'est comme si on réunissait tous les membres d'une équipe dans une même pièce, alors qu'ils sont à des kilomètres les uns des autres. Les outils de collaboration créative allient la rapidité de la création individuelle et les avantages du travail collectif. ”

Jon Bancroft, directeur de création adjointe chez VCCP poursuit, en expliquant que “ la collaboration créative est le ciment de l'équipe. C'est la composante fondamentale qui transforme l'idée en réflexion, puis en projet concret. Sans la collaboration, nous ne fonctionnons pas comme une entreprise. Un processus de réflexion collectif sur la créativité et la production nous permet d'accomplir les tâches avec le plus haut niveau d'exigence. À l'instar d'un système dont chaque élément sait ce qu'il peut attendre de ses pairs et peut, à partir de là, se concentrer sur sa mission et inspirer les autres pour améliorer l'idée. La collaboration permet de gagner en agilité. ”

Les outils de collaboration créative accélèrent par ailleurs le processus de validation. Les créatifs peuvent donc soumettre différentes options aux clients (dans le cas de VCCP, des designs d'e-mail via Adobe XD, par exemple), attendre leurs retours ou approbations, puis les envoyer aux équipes de développement à l'étranger, qui les utiliseront comme référence ou modèle pour leur développement. Tout est mieux synchronisé et les équipes peuvent continuer à travailler sur les projets sans avoir à revenir en arrière.

“ La collaboration
créative est le ciment
de l'équipe. ”

Faire plus avec moins

À mesure que la créativité et la collaboration se démocratisent, la demande de contenus augmente, obligeant nombre d'équipes marketing à être plus productives, la plupart du temps avec des budgets et des délais similaires. Elles doivent faire plus avec moins, et avec les mêmes ressources. Pour booster la productivité, il devient donc impératif de renforcer la collaboration avec les collègues et les parties prenantes, et de faire appel à la technologie. La nécessité d'adopter cette nouvelle mentalité se reflète clairement dans nos données.

Une personne interrogée sur trois pense que ces outils de collaboration augmenteront la productivité des équipes créatives et 28 % qu'ils simplifieront les workflows. De plus, 29 % des créatifs pensent que l'évolution des outils boostera l'utilisation des données et que les créatifs auront besoin d'exploiter les données de manière plus pertinente. Parallèlement, une personne sur quatre pense que les créatifs pourront extraire de meilleurs insights via ces outils et seront en mesure de savoir ce qui fonctionne ou, et c'est tout aussi important, d'analyser ce qui ne fonctionne pas.

L'avenir de la collaboration créative a alimenté de nombreux débats. À quoi ressemblera-t-elle ? Comment pourra-t-elle alléger la pression subie par les créatifs pour produire toujours plus ? Il est encore trop tôt pour le savoir précisément. Il faut

“ Une personne
interrogée sur trois
pense que ces outils de
collaboration boosteront
la productivité des
équipes créatives

reconnaître également que l'utilisation de l'intelligence artificielle et des outils pour simplifier le parcours créatif a suscité la crainte et l'hostilité. Il semble aussi évident que ces technologies mettront du temps à être pleinement acceptées et adoptées par le secteur. Si les créatifs reconnaissent l'impact des technologies, certains obstacles les empêchent encore de les adopter.

Pourquoi certains responsables marketing hésitent à adopter les outils collaboratifs

Ce point a été mis en évidence par les créatifs qui ont participé à cette étude. Pas moins de 52 % des personnes interrogées admettent ne pas utiliser d'outils et de technologies de collaboration créative dans leur travail, alors même que nombre d'entre elles sont conscientes de leurs avantages potentiels. Alors, qu'est-ce qui freine leurs investissements ? Il existe tellement d'outils de collaboration créative sur le marché, de Creative Cloud à Microsoft Teams, en passant par Slack, Figma, inVision, Google Drive et Spark AR Studio, qu'il est difficile pour les entreprises et les créatifs de faire un choix.

Lorsqu'on leur a demandé s'il y avait trop d'outils sur le marché, 16 % ont répondu oui. Tandis que 23 % ont avoué ne pas pouvoir prendre de décision avisée quant à la technologie ou aux outils qui leur conviendraient sur la base des informations disponibles. Environ 7 % des créatifs ont cependant dit l'inverse, à savoir qu'on leur fournissait trop souvent de nouveaux outils, pour un même résultat, et qu'en définitive, ils ne savaient pas lesquels choisir. Le plus préoccupant, peut-être, est que 20 % pensent toujours que les outils de collaboration sont trop complexes, ce qui montre la nécessité de mieux communiquer sur leurs avantages.

Toutefois, les responsables marketing que nous avons rencontrés affirment également que la sensibilisation aux technologies comme l'intelligence artificielle augmentera dans les années à venir, à mesure que l'adoption progressera naturellement. " Nos modes de collaboration évoluent en raison des nouveaux produits et technologies qui nous aident à boucler les projets plus rapidement et plus efficacement ", ajoute le directeur artistique d'Unit9. " À l'avenir, certains processus seront automatisés par l'IA, ce qui laissera plus de temps et d'espace pour les projets proprement dits. "

Pour Karol Goreczny, la relation entre la technologie et la création évolue, et ce n'est pas une mauvaise chose. Selon lui, " les réalités virtuelle et augmentée joueront un rôle prépondérant dans le processus de collaboration créative. Ces formidables technologies permettent de réunir les gens dans une salle virtuelle pour réviser du contenu, ou encore donner des avis en contexte et les appliquer au projet en temps réel. "

Jon Bancroft le confirme. " L'IA contribuera à simplifier le processus et à aplanir toutes les irrégularités. À mesure que le processus s'améliorera et qu'il gagnera en fluidité et en fiabilité, il s'imposera comme un mode de collaboration naturel ", confie-t-il. " La technologie contribuera à établir des relations entre les équipes et les disciplines, et multipliera les possibilités et les occasions d'exploiter une idée à fond. Nous pouvons imaginer qu'à terme, vous serez capable de combiner les outils collaboratifs, avec l'IA et les principes de la conception générative, tout en soumettant les idées à des tests et en agissant plus vite. Ce qui, en retour, améliorera les outils. "

Selon Damon Ava, directeur de création chez Antoni : " Les logiciels peuvent être totalement sous-estimés. Mais ce sont eux qui donnent vie à nos idées... Après tout, qu'est-ce qu'un artiste sans crayon ? "

Dépasser ces préoccupations et aller de l'avant

Le rôle de ces technologies dans le processus créatif a suscité des inquiétudes, et c'est sans doute légitime. Parmi les personnes interrogées, 14 % pensent que le design pourrait en pâtir, que s'il était créé par une machine, il pourrait manquer d'empathie et d'émotion. Ils sont même 8 % à avoir peur que ces outils se chargent de la plupart des missions qui incombent aux créatifs. " Je suis sceptique à l'idée de fabriquer de l'art à partir de l'IA. Je pense que ce qui caractérise l'art, ce sont les sentiments qui sont propres à l'humain et qu'il est impossible d'ignorer ", souligne Karol Goreczny. " Peut-être qu'à l'avenir, l'IA pourra prendre des décisions de la même manière que l'homme (avec des sentiments), mais cela bouleversera le monde et échappera sans doute à notre contrôle. "

" La créativité revêt de nombreuses formes (résolution d'un problème de design, création artistique, etc.), mais dans tous les cas, elle se base sur des idées, des pensées antérieures, prédéfinies, s'appuyant sur des expériences ", poursuit Jon Bancroft. " Peut-on demander à l'IA de créer, sans l'aide de personne, un slogan ou un lapin bleu pour valoriser les expériences réelles ? Il me semble que l'on est encore loin de la libre pensée. Et si c'était le cas, je m'inquiéteraïs du devenir de la race humaine. J'ai vu Terminator... "

“ La créativité revêt de nombreuses formes (résolution d'un problème de design, création artistique, etc.), mais dans tous les cas, elle se base sur des idées, des pensées antérieures, prédéfinies, s'appuyant sur des expériences

Conclusion

La technologie peut changer les habitudes de travail des créatifs, mais cela ne doit pas nécessairement être perçu comme négatif. En fait, seuls 3,1 % des personnes interrogées n'ont trouvé aucun avantage à adopter les outils de collaboration créative sur leur lieu de travail. Le reste du panel a invoqué toutes sortes de raisons pour les intégrer aux processus créatifs : hausse de la productivité (16 %), développement de l'entreprise (12,9 %), amélioration des résultats (11,7 %) et de la communication (9,2 %), multiplication des idées (8,6 %), bonheur (7,4 %), cohérence (4,3 %), satisfaction client (4,3 %) et diversification (3,7 %).

Il subsiste un flou sur la manière dont les outils de collaboration créative peuvent aider les entreprises, mais ces inquiétudes sont de plus en plus dissipées par les fournisseurs de creative shops dans la manière de former et d'améliorer les fonctionnalités. Nombre de créatifs pensent qu'il est peu probable que la technologie soit assez puissante pour imiter l'imagination humaine, balayant d'un revers de main des préoccupations profondément ancrées concernant la menace de la technologie sur leur art.

Craintes mises à part, il semble que les créatifs prêts à tester et à utiliser ces nouveaux outils n'en retireront que des avantages. Une ambiguïté demeure quant à l'importance que revêtira le

“ Les outils donnent vie à nos idées et élargissent notre horizon avec de nouvelles possibilités d'exécution

design artistique dans les prochaines années : 42 % des personnes interrogées pensent que ces outils deviendront indispensables aux entreprises, tandis que 43 % estiment que leur adoption n'évoluera probablement pas.

Compte tenu du rythme auquel la technologie et le machine learning évoluent et du nombre d'entreprises et de secteurs qui s'y intéressent, il serait naïf de penser que ces outils influenceront sur la simplification des processus et la satisfaction de la demande, sans interférer avec le créatif. Bien que les pratiques traditionnelles ne doivent pas être totalement ignorées, les entreprises et les équipes de création doivent se préparer à faire face à cette nouvelle tendance et à évoluer avec elle. The Drum et Adobe s'engagent à sensibiliser les responsables marketing à la montée en puissance des technologies et des outils de collaboration afin qu'ils puissent donner le meilleur d'eux-mêmes.

“ Les outils donnent vie à nos idées et élargissent notre horizon avec de nouvelles possibilités d'exécution ”, conclut le directeur de création d'Antoni. “ Ils représentent l'avenir et nous devons les adopter. ”

Creative Cloud abonnement Équipe

Plus de 20 applications pour tous les niveaux de compétence. La référence du design, du web, de la photo et de la vidéo, plus des services pour faciliter la collaboration.

Grâce aux outils de collaboration intégrés à toutes les applications de création, il est facile de stocker, partager et synchroniser vos ressources en toute sécurité et de produire du contenu exceptionnel, où que vous soyez.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur adobe.com/creativecloud/business/teams



CREATIVE CLOUD FOR TEAMS

