

Adobe accompagne les équipes créatives dans l'adoption de l'IA générative avec Firefly

Depuis plus d'une décennie, Adobe exploite l'intelligence artificielle (IA) pour proposer des solutions toujours plus performantes et innovantes aux entreprises et aux particuliers. Fort de son expérience, le groupe les accompagne, désormais, dans le développement de leurs capacités créatives à l'aide de son puissant moteur d'IA générative baptisé Adobe Firefly.



Cela fait maintenant plus de 13 ans qu'Adobe propose Creative Cloud, un portefeuille d'applications et d'outils dédiés à la création de contenus. Montage vidéo, développement web, photographie et retouches, conception graphique, lecture de fichiers sous format PDF : la suite est complète et rythme le quotidien de millions d'utilisateurs. Afin d'améliorer ses solutions, et d'accompagner au mieux les équipes créatives, Adobe s'appuie sur l'intelligence artificielle.

L'intelligence artificielle générative en soutien aux créateurs de contenus

Par ailleurs, l'éditeur de logiciels n'est pas passé à côté de l'avènement, en 2023, d'une technologie qui a beaucoup fait parler d'elle : l'IA générative. Contrairement aux autres formes d'IA, l'IA générative peut, à partir de larges modèles de langages entraînés à l'aide de données diverses et variées, créer de nouveaux contenus tels que du texte, des images, de la musique ou du code.

« C'est un type d'IA qui est capable de traduire des mots ordinaires ou d'autres types de prompts comme de l'image ou de la vidéo, en un contenu numérique unique et précieux » résume **Julien Barbier**, Senior Solutions Consultant pour Adobe, spécialiste de la suite Creative Cloud. Que ce soit pour les particuliers, les TPE, les PME, les ETI ou les grands groupes, les possibilités d'innovation grâce à l'intelligence artificielle générative sont immenses.

« Cette technologie, lorsqu'elle est implémentée de la bonne manière, va permettre aux équipes créatives de gagner en précision et en vitesse d'exécution. Les flux de travail créatifs existants sont facilités, ce qui fait qu'il est possible d'accorder plus de temps aux tâches complexes ou à celles qui nécessitent encore un travail rigoureux de l'humain. L'IA générative vient en aide à la créativité humaine, et n'est pas là en remplacement des créateurs de contenus » précise **Julien Barbier**. Il s'agit donc d'une transformation de la manière dont les équipes créatives travaillent.

En se basant sur sa vaste expérience dans l'intelligence artificielle, Adobe a également considéré les préoccupations éthiques existantes autour de cette technologie. **Julien Barbier** insiste « *L'intelligence artificielle générative peut être développée de manière responsable, et nous sommes plus que jamais engagés en ce sens, surtout quand on sait que ce domaine est en constante évolution* ».

Avec ces diverses fonctionnalités, les entreprises peuvent rester compétitives, continuer à innover plus rapidement et à fonctionner plus efficacement.

Cela passe tout d'abord par l'application de principes imaginés par Adobe et régulièrement débattus en interne pour implémenter l'IA générative dans les solutions et pour améliorer constamment ses modèles de langage. On y retrouve, entre autres, le respect des droits d'auteur. Adobe n'hésite pas à demander à ses utilisateurs si les contenus visuels utilisés pour concevoir de nouvelles images ou vidéos, sont libres de droits ou leur appartiennent.

De son côté, Adobe, contrairement à d'autres entités, fait en sorte de former Firefly grâce à des contenus sous licence ouvertes, des œuvres du domaine public et sa banque d'images Adobe Stock.

Adobe Firefly : apporter une valeur ajoutée aux équipes créatives

La dernière version d'Adobe Firefly se présente comme une famille de modèles créatifs d'intelligence artificielle générative intégrés dans les logiciels édités par le groupe, notamment Photoshop, Illustrator et Premiere Pro. Elle permet aux utilisateurs des solutions de la suite Adobe Creative de générer des images diverses et variées, des effets de texte, du contenu 3D et même des vidéos, en se concentrant sur un contenu de très haute qualité. « *L'IA générative va permettre d'éliminer de nombreux obstacles techniques* » explique **Julien Barbier**.

La création de contenu peut être automatisée, personnalisée à grande échelle et en temps réel afin d'améliorer l'engagement et la satisfaction des clients des entreprises utilisatrices. Outre la pure création de contenu visuel, Adobe propose également d'analyser les données en interne afin de résumer des rapports, de générer des informations, et ainsi d'être accompagné dans la prise de décision.

En automatisant les tâches répétitives, en réduisant les erreurs manuelles et en rationalisant les processus, Adobe cherche à réduire les coûts opérationnels des équipes créatives. Aussi, en mettant l'accent sur le contrôle de l'utilisateur, permettant aux créateurs d'affiner et d'ajuster le contenu généré par l'IA afin qu'il corresponde mieux à leur vision, Adobe minimise la nécessité d'une édition manuelle lourde après la génération.

À l'aide de ces diverses fonctionnalités, les entreprises peuvent rester compétitives, continuer à innover plus rapidement et à fonctionner plus efficacement. Ces atouts font d'Adobe Firefly un outil puissant, éthique et polyvalent pour les créateurs de tous secteurs, qui met l'accent sur la qualité, la transparence, la sécurité et la facilité d'utilisation.

Des cas d'usages quasi illimités

Adobe Firefly est utilisé dans divers flux de travail créatifs à travers différentes applications, améliorant la création de contenu grâce à des fonctionnalités basées sur l'IA. Ainsi, les créateurs de contenus peuvent utiliser le remplissage génératif de Firefly sur Photoshop pour étendre leurs images au-delà de leurs bords d'origine, ou supprimer un élément indésirable. De la même manière, des effets de textes uniques peuvent être générés sur Illustrator à partir de prompts descriptifs.

Dans Premiere Pro, Firefly assiste les éditeurs vidéo dans la génération de scripts, de sous-titres, de voix-off ou même de musiques de fond pour agrémenter n'importe quel montage vidéo.

Enfin, l'IA générative d'Adobe accompagne les entreprises dans les campagnes marketing et la création de contenus pour les réseaux sociaux. « *Nous nous sommes surpris à exploiter Firefly durant le Black Friday en proposant 50 000 bannières différentes que nous présentions sur notre boutique en ligne, dans différentes versions linguistiques. Nos clients ont pour habitude de travailler sur des campagnes similaires, et ce cas d'usage interne prouve que notre outil peut convenir pour ce type de situations* » commente **Julien Barbier**.

Pour conclure, le consultant en solutions pour Adobe souligne que l'entreprise veut tendre « vers la créativité pour tous ». Ainsi, l'IA générative « permet aux créatifs d'avoir des idées plus larges et plus audacieuses qu'auparavant, les invitant à se focaliser sur le "quoi faire" au lieu du "comment faire" ».