

Contacts Presse

Pour toute information complémentaire, contacter :

Agence Burson-Marsteller i&e - 32 rue de Trévise - 75009 Paris

Kenza Remaoun

01.56.03.14.21

kenza.remaoun@bm.com

Vincent Darricarrere

01.56.03.12.62

vincent.darricarrere@bm.com

La créativité paie ! Une étude mondiale associe la créativité à une plus grande réussite personnelle et professionnelle

70 % des participants en France estiment que la créativité fait d'eux de meilleurs dirigeants, parents ou étudiants

SAN JOSE (Californie), États-Unis, le 2 novembre 2016 — À [Adobe MAX 2016](#), le plus grand événement mondial dédié à la création, Adobe (Nasdaq : ADBE) publie les résultats d'une étude mondiale qui établit qu'investir dans la créativité porte ses fruits et offre des avantages tangibles – des revenus supérieurs, une meilleure compétitivité à l'échelle nationale et une productivité accrue. L'étude « [State of Create: 2016](#) » (État des lieux de la création, 2016), qui a porté sur plus de 5 000 adultes dans cinq pays, révèle que ceux qui se qualifient de créateurs font état d'un revenu par ménage supérieur de 13 % à celui des non-créateurs. Plus de deux tiers des personnes interrogées sont convaincues que la créativité fait d'elles de meilleurs salariés, dirigeants, parents et étudiants.

« *Investir dans la créativité et le design est tout simplement une bonne affaire* », précise Mala Sharma, vice président et general manager de Creative Cloud chez Adobe. « *Si créativité et productivité vont de pair, l'investissement dans la créativité n'est pas une stratégie poursuivie par un nombre suffisant de dirigeants à l'heure actuelle. Cette étude tire la sonnette d'alarme : les entreprises doivent aborder les choses différemment et doter leurs collaborateurs des outils et de la liberté leur permettant de donner libre cours à leur créativité.* »

Aux États-Unis, les participants à cette étude accordent davantage d'importance à la créativité que la moyenne mondiale, en France, ils sont 52% à estimer que la créativité est un élément important. Voici les principales données recueillies :

La créativité apporte des avantages aux créateurs, à l'économie et à la collectivité

La créativité touche à toutes les facettes de la société, et est devenue indispensable à la réussite économique et financière.

- À une forte majorité, les participants à l'étude en France admettent que la créativité est profitable à l'économie (56 %) et à la collectivité (62 %).
- Faire preuve de créativité accroît l'estime de soi. Les créateurs sont plus enclins que les autres à s'estimer innovants (+24 points), sûrs d'eux (+9 points), capables de résoudre les problèmes (+10 points) et heureux (+15 points).
- Être créatif paie : si l'on se base sur les revenus déclarés par les ménages, les créateurs au niveau global gagnent 13 % de plus que les non-créateurs.
- Cependant, en France seulement quatre participants sur dix (40 %) se qualifient de créatifs et 31 % affirment exploiter pleinement leur potentiel créatif.

Créativité et design contribuent à la bonne marche des affaires

La créativité ne présente pas uniquement des avantages pour les particuliers : les entreprises ont, elles aussi, tout à gagner à mettre l'accent sur la créativité et un design de qualité.

- La plupart des participants à l'étude en France estiment que les entreprises qui investissent dans la créativité sont plus susceptibles d'encourager l'innovation (89 %), d'être compétitives (80 %), de déployer une expérience client de meilleure qualité (85 %), de compter des clients satisfaits (84 %) et de réussir sur le plan financier (72 %).
- Ils précisent également que ces entreprises ont de meilleures chances de rendre leurs collaborateurs heureux (81 %) et de bénéficier d'une productivité accrue (80 %).
- Ils sont 86 % à admettre qu'au travail, l'obligation de productivité est plus forte que l'obligation de créativité. Néanmoins, six sur dix (63 %) précisent qu'une pensée créative est de plus en plus attendue.

La créativité paie ! Une étude mondiale associe la créativité à une plus grande réussite personnelle et professionnelle

- Les participants conviennent également, à 72 %, qu'il est important que les entreprises se recentrent sur un design de qualité. Près de la moitié (46 %) affirme avoir payé plus cher, rien que l'année dernière, un produit ou un service présentant un design de qualité.

Les administrations et les écoles ont un impératif de créativité

Si les administrations qui investissent dans la créativité sont mieux vues par les participants à l'étude, il existe un net décalage entre la valeur ajoutée que représente la créativité pour la collectivité et le manque d'investissements dans une éducation créative.

- Les participants à l'étude en France reconnaissent massivement qu'une administration qui investit dans la créativité a plus de chances d'accroître sa productivité (80 %), d'encourager l'innovation (90 %), de rendre ses administrés plus heureux (79 %) et d'être compétitive (82 %).
- Ils sont 78 % à être convaincus que donner libre cours à la créativité est essentiel à la croissance économique. Pourtant, 79 % ont le sentiment que la France n'exploite pas pleinement ce potentiel créatif.
- Les participants estiment, à 74 %, que la créativité est étouffée par le système éducatif, et 35 % seulement ont le sentiment que l'État encourage les établissements d'enseignement à apprendre aux élèves à être créatifs.
- Ils souhaitent, dans leur grande majorité, que l'école fasse davantage pour encourager la créativité – en privilégiant l'apprentissage par la pratique à l'enseignement direct (84 %), en développant une large série de compétences génériques plutôt qu'un savoir-faire spécialisé (65 %) et en axant leur enseignement sur la créativité plutôt que sur la mémorisation (71 %).

Le Japon est perçu comme le pays le plus créatif

En marge de leurs points de vue sur la créativité, les participants ont été interrogés sur leurs opinions quant au pays et à la ville jugés les plus créatifs, et ceci dans les cinq pays où l'étude a été menée. Mondialement, le Japon est considéré comme le pays le plus créatif (34 %) et Tokyo comme la ville la plus créative (26 %) ; arrivent en seconde position les États-Unis (28 %) et New York (23 %), respectivement.

À propos de l'étude Adobe « State of Create: 2016 »

Les conclusions de l'étude « State of Create: 2016 » s'appuient sur une enquête en ligne réalisée auprès de 5 026 adultes (âgés de plus de 18 ans) aux États-Unis, au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et au Japon, entre le 19 septembre et le 3 octobre 2016. Le rapport a été produit par le cabinet d'études Edelman Intelligence pour le compte d'Adobe. La marge d'erreur pour l'échantillon français est de +/- 3,1 points, et pour l'échantillon mondial de +/-1,4 point. Cette étude confirme une enquête réalisée auprès d'audiences comparables en mars-avril 2012.

Pour plus d'informations sur l'étude Adobe « State of Create », consultez le site : http://www.adobe.com/content/dam/acom/en/max/pdfs/AdobeStateofCreate_2016_Report_Final.pdf

Retrouvez toutes les annonces effectuées à Adobe MAX 2016 à l'adresse : <http://www.adobe.com/fr/about-adobe/newsroom.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.

###