



48 % des étudiants français se sentent dissuadés de poursuivre une carrière créative

Dans le cadre de sa campagne [Love ton parcours](#), Adobe met en lumière les freins psychologiques et scolaires qui brident les Français à se lancer dans une carrière créative. Son objectif : sensibiliser le grand public sur la variété des parcours et carrières créatives qui existent aujourd'hui.

Paris, le 04 octobre 2021 – Alors que les besoins en compétences créatives se sont multipliés face à la croissance exponentielle des contenus numériques, Adobe dévoile aujourd'hui les résultats de sa dernière étude* qui questionne la place et la vision des métiers créatifs en France. Si le graphisme, le motion design, l'animation, ou encore la 3D requièrent des expertises spécifiques et essentielles dans l'industrie créative, l'ensemble des secteurs d'activité reconnaissent les "soft skills" en lien avec la créativité comme critères de recrutement de plus en plus importants. Il n'empêche que la création comme voie professionnelle reste encore peu choisie et reconnue en France.

« Notre étude met en avant ce qui freine les nouvelles générations pour se lancer dans une carrière créative, alors que le marché est très actif, avec de nombreuses entreprises qui recherchent ces compétences. Si le manque de confiance en soi est un des principaux vecteurs, il nous apparaît primordial de jouer le rôle d'informateur pour promouvoir la richesse des carrières créatives : faire connaître les parcours possibles, donner les grilles de lecture qui favorisent l'insertion professionnelle, énoncer toutes les compétences numériques accessibles et la variété des profils qui en découle... voilà qui permettrait de lutter contre certains préjugés, qui malheureusement persistent et découragent les vocations créatives », déclare **Sophie Yannicopoulos, directrice générale d'Adobe France**.

Dissuasion et manque de confiance en soi : des freins qui persistent

Malgré des affinités évidentes pour ces parcours (50 % des répondants ayant déjà considéré une carrière créative), plus de 37 % des actifs français dans des filières non-créatives regrettent le choix de ne pas avoir poursuivi une carrière dans cette industrie. Le plus préoccupant ? 50 % d'entre eux déclarent en avoir été dissuadés. Et principalement lors de leur parcours scolaire au lycée (54 %). Les répondants semblent toutefois aussi bien l'attribuer à leurs propres doutes (29 %), qu'à l'influence de leurs amis, conseillers d'orientation, ou encore professeurs et parents (jusqu'à 44 %).

Un constat aussi partagé par les professionnels créatifs actuels en France, puisque 2/3 d'entre eux estiment que leur manque de confiance en eux a représenté un obstacle pour s'engager dans une carrière créative.

La créativité : une voie professionnelle encore trop peu reconnue et valorisée en France

Selon la dernière étude d'Adobe, 57 % des étudiants français n'ont pas le sentiment que les compétences créatives soient considérées au même titre que les autres domaines d'études plus traditionnels, comme la littérature, les sciences, le commerce, etc. Et pour cause : selon eux, les conseillers d'orientation ne

considèrent pas les métiers créatifs comme une option d'orientation à part entière (66 %), les incertitudes et le manque de perspectives professionnelles entravent leurs projections (46 %), et le manque de connaissance sur les compétences nécessaires pour ce type de carrière (39 %) ne leur permettent pas de comprendre les attentes spécifiques de cette industrie créative.

Plus de visibilité et de considération pour les métiers créatifs de la part des structures éducatives pourrait s'avérer une des solutions à envisager pour combler ce fossé, dans la mesure où 40 % des étudiants français déclarent ne pas être au courant des possibilités de carrières créatives après le baccalauréat. Par ailleurs, 60 % d'entre eux qui souhaiteraient explorer cette voie ne savent pas par où commencer.

Informez : la clé de voûte pour rassurer sur l'avenir de cette filière

Les étudiants français sont 59 % à exprimer leurs besoins de disposer de connaissances approfondies sur ces voies professionnelles créatives, et considèrent qu'il en vient de la responsabilité de leurs établissements scolaires. En outre, 85 % des professionnels créatifs pensent que des sessions d'enseignement créatif dans l'enseignement secondaire seraient bénéfiques pour leur industrie (et 78 % sont prêts à y consacrer du temps), aussi bien que les qualités qui en découlent.

« En tant que créatif aujourd'hui, cette étude ne fait que révéler des faits avérés : avant d'emprunter cette voie professionnelle, j'ai moi-même douté de l'avenir des métiers créatifs. En cause : le manque d'informations sur les débouchés, les à priori sur les incertitudes liés à ce secteur » raconte [Thiên-Co PHAM, Senior Digital Matte Painter](#). « Venant d'une famille immigrée, la sécurité de l'emploi était primordiale pour rassurer mon entourage, de même qu'il n'y avait pas encore une grande visibilité, ni autant d'engouement pour les métiers artistiques liés au digital à cette époque. Ce travail de sensibilisation et d'information est donc nécessaire pour démontrer la pluralité des métiers créatifs. Et surtout qu'ils soient à la portée de tous. Si je ne devais donner qu'un conseil : avoir confiance en ses capacités et ne jamais douter de sa propre créativité/imagination »

La créativité est devenue un impératif pour les entreprises

En ce sens, 93 % des sondés s'accordent autour de l'idée que des sessions créatives dans l'éducation seraient pertinentes. Une cohésion plutôt logique, quand on observe que plus de 65 % des professionnels hors industrie créative constatent que la créativité occupe une place importante dans leur métier, et que 85 % des répondants considèrent la créativité comme importante ou essentielle en tant que qualité professionnelle. D'autant plus que 55 % des entreprises s'attendent à ce que leurs collaborateurs aient des qualifications créatives reconnues....

[Vous pouvez retrouver l'ensemble des résultats en visitant la page dédiée.](#)

À propos d'Adobe :

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

*Méthodologie de l'étude : Etude menée en France, auprès de 1 010 adultes français (étudiants, professionnels créatifs et non créatifs, en dehors des industries créatives).