



Contact Presse
HK Stratégies
Adobe.hkparis@hkstrategies.com

Étude Adobe – Future of Creativity

Économie des créateurs : plus de 165 millions de nouveaux créateurs dans le monde depuis 2020

- Au cours des deux dernières années, plus de 165 millions de créateurs ont rejoint l'économie mondiale des créateurs, avec une croissance significative aux États-Unis (+34 millions de nouveaux créateurs), au Brésil (+73 millions), en Corée du Sud (+11 millions) et en Espagne (+10 millions).
- Une personne sur 4 contribue à la création de contenu en ligne et participe ainsi à la redéfinition du futur du travail, des causes sociétales et à la santé mentale.
- 17 % des créateurs sont à la tête d'une entreprise, tandis que 39 % aspirent à le devenir un jour

Paris – 25 août 2022 – 165 millions de nouveaux membres ont rejoint l'économie des créateurs au cours des deux dernières années d'après la nouvelle étude mondiale d'Adobe intitulée "Future of Creativity", elle compte désormais 303 millions de créateurs dans le monde. Ce rapport fait l'état de l'économie des créateurs qui rassemble aujourd'hui quelques 303 millions de créateurs à travers le monde. L'étude revient sur l'impact de cette économie grandissante qui transforme chacune des facettes de la culture et de la société, depuis le futur du travail jusqu'à la santé mentale en passant par les causes sociétales.

"La forte croissance de l'économie des créateurs offre aux particuliers, auto-entrepreneurs, dirigeants de petites entreprises et créateurs de contenu un tremplin pour s'exprimer et poursuivre leurs activités créatives et artistiques d'une toute autre manière", a déclaré Scott Belsky, Chief Product Officer & Executive Vice President, Adobe Creative Cloud. "De plus en plus de créateurs, de tous horizons, s'engagent sur de nouvelles perspectives de carrières en s'appuyant sur leurs inspirations, leur passion pour la création et les outils de création Adobe."

Le rapport offre une vision holistique sur le développement et la transformation de l'économie des créateurs à travers le monde ainsi que de l'évolution de la créativité en France, aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Espagne, en Allemagne, en Australie, au Japon, en Corée du Sud et au Brésil. Le rapport définit les créateurs comme des professionnels et des non-professionnels qui créent du contenu original pour leur travail ou en lien avec leurs passions. Ces profils incluent, entre autres, des designers, des photographes, des cinéastes ou des illustrateurs, etc. Les influenceurs, quant à eux, sont catégorisés comme des créateurs ayant 5 000 abonnés ou plus et qui utilisent les réseaux sociaux pour interagir avec leur audience et leur communauté dans un cadre d'influence.

L'économie des créateurs : une communauté intergénérationnelle

- Depuis 2020, l'économie des créateurs a connu une croissance exponentielle.

- Plus de 165 millions de créateurs ont rejoint l'économie des créateurs depuis 2020, une croissance significative et commune à tous les marchés étudiés.
- Rien qu'aux États-Unis, l'économie des créateurs a connu une croissance de 34 millions (40 % de nouveaux créateurs), le Brésil (+73 millions de nouveaux créateurs), la Corée du Sud (+11 millions) et l'Espagne (+10 millions) sont également apparus comme des lieux clés pour la créativité.
- Une personne sur quatre (23 %) contribue à la création de contenu en ligne.
- Les Millennials représentent 42 % des créateurs, et la génération Z représente 14 %.
- 48 % des créateurs sont motivés par le même objectif : la liberté d'expression. Moins d'un tiers des créateurs (26 %) affirme être motivés par l'argent.
- Les influenceurs ne représentent que 14 % de l'économie globale des créateurs.

Redéfinir le futur du travail

L'économie des créateurs a ouvert un éventail de nouvelles perspectives professionnelles, à temps plein et à temps partiel, aux générations Z et Y qui sont davantage attirées par des carrières moins traditionnelles. L'étude précise que la création de contenu peut se révéler lucrative, mais que le temps et la détermination sont des facteurs clés de réussite. Même si cette activité demeure un travail d'appoint pour la plupart, nombre de créateurs ont d'autres ambitions.

- Deux influenceurs sur cinq se sont tournés vers la création, encouragés par la possibilité d'y faire carrière.
- 17 % des créateurs sont à la tête d'une entreprise, tandis que 39 % aspirent à le devenir un jour.
- Pour la majorité des créateurs, la création est une activité secondaire : six créateurs sur dix occupent un emploi à temps plein.

Défense des causes sociétales : les créateurs jouent un rôle essentiel en ligne

Les créateurs défendent vigoureusement les causes sociétales en ligne, et ils sont prompts à agir pour soutenir celles qui comptent pour eux.

- La quasi-totalité (95 %) des créateurs agissent pour faire progresser ou défendre les enjeux sociétaux qui leur tiennent à cœur.
- La suffisance alimentaire et le droit au logement (62 %), la justice sociale (59 %) et le changement climatique (58 %) figurent en tête des causes les plus importantes pour les créateurs du monde entier.
- En se servant de leur créativité et de leur influence pour faire avancer ces sujets, les créateurs estiment être en mesure de sensibiliser l'opinion (51 %), de faire entendre la voix de ceux qui n'ont habituellement pas ou peu de visibilité (49 %) et de faciliter l'expression de leurs opinions sur ces sujets (47 %).

La création : un facteur de bonheur

L'étude révèle que plus les créateurs passent du temps à créer et à partager du contenu, plus ils se sentent heureux. C'est le contraire des *consommateurs* de réseaux sociaux qui, eux, peuvent pâtir de l'utilisation de ces derniers et ressentir certains effets négatifs, comme l'ont mis en évidence plusieurs études.

- Les créateurs qui produisent quotidiennement du contenu et/ou passent plus de dix heures par semaine à créer, se disent dans l'ensemble extrêmement heureux.
- La plupart des créateurs (69 %) et des influenceurs (84 %) affirment que la création et le partage de contenu en ligne sont une échappatoire créative unique.
- En parallèle, un influenceur sur deux avoue que l'utilisation des réseaux sociaux ou la création de contenu se révèlent plus bénéfique pour sa santé mentale que l'exercice physique (30 %), l'écoute de la musique (31 %) ou encore une balade dans la nature (27 %).

Adobe Creative Cloud propose une offre exhaustive de solutions pour accompagner les créateurs dans chaque discipline : imagerie, photographie, design, vidéo ou encore expériences 3D et immersives faisant ainsi de la créativité pour tous une réalité et donnant à des millions de créateurs à travers le monde les moyens de collaborer pour raconter leurs histoires. Adobe a récemment élargi son offre avec Adobe Express, une application disponible sur le web et mobile qui facilite la création de contenus à partir de milliers de templates.

À propos de l'étude Future of Creativity

L'étude Future of Creativity d'Adobe permet de comprendre dans quelle mesure la créativité transforme le monde, au travers d'échanges directs avec les acteurs de la création digitale : les créateurs au sein de l'économie des créateurs. Ce rapport analyse l'avenir de la créativité sous divers angles.

Méthodologie

Pour les besoins de l'étude Future of Creativity, une enquête a été réalisée en mai 2022 auprès de plus de 9 000 créateurs en ligne dans 9 pays (États-Unis, Royaume-Uni, Espagne, France, Allemagne, Australie, Japon, Corée du Sud et Brésil). Adobe s'est associé à Edelman Data & Intelligence pour mener cette étude et analyser les données et ainsi mettre en lumière les grandes tendances de l'économie des créateurs. Sont définis comme créateurs ceux qui ont pris part à des activités de création (par exemple : photographie, écriture créative, création de NFT, contenu original pour les réseaux sociaux, etc.) et qui ont publié, partagé ou assuré la promotion des projets résultant de ces activités en ligne, au moins une fois par mois, dans le but de développer leur présence sur les réseaux sociaux. Les données ont été recueillies auprès de 4 535 créateurs des générations dominantes (âgés de plus de 18 ans, ~500 par marché) et de 5 111 créateurs de la génération Z (âgés de 16 à 24 ans, ~500 par marché) ; la marge d'erreur est de $\pm 1,4$ % et l'intervalle de confiance de 95 %.

À propos d'Adobe

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

###