



Les créatifs culturels

Pourquoi cette présentation ?

Les créatifs culturels représentent 17% de la population française et on dit d'eux qu'ils peuvent changer le monde...du moins qu'ils sont ...CREATEURS DE CULTURE.

Nous souhaitons donner plus de visibilité aux pratiques sociales innovantes en s'appuyant sur l'émergence d'un groupe social "créateur d'une nouvelle culture" en France, aux USA, et dans d'autres pays

- En 2000, aux USA, Paul H. Ray et Sherry Anderson (l'émergence des créatifs culturels, publié aux éditions Yves Michel) situent ce nouveau groupe socioculturel entre les "traditionalistes", porteurs de valeurs tournées vers le passé et assez religieuses, et les "modernistes", tenant au système actuel, croyant au progrès et matérialistes (la société de consommation).

-Une même étude a été lancée en 2003. Les résultats de cette étude (quantitative, 1115 personnes interrogées 15+ ans) ont fait l'objet d'un livre qui vient d'être publié "Les créatifs Culturels en France" aux éditions Yves Michel : www.yvesmichel.org

-Les éléments de ce document proviennent en partie de ce livre.

Mais aussi, permettre aux créatifs culturels de se reconnaître, de se rencontrer, d'agir ensemble et de ne plus être acteurs indépendants des transformations culturelles et sociales.

Ils vont changer le monde depuis le poste qu'ils occupent aujourd'hui en entreprise, ou dans les pouvoirs publics, en se rapprochant d'autres créatifs culturels sur des projets concrets. Nous allons aider les créatifs culturels à entrer en contact.

Nous souhaitons enfin accélérer “la ré-alliance” entre :

- les français qui ont beaucoup changé ces dernières années
- et les entreprises et les institutions publiques qui ont compris les mutations mais ne savent pas encore très bien comment s’adapter sur la base de valeurs et pratiques communes

Éléments de contexte ...

Aujourd'hui, nous arrivons à un tournant de l'histoire, où le « tout global » menace nos intérêts individuels...

La globalisation est l'héritière de la société industrielle et de sa culture de masse. C'est l'idée d'un progrès rendu possible par le passage à une norme internationale et l'avènement d'une culture de masse axée sur la consommation, et le plein essor du libre échange, celui des biens et des capitaux.

Les français sont favorables à la mondialisation au sens d'ouverture au monde :

- De plus en plus, les gens sont dans un monde coloré et ils s'y adaptent. (...) On veut vivre la différence, consommer la différence. » C. Demesmay.

Mais ils ne veulent pas renoncer à leur identité :

- Le « tout global » tend à uniformiser les modes de vie, la consommation, et même les goûts alimentaires.

- Les Français font plus que jamais valoir leur exception culturelle. Ils sont très attachés à leur langue et à leur gastronomie.

« Ils veulent s'ouvrir aux autres sans toutefois devenir autre. » C. Demesmay

“Il y a deux faces à la montée de “l’individualisme consumériste”.

-D’un coté on trouve ce qui est fréquemment dénoncé comme un repli égoïste de chacun sur la recherche de satisfaction personnelle, immédiate, au détriment de tout sentiment ou comportement de solidarité avec autrui et tout intérêt pour le reste du monde et pour l’avenir de la planète, ce qu’on appelle la : “Me now society”.

- Mais de l’autre face existe également l’expression de la volonté de chaque individu de reconquête de son autonomie dans la construction de son identité afin de mieux maîtriser son rapport aux autres et au monde et ses choix de vie et de consommation.”

J. P. Worms

Effondrement des institutions qui définissaient les valeurs et les repères de la société :

- religion - famille - politique - entreprise - école

Disparition de la sphère sécuritaire :

chômage - terrorisme - épidémies - catastrophes naturelles

Remise en question des croyances sociales :

le progrès, l'amour à vie, le plein emploi, l'éducation nationale, la réussite personnelle, la religion comme soutien moral, l'amélioration de la qualité de vie, l'entreprise comme lieu d'accomplissement de soi

Des pressions sociales de plus en plus pesantes :

devant-être heureux, adulant/adulé, devant-jouir, séduisant/séduit, dynamique, participant, productif

Il y a lieu de parler d'une crise de valeurs importante.

Confrontés au vide idéologique, les individus ont besoin de se reconstruire de nouvelles valeurs à titre individuel. La diffusion et la mise en place de ces nouvelles valeurs passe par la vie quotidienne et par la consommation.

Les personnes se cherchent et de nouveaux comportements émergent en marge des institutions :

Maximisation de l'existence par la multiplication des contacts, des relations, par l'usage intensif de signes, d'objets, par l'exploitation systématique de toutes les virtualités de jouissance.

Nous assistons à un certain "Eveil du moi"....

Qui sont les créatifs culturels ?

Ce n'est ...

... **pas** un groupe socioculturel qu'on peut extraire à partir de critères socio-démographiques :
64% de femmes,
et un peu plus jeunes, un peu plus aisés que la moyenne

... **ni** une nouvelle façon de nommer des groupes qu'on connaît déjà !

Ce ne sont...

...pas des bobos

Ils leur ressemblent...mais les créatifs culturels se distinguent à travers 6 valeurs distinctes, alors que les “Bobos”, eux, se définissent par rapport à leurs comportements.

... pas des bobos

Le terme “bobos” est utilisé pour désigner les comportements d’une catégorie d’âge, socio-professionnelle, localisée géographiquement :

- A l’origine, un terme utilisé par un sociologue et sémiologue, Jean Luc Excousseau, pour décrire une classe d’âge : les anciens soixant-huitards ayant réussi avec pour figure de proue des hommes d’affaire comme Richard Branson, qui dit : *“Pour moi les affaires ce n’est pas porter un beau costume et faire plaisir à des actionnaires, c’est rester soit-même, être à l’écoute de ses idées et se concentrer sur l’essentiel”*.

- “Des individus appartenant à une catégorie socio-professionnelle aisée, progressistes, de métier fortement intellectuel, habitant des grands centres urbains, souvent dans des quartiers autrefois populaires et se distinguant par leur mode de consommation (logement, alimentation, loisirs).” Définition Wikipédia.

-Un parisianisme qui se traduit par une adoration des produits bio, par un goût pour les déplacements à vélo, pour les cinémas particuliers ou étrangers.

-Le terme a pris en France une valeur plutôt péjorative, désignant un type de conformisme.

Le “bobo”, un individu, plein de contradictions :

- Il veut vivre comme un artiste tout en touchant le salaire d'un cadre supérieur.
- Il vit dans des quartiers populaires mais place ses enfants dans les meilleurs écoles.
- Il chine les objets rares dans les broquantes tout en boursicotant.

... sont ils alter-mondialistes ?

L'alter-mondialisme a gagné en popularité suite aux crises financières en Asie et en Argentine, aux crises boursières et scandales financiers (Enron) qui ont réveillé les velléités contre l'idée que le libre échange et les déréglementations financières mènent obligatoirement à la croissance et au développement pour tous.

C'est l'échec des négociations internationales pour préserver l'environnement (sommet de la terre à Rio en 1992) qui a poussé de nombreux écologistes, tiers-mondistes et anciens gauchistes à rejoindre le mouvement des "anti-globaux" (forum social mondial de Porto Alegre en 2002). Le mouvement se rassemble alors autour du slogan « **Un autre monde est possible** » ou plus récemment, « D'autres mondes sont possibles ».

La mouvance alter-mondialiste fonctionne en réseau à travers la convergence d'une multiplicité de mouvements et d'associations. Pour cette raison, cette mouvance est appelée parfois *le mouvement des mouvements*.

Non mais il sont proches..

... des alter-mondialistes

Comme eux...

-l'alter-mondialisme est un mouvement de la société civile qui conteste le modèle libéral de la mondialisation et revendique un mode de développement plus soucieux de l'homme et de l'environnement...

- comme eux, les créatifs culturels, c'est l'émergence d'un mouvement d'un nouveau genre dont **l'activisme ne se résume pas à une seule cause** (d'une part, les mouvements deviennent de plus en plus proche et similaire, d'autre part ils collaborent sur des sujets importants et transversaux...ils font causes communes).

- les alter-mondialistes ne sont plus une contestation politique et économique mais sont aussi source de propositions concrètes (les créatifs culturels ne sont pas "contre", ils sont source de proposition et acteurs du changement).

Contrairement à eux...

- ils essayent de changer le monde en commençant par se changer eux-mêmes et en sont au stade de rechercher d'autres personnes semblables à eux pour faire avancer leurs initiatives plutôt que de rejoindre des mouvements existant, aussi éclatés soient-ils.

Les créatifs culturels sont écolos...

... mais pas que écolos

Le mouvement des créatifs culturels se rapproche du mouvement écologique, puisque la sensibilité écologique fait partie de leurs valeurs caractéristiques et qu'ils comptent bien être acteurs du changement à ce niveau là...

Par contre, les créatifs culturels auront un "terrain de jeu" beaucoup plus large que l'écologie, l'éthique et la nature ...

La prise de conscience écologique jouera certainement le rôle de première étape pour aider les créatifs culturels à prendre conscience de leur existence en tant que groupe.

Les créatifs culturels c'est donc...

C'est un groupe non formalisé qui se construit pour l'instant en dehors des institutions, sans avoir une conscience collective.

Les créatifs culturels ne forment pas un groupe cohérent isolé du reste de la société mais ils sont à l'avant garde et vont jouer un rôle moteur dans les transformations sociales et culturelles et économiques en cours

Les Créatifs Culturels sont cohérent au niveau de leurs valeurs...

Les 6 valeurs qui distinguent les Créatifs Culturels

L'écologie

“Je suis très préoccupé par les problèmes écologiques, comme le réchauffement de la planète, la destruction de la couche d’ozone, la pollution ...” (94% des sondés, 72% des français)

La prédominance de l'être par rapport à l'avoir et au paraître

“Il vaut mieux vivre une vie plus simple, moins axée sur la consommation et la richesse” (92% des sondés, 79% des français)

Le développement personnel et la spiritualité

“L'éducation devrait mettre des sujets comme le développement personnel au même niveau que les connaissances et compétences professionnelles” (86% des sondés, 62% des français)

La place du féminin

“Notre culture, notre société a besoin d'un place plus importante donnée aux valeurs féminines, à la sensibilité” (89% des sondés, 67% des français)

L'implication sociétale

“J'aimerai contribuer à façonner une société meilleure” (95% des sondés, 75% des français)

L'ouverture Multi-culturelle

“Mes enfants devraient apprendre à accueillir des enfants d'autres pays et à s'y faire des amis” (92% des sondés, 68% des français)

Vont ils changer le monde ?

L'ECONOMIE HIER

Il y a une réelle remise en cause du mode de développement actuel :

- Impacts négatifs sur l'environnement.**
- Délocalisations menaçant l'emploi**
- Chiffres du chômage restent élevés**
- Perte des avantages sociaux acquis**

Les enjeux écologiques sont entrés dans le débat médiatique en 2007 avec l'action de Nicolas Hulot et de l'Alliance pour la planète (pour disparaître une fois que les principaux candidats à l'élection présidentielle ont décidé de signer le pacte).

L'ECONOMIE DEMAIN

Les créatifs culturels aident le **développement durable**...à prendre racine...

Mais pourraient aussi suivre la piste de **la décroissance** qui incite à favoriser une croissance qualitative qui intègre l'homme et son environnement ...

De plus, on parle beaucoup en ce moment de **simplicité volontaire** pour encourager le changement en provenance des individus eux mêmes, dans premier temps.

Les comportements citoyens pourraient être financés par du **micro-crédit**.

L'ETAT HIER

On se demande si ...

- ... l'Etat est vraiment représentatif de tous les citoyens.**
- ... l'Etat peut être un interlocuteur valable dans les grandes causes (il ne parvient pas à empêcher les délocalisations comme il ne peut pas “forcer” les personnes à adopter des comportements responsables).**
- ... les programmes des différents partis politiques vont déboucher sur de réelles propositions.**
- ... l'Etat est vraiment légitime dans la défense de la chose publique.**

L'ETAT DEMAIN

Une nouvelle force à part entière fait son apparition : la société civile.

Elle est composée d'associations de groupes protéiformes. Elle fait son lit sur les vestiges des grandes institutions religieuses et politiques.

Elle se traduit par un :

- engagement associatif et bénévolat**
- retour des préoccupations d'intérêts générales**
- ré-équilibrage au profit du local**
- prise de parole individuelle (les individus deviennent des médias).**

L'ETAT DEMAIN

Avec la chute des grandes institutions, les individus sont renvoyés à eux-mêmes et à leur libre arbitre. Ils commencent à exercer leur contre-pouvoir de manière spontanée et sans concertation entre eux :

« La démocratie était représentative, elle sera désormais participative. » JM Vittori Les Echos.

« La société la plus mondialisée aujourd'hui, c'est celle des consommateurs. Son pouvoir est colossal (...) et nous n'en sommes qu'au début. » Ulrich Beck.

L'ENTREPRISE HIER

L'entreprise est devenue une fin en soi :

- **On devrait travailler pour satisfaire nos besoins, mais on travaille pour faire marcher le système, on produit pour produire, sans en tirer profit.**
- **Il y a comme un décalage au niveau des valeurs, des process, et des externalités dégagées...**
- **On rémunère les gens en fonction de leur productivité et on ne récompense pas d'autres comportements pourtant créateurs de valeur**
- **On accorde de plus en plus de droits aux consommateurs et de moins en moins aux citoyens**

L'ENTREPRISE DEMAIN

L'entreprise n'apparaîtra plus comme le seul lieu de production des richesses. Elle deviendra peut être un sous-traitant, une sous-fonction de la communauté dont elle doit reprendre les finalités si elle veut être respectée.

C'est peut être en effet à l'entreprise de garantir que les solutions qu'elle adopte respectent bien les modalités de vivre-ensemble recherchées par la communauté.

Ainsi, l'entreprise aurait pour tâche de résoudre des problèmes techniques de production et de mise en relation, plus une tâche d'ingénierie. Et c'est la communauté qui construirai son monde commun et en assurera le fonctionnement et la qualité.

L'ENTREPRISE DEMAIN

Elle doit de toutes façons modifier ses structures organisationnelles internes :

- **Moins de segmentation par la fonction et plus de valorisation transversales de des compétences (on passe en mode projets).**
- **Moins de compétition plus de collaboration, moins de direction et de sanction et plus d'écoute et de soutien.**
- **L' employé n'est plus au service de l'entreprise, on est en relation gagnant-gagnant.**

LA CONSOMMATION HIER

“Selon moi, la société de consommation ne mène pas au bonheur puisqu’elle crée des dépendances et des fausses attentes face à des produits en ventes sur le marché.

Une, sinon la, doctrine de la société de consommation est de créer un besoin, une attente, chez une personne pour la pousser à se procurer un produit qui est, ou n’est pas essentiel.” J.M. Bellanger

Si la consommation c’est le bonheur mis au menu, et qu’on n’a plus qu’à choisir dans l’étalage des plaisirs qu’on vous offre (et qu’il faudra payer), alors : il ne reste plus qu’aux marketeurs à jouer sur la dimension “plaisir” pour inciter la consommation.

LA CONSOMMATION DEMAIN

Il faudrait donc appliquer un marketing de la ré-alliance :
il s'agit d'une nouvelle conception du marketing très éloignée du one-to-one.

- ce n'est plus la marque qui cherche à fidéliser le consommateur,
- c'est au contraire la marque qui propose des produits qui répondent aux vraies envies et besoins du consommateur. ...et de la communauté

LA PUBLICITE HIER

La publicité est le fer de lance d'une société qui fait triompher l'avoir et le paraître :

- Les produits sont des signes extérieurs de richesse qui permettent de se valoriser au sein de son entourage et d'acquérir un status social.
- Dernièrement, il ne suffit plus d'être accepté de ses pairs, il faut tendre vers un idéal (jeunesse, beauté, style) avec ses dérives (chirurgie esthétique, peoplisation de la politique).

Pour que la publicité fasse partie intégrante d'une nouvelle vision de la société, **il faudrait qu'elle soit désintéressée**, ce qui est évidemment contradictoire, puisque son but, c'est de faire vendre.

LA PUBLICITE DEMAIN

Les entreprises communiqueront en amont pour **impliquer les parties prenantes** et non plus uniquement pour informer les consommateurs de la nécessité d'acheter ce produit, qui est très utile, les rendra heureux, et est disponible la, en promotion jusqu'à telle date..

ON dit qu'on communique AVEC les gens et non plus POUR les gens. On ne fait plus de publicité, on propose des contenus.

La publicité sera peut être utile : informer, éduquer, aider à se réaliser, divertir...

En Bref,

17% des français se reconnaissent dans les valeurs d'un mouvement créateur d'une nouvelle culture.

Ils sont prêt à faire avancer la société vers plus de bonheur et de cohérence dans nos choix de vie.

Il ne manque à ce groupe socio culturel que la conscience de lui-même, pour ...agir...

Sources

L'émergence des créatifs culturels (éditions yves michel)

Les créatifs culturels en France (éditions yves michel)

Jean Pierre Worms, sociologue

Eric Seuillet, consultant, directeur de la fabrique du futur

Vincent David, conseil en relations d'utilité publique

Yves Michel, éditeur

Wikipédia

Image : bubblegirl



*Une présentation collective réalisée par les membres de
courtcircuits
Contribue à ton tour.
www.courtcircuits.fr*

Une initiative de l'agence des idées
www.pourquoitucours.fr