



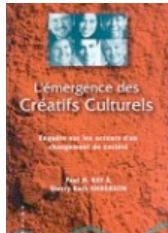


Recherche détaillée

CONSUM'ACTION

Société \ Economie \ Consom'action

LES CRÉATIFS CULTURELS, PARTIES PRESSANTES DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



Au terme d'une enquête de quinze ans, un sociologue et une psychologue, Paul H. Ray et Sherry Ruth Anderson, ont écrit un ouvrage, paru en France en 2001, au titre intrigant " *Les créatifs culturels : comment 50 millions de personnes changent le monde* ". Dans ce livre, ils démontrent que 26 % de la population américaine (50 millions de personnes en 1999) sont porteurs de nouvelles valeurs, et conjuguent déjà leur style de vie avec la préservation et la viabilité du monde qui les entoure. Ces gens seraient les acteurs d'un changement majeur de

société, les " créateurs d'une nouvelle culture ", dont le nombre augmenterait chaque année de 3,5 %. Leurs valeurs principales sont celles de l'écologie, du développement personnel, de l'engagement citoyen, des valeurs dites féminines; ils ont un sens aigu de leur responsabilité et de l'appartenance à une seule et même planète, ont conscience des conséquences néfastes de nos modes de production et de consommation actuels, choisissent la réalisation personnelle plutôt que la réussite matérielle et accordent une grande importance à la cohérence entre leurs valeurs et leurs actes quotidiens. Ils sont citoyens avant d'être consommateurs.

Après les modernistes et des traditionalistes

Paul H. Ray et Sherry Anderson considèrent l'avènement de ce courant sociologique post-moderne comme majeur, trouvant sa place aux côtés des Modernistes (50 % de la population des USA, prônant le progrès technologique et les valeurs du marché) et des Traditionalistes (25 % de la population, tournés vers le passé). Les Créatifs culturels sont les héritiers des mouvements écologiques, New Age, pacifistes et anti-racistes des années 60, mais leur approche systémique et concrète des enjeux actuels est un levier d'innovations sociétales importantes, selon les auteurs de cette étude et, donc, porteur d'espoir pour l'avenir.

Nouvelle mode ?

On peut se demander si l'avènement des C.C. (pour Créatifs culturels) ne vient pas se rajouter aux Bobos (Bourgeois bohèmes de David Brooks) et autres Nonos (décrits par Naomi Klein dans son livre No Logo) récemment débarqués. Il est clair que de nouveaux sociotypes émergent pour tenter de comprendre les interrogations et les désirs qui animent un nombre grandissant de citoyens, et dont les actes quotidiens interpellent les mondes politique et économique. Pour Sauveur Fernandez, fondateur de l'Econovateur, agence conseil en éco-marketing et innovation responsable, tout ne doit pas être mélangé : " *Les Bobos et autres Nonos ont une réelle part de sincérité, mais sont pénétrés de contradictions, car encore au premier stade de sensibilisation. Viennent ensuite les consom'acteurs avec des degrés plus ou moins fort d'implication. Puis les alternatifs, c'est à dire les personnes qui s'impliquent réellement dans leurs engagements qu'ils essaient de vivre concrètement. Ils sont à la fois consom'acteurs et citoyens engagés, mariant à la fois la connaissance et la pratique concrète. Ils représentent, en fait, l'ensemble des gens sensibles à l'éthique, au social, à l'environnement. Ce sont eux les créatifs culturels, même s'ils n'aiment pas trop ce terme, le trouvant un peu trop "mode" ou "gadget".* "

Un levier de changement pour les entreprises ?

Au delà des mots, ce nouveau socio-style ne saurait être ignoré par les entreprises et le monde économique dans son ensemble, car les Créatifs culturels sont des collaborateurs, des consommateurs mais aussi des chefs d'entreprises, donc des clients, des fournisseurs ou des concurrents potentiels. Rapportant les idées fortes des deux auteurs américains, le magazine Business Digest, spécialisé dans l'étude des innovations en management et stratégie, décrit un modèle économique nouveau : " *Au plan socio-économique, de nouvelles pistes prometteuses sont ouvertes par les Créatifs culturels, comme par exemple la meilleure productivité des ressources, l'imitation de la nature (biochimique) en ce qui concerne la réutilisation des déchets, l'économie de flux et de service dans laquelle on substitue à une logique de vente et de production une logique de " droit à utilisation " privilégiant la durabilité écologique, l'investissement dans le " capitalisme naturel ", c'est-à-dire une nouvelle conception de l'industrie visant à respecter la planète tout en étant rentable.* "

Les créatifs culturels en Europe

Une enquête sur le poids des créatifs culturels en Europe ne devrait pas tarder, mais d'ores et déjà, on estime que 10 à 20 % de la population du Vieux Continent auraient cette sensibilité. Eric Seulliet, consultant en prospective et innovation, qui vient de lancer le réseau E-Mergences, participe au projet de l'étude européenne sur les Créatifs culturels, initié par le Club de Budapest (réseau d'intellectuels militant pour une résolution

Développement Durable

- Repères
- Institutions et acteurs
- Enjeux environnementaux
- Enjeux sociaux
- Enjeux économiques

Responsabilité Sociale d'Entreprise

- Repères
- Référentiels
- Parties prenantes
- Démarches volontaires

Investissement Socialement Responsable

- Repères
- Chiffres et données
- Agences de notation
- Liste des fonds ISR

Outils

- Annuaire des ONG
- Glossaire
- Forum

► Lettre d'info

Abonnez-vous à Novethic'Info (gratuit)

► Publications & services :

Le site internet
La lettre RSE
L'Indicateur ISR
Les études
Les Rencontres

Actualité Novethic

Les placements éthiques ont progressé de 75% en un an

► Qui sommes-nous?

- Presse
- Contacts
- English

► Vous êtes un professionnel ?

Devenez membre de Novethic Réseau

éthique des grands enjeux du XXIème siècle). Selon lui, les Créatifs culturels vont faire évoluer le marketing traditionnel vers le marketing de la " reliance ", concept selon lequel " ce n'est plus la marque qui cherche à fidéliser le consommateur, c'est au contraire la marque qui devra être fidèle aux consommateurs ". Un cercle vertueux si le nombre de citoyens consommateurs augmentent comme le pressent Alexandre Pasche, fondateur de l'agence Eco&co, agence conseil en communication sur l'environnement et les questions de société, " Les créatifs culturels sont une cible impalpable mais bien existante, située entre avant-gardisme et no man's land. Ils sont ceux qui vont donner une réalité au développement durable, car ils ont un réel pouvoir, et leur sensibilité peut changer la société. "

Paul H. Ray, Sherry Ruth Anderson, *L'émergence des créatifs culturels, Enquête sur les acteurs d'un changement de société* (titre français), Editions Yves Michel.


Sylvie Touboul
Mis en ligne le : 19/03/2004

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

► **VOIR AUSSI**

Le site américain des Créatifs culturels

 Imprimer |  Transmettre

 [Haut de page](#)

| [CONDITIONS D'UTILISATION](#) |

© Novethic 2001 - Droits de reproduction et de diffusion réservés