



Contact Presse

HK Stratégies

[Adobe.hkparis@hkstrategies.com](mailto:Adobe.hkparis@hkstrategies.com)

# Étude Adobe - Future of Creativity : les émojis favorisent la créativité, l'expression de soi et l'inclusion

- 94 % des utilisateurs français affirment que les émojis créent des liens malgré la barrière de la langue (versus 92 % des utilisateurs américains), 92 % des utilisateurs français affirment qu'ils aident à s'exprimer (versus 91% des Américains), et 88 % des Français et des Américains affirment qu'ils améliorent l'empathie.
- 77 % des utilisateurs français et 83 % des utilisateurs américains pensent que les émojis devraient continuer à être plus représentatifs et inclusifs.
- Les émojis 😊 (n° 1), 😬 (n° 2), 🤔 (n° 3), 😏 (n° 4), et 👍 (n° 5) sont les préférés des Français. Les émojis 😊 (n° 1), 👍 (n° 2), ❤️ (n° 3), 🤔 (n° 4) et 😬 (n° 5) sont les préférés des utilisateurs américains.
- De nouveaux templates Adobe Express sont d'ores et déjà disponibles sur la thématique des émojis. De plus, les créateurs peuvent créer des émojis plus facilement sur Photoshop et Illustrator.

**Paris – 13 septembre 2022** — Adobe (Nasdaq : ADBE) dévoile les résultats de sa dernière étude mondiale "Adobe Future of Creativity: 2022 U.S. Emoji Trend Report" sur le rôle et l'impact des émojis dans la communication digitale. Selon l'étude, 92 % des utilisateurs français (versus 91 % des utilisateurs américains) estiment que les émojis leur permettent de s'exprimer plus facilement. 67 % des Français (versus 71 % des Américains) affirment que les émojis inclusifs suscitent des discussions positives sur des sujets culturels et sociaux. 77 % des Français (versus 83 % des Américains) pensent que l'on devrait encourager les émojis plus inclusifs ; un résultat appuyé par la sortie de la version 15.0 d'Unicode qui propose des émojis inédits comme des maracas, une flûte, un Khandá, un peigne ou encore un éventail.

*"Les émojis se sont aujourd'hui imposés comme un moyen d'expression créatif à travers le monde. En tant qu'acteur historique du secteur de la création et membre du consortium Unicode, nous sommes conscients que les émojis permettent de promouvoir l'inclusion, de favoriser les discussions culturelles et d'avoir un impact positif sur notre santé mentale.",* explique Kamile Demir, computer scientist chez Adobe et représentante Adobe auprès de la sous-commission des émojis Unicode.

En France comme aux Etats-Unis, les émojis évoluent constamment et n'ont pas toujours le sens qu'on leur prête ; les émojis sont un incontournable de la culture du « dating » ; l'utilisation des émojis dans un contexte professionnel améliore l'efficacité, la créativité et les relations.

*"Les émojis sont une forme de communication visuelle qui nous aide à exprimer nos sentiments et notre personnalité lorsque les mots nous manquent. Les nouveaux templates disponibles sur Adobe Express et la facilité de création d'émojis sur Photoshop et Illustrator permetts aux créateurs à travers le monde d'exprimer leurs idées en outrepassant les différences culturelles et les barrières de la langue.",* explique Paul D. Hunt, typeface designer & font développer chez Adobe.

L'étude permet de comprendre quand, pourquoi et comment les émojis sont utilisés dans divers domaines : expression de soi et identité, diversité, équité et inclusion, couple et relations, communications professionnelles, etc. Cette forme de communication digitale, à la fois amusante, rapide et intuitive, a transformé la manière de s'exprimer et ne cesse de repousser les limites des conversations entre utilisateurs d'émojis, quels que soient leur âge, leur origine ethnique ou encore leurs cultures.

#### **Les émojis préférés des utilisateurs français pour exprimer la joie, l'approbation, l'amour et la tristesse sont les suivants:**

- Les émojis 😊 (n° 1), 😏 (n° 2), 🤔 (n° 3), 😌 (n° 4), et 👍 (n° 5) sont les préférés des Français et 😞 (n° 1), 🤮 (n° 2) et 🤢 (n° 3) les moins appréciés.
- Les combinaisons 🤔😏 (n° 1), 😏❤️ (n° 2) et 🤔😞 (n° 3) sont les préférées des Français.

#### **Les émojis favorisent l'expression de soi, rendent les conversations plus amusantes et ont un impact positif sur la santé mentale :**

- 40 % des Français s'accordent à dire que l'utilisation d'émojis dans leurs communications a amélioré leur santé mentale (contre 60 % des Américains).
- 98 % des Français confirment que les émojis leur permettent de s'exprimer plus facilement (contre 91 % des Américains).
- 80 % des Français estiment que les personnes utilisant des émojis sont plus sympathiques et plus drôles que celles qui n'en utilisent pas (contre 73 % des Américains).

#### **Les émojis favorisent l'empathie, la compréhension et le contact :**

- 94 % des Français s'accordent à dire que les émojis permettent de passer outre la barrière de la langue (contre 92 % des Américains).
- 88 % des Français comme des Américains indiquent qu'ils sont plus enclins à éprouver de l'empathie pour quelqu'un qui utilise des émojis.
- 78% des Français reconnaissent que les émojis sont un outil de communication important pour favoriser l'unité, le respect et la compréhension mutuelle (contre 71 % des Américains).

#### **Les utilisateurs plébiscitent des émojis toujours plus inclusifs et représentatifs :**

- 77 % des Français estiment que les émojis devraient continuer d'être plus inclusifs et représentatifs (contre 83 % des Américains).
- 74 % des Français considèrent que les émojis inclusifs permettent de sensibiliser aux questions de diversité (contre 75 % des Américains).
- 67 % des Français s'accordent sur le fait que les émojis inclusifs suscitent des discussions positives sur des questions culturelles et sociétales importantes (contre 71 % des Américains).

#### **Les émojis changent sans cesse et n'ont pas toujours le sens qu'on leur prête**

- 🤪 (n° 1), 🍒 (n° 2) et 😞 (n° 3) sont les émojis les moins bien compris en France et aux États-Unis.
- 50 % des Français détournent le sens des émojis. Une tendance qui se perçoit également aux États-Unis puisque 48% des Américains détournent le sens premier des émojis.
- Une tendance générationnelle, puisque 74 % des utilisateurs de la génération Z détournent le sens premier des émojis, contre 65 % de la génération Y, 48 % de la génération X et 24 % des baby-boomers.

#### **Les émojis sont le nouveau langage de l'amour et peuvent créer ou rompre des relations :**

- Globalement, voici les trois émojis qui peuvent tout changer, lorsqu'il s'agit de faire des rencontres :
  - Les émojis 😏 (n° 1), 😏 (n° 2) et 😏 (n° 3) rendent l'utilisateur plus sympathique.
  - Les émojis 🤢 (n° 1), 😞 (n° 2) et 🍒 (n° 3) rendent l'utilisateur moins sympathique.
- 2 utilisateurs de la génération Z sur 5 (38 %) n'envisagerait pas de relation sérieuse ou à long-terme avec une personne qui n'utilise pas d'emoji.

- 69 % des Français utilisent des emojis lorsqu'ils veulent faire des rencontres (contre 72 % des Américains).

#### **L'utilisation des emojis dans un contexte professionnel améliore l'efficacité, la créativité et les relations :**

- 74 % des Français (contre 71 % des Américains) disent utiliser des emojis dans le cadre professionnel, et 53 % des Français et des Américains indiquent en avoir utilisé davantage au cours des 12 derniers mois.
- En 2022, l'utilisation des emojis dans un contexte professionnel permet de partager rapidement des idées (79 %), accélère la prise de décision en équipe (62 %) et réduit le besoin d'organiser des réunions et des appels (47 %).
- 51 % des Français (versus 58 % des Américains) s'accordent à dire que l'utilisation des emojis au travail stimule leur créativité et 75 % des Français (versus 68 % des Américains) pensent qu'ils permettent de nouer de meilleures relations avec les nouvelles recrues.

#### **L'utilisation des emojis va évoluer et se développer d'une toute autre manière dans le futur :**

- 50 % des Français (versus 57 % des Américains) sont prêts à acheter un article en utilisant un emoji, en particulier les membres de la génération Z (71 %), suivis de ceux de la génération Y (67 %).
- Globalement, les trois principaux produits que les utilisateurs sont prêts à acheter via un emoji sont les repas à emporter (n° 1), les vêtements (n° 2) et les services de streaming (n° 3).
- 72 % des Français (versus 68 % des Américains) sont prêts à utiliser les emojis pour confirmer leur présence à un événement et 37 % des Français (versus 45 % des Américains) pour envoyer ou recevoir des paiements.

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. Des millions de créateurs à travers le monde s'appuient sur des solutions comme Adobe Express, Fonts, Photoshop ou encore Frame.io pour raconter leurs histoires au quotidien.

L'étude « *Future of Creativity: 2022 U.S. Emoji Trend Report* » est disponible en intégralité [ici](#).

#### **À propos de l'étude « The Future of Creativity: 2022 U.S. Emoji Trend Report »**

L'étude Adobe « *Future of Creativity: 2022 U.S. Emoji Trend Report* » permet de comprendre le rôle et l'impact des emojis dans la communication digitale. L'étude analyse l'importance des emojis dans divers domaines : expression de soi et identité, diversité, équité et inclusion, couple et relations ou encore les communications professionnelles. Elle fait partie de la série d'études Adobe « *Future of Creativity* » qui analyse l'évolution de la créativité dans le monde.

#### **Méthodologie**

L'étude Adobe « *Future of Creativity: 2022 U.S. Emoji Trend Report* » a été réalisée entre mars et avril 2022, auprès de 10 000 personnes en France (1 000 répondants), aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Australie et en Corée du Sud et qui utilisent fréquemment des emojis. L'enquête permet de comprendre le rôle et l'impact des emojis dans la communication digitale. L'échantillon de personnes interrogées est représentatif des différents pays, et la marge d'erreur est de  $\pm 1,0$  % avec un 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](http://www.adobe.com/fr).

###