

INTRODUCTION

La publication de cet ouvrage est l'aboutissement d'un cycle de 10 ans d'immersion dans l'univers des « chasseurs de tendances ». Une décennie où j'ai pu identifier, croiser, échanger, observer, écouter, rencontrer plus de 200 personnes qui s'intéressent au futur sous toutes ses formes et dans tous les domaines. J'essaie de suivre leur parcours, ce qu'ils publient depuis toutes ces années.

Toutefois au cours de ce voyage, je me suis posé les mêmes questions :

1. Pourquoi il n'y a pas de méthodologie de travail ?
2. Pourquoi il semble y avoir autant d'appellation différente pour désigner les chasseurs de tendances que d'individus ?
3. Pourquoi les spécialistes de ce secteur conversent faiblement entre eux ?
4. Pourquoi le plus grand mystère/halo semble régner sur cette activité ?

Aussi, cette enquête vise à décrire la diversité des pratiques. J'ai donné la parole à une large gamme d'individualités/singularités, afin d'avoir une photographie à 360° de ce milieu. En lisant leurs témoignages, sans préjugé, j'espère que vous allez découvrir en filigrane une forme d'ADN du chasseur de tendances.

Tous mes remerciements vont...

1. aux 36 chasseurs de tendances qui m'ont fait confiance en acceptant de participer à ce projet éditorial,
2. aux 6000 membres des groupes « Chasseurs de Tendances », sur Facebook et LinkedIn qui sont des lieux fantastiques d'eco-intelligence créative,
3. à Catherine Champeyrol [label Beautemps], qui m'a initié aux processus de travail des chasseurs de tendances dans les bureaux de style,
4. à Vincent Grégoire [label Nelly Rodi], qui m'a donné quelques clés utiles pour décrypter le secteur des chasseurs de tendances,
5. à Bérengère Bézier et sa plume éclairée et inventive qui a rédigé le glossaire des chasseurs de tendances qui me tenait à cœur.

Si ce sujet vous intéresse, abonnez-vous gratuitement à la newsletter de l'Observatoire des Tendances www.observatoiredestendances.com/ ou sinon pouvez suivre aussi mes 60 blogs ou groupes sur des médias sociaux qui traitent du futur [cf. FOLLOW ME].

René Duringer
Trendspotter
observatoiredestendances@gmail.com
06 03 40 79 91

VERSION DU 20 AVRIL 2010

AVERTISSEMENT SEMANTIQUE

Le chasseur de tendances revêt de multiples visages aussi complémentaires que d'apparence parfois opposés. Une chose pourtant les unit la quête de la découverte, une saine curiosité pour devancer les tournants du futur. Grâce à lui la valeur de l'innovation et de la créativité augmentent. Cet ouvrage sous le vocable générique « Chasseur de tendances » vise une large gamme de labels et de pratiques, sans aucun préjugé inhibiteur.

AGENT DE PROJET MARKETING | AGITATEUR D'IDEE | AGITATEUR DE TENDANCES/DE CONCEPTS | ANALYSTE DU COOL | ANTICIPATEUR/TRICE | ANTHROPOLOGUE DES TEMPS MODERNES | ANTHROPOLOGUE DU FUTUR | AVANT GARDISTE | BUTINEUR | CAPTEUR DE TENDANCE | CAPTEUR D'IDEE NEUVES | CAPTOLOGUE | CATALYSEUR | CHASSEUR D'INFLUENCES | CHASSEUR DE FUTUR | CHASSEUR DE TENDANCES | CHASSEUR DE DEVIANCES | CHASSEUSE DE TENDANCES | CHERCHEUR DE TENDANCES | COACH EN PROSPECTIVE/ANTICIPATION | COMMUNITY MANAGER | CONCEPTEUR | CONCEPTOROLOGUE | COOL DECRYPTEUR | COOL HUNTER | COOL TRENDER | CREATEUR/CONCEPTEUR DE TENDANCES | CREATIF | CREATEUR CULTUREL | CREATIVOPHILE | DECODEUR | DECOUVREUR | DECRYPTEUR | DECRYPTEUR DE TENDANCES | DEFRICHEUR | DESIGNER INTERACTIF | DETECTEUR DE TENDANCES | EARLY ADOPTER HUNTER | EARLY ADOPTER | ECLAIREUR DU FUTUR | ELECTRON LIBRE | EVEILLEUSE D'IDEAL FUTUR | EVEILLEUR DU FUTUR | EXPLORATEUR | FACILITATEUR | FACILITATEUR DE POSSIBLE [S] | FILTREUR | FORMATRICE EN ANTICIPATION | FREE-RIDER | FURETEUR | FUTUR INSIDER | FUTURE SHAPER | FUTUROLOGUE | FUTUROPHILE | GEEK | GENERATEUR D'IDEE | GENERATEUR DE POSSIBLES | HUMEUSE DE L'AIR DU TEMPS | HYPE-TRENDER | ICONOCLASTE | INFLUENCEUR | INNOVATEUR | INNOVENTEUR | INSIDER | INTUITIF TENDANCEUR | INVENTEUR/TESTEUR DE TENDANCES | JET-TENDANCEUR | MARKETER | MARKETEUR PROSPECTIF | MARKETEUR DE L'ANTICIPATION | MODELISTE | NOVATEUR | OBSERVATEUR DE L'AIR DU TEMPS | OBSERVATEUR ET TRANSMETTEUR INTERACTIF | OBSERVEUR | OLFAC-TENDANCEUR | OLFACTEUR | OLFAC-TRENDER | PISTEUR D'OPPORTUNITES | PLANNEUR STRATEGIQUE | PRECURSEUR | PROPULSEUR | PROSPECTIVISTE | PSYTENDANCEUR | RENIFLEUR DE TENDANCES | SOCIETEUR | SPIN DOCTOR | STRATEGUE | STYLISEUR | STYLISTE | TENDANCEUR | TENDANÇOLOGUE | THINK TANKER | TREND HUNTER | TREND SEAKER | TREND-SETTER | TREND-SPOTTER | TRICKSTER | TROUBLEMAKER | VEILLEUR | VIGIE | VISONNEMANAGER | VISIONAUTE | VISIONNAIRE | WEBACTEUR |

Pour plus d'infos sur ces différents profils, consultez la typologie de chasseurs de tendances page 185 avec des exemples de définitions.

FOLLOW ME ☺☺☺

BLOGS sur la Plate forme Blogspirit^{perso}

L'Observatoire des Tendances

<http://www.observatoiredestendances.com/>

L'Observatoire du Luxe

<http://www.observatoireduluxe.eu>

L'Observatoire des Chasseurs de tendances

<http://www.chasseursdetendances.org/>

BLOGS sur la Plate forme Blogspirit^{pro}

Les Marchés du futur des TPE / PME

<http://marchesdufutur.blogspirit.com/>

BLOGS sur la Plate forme_Blogger^{perso}

Luxe du futur

<http://luxedufutur.blogspot.com/>

Chasseurs de tendances

<http://chasseursdetendances.blogspot.com/>

Médias sociaux sur LinkedIn^{perso}

1. Groupe « Chasseurs de tendances » [5000 membres]
2. Groupe « Nouvelles tendances dans l'édition, le marché du livre, de la presse et des médias au 21ème siècle »
3. Groupe « Prospective Futur Veille Trends Anticipation »
4. Groupe « CAFE ADN 2.0 »
5. Groupe « Centre Français des Acteurs de la Construction, du Bâtiment et de l'Environnement »
6. Groupe « Palace Insider »

Facebook^{perso}

GROUPES FACEBOOK ORIENTES FUTUR^{perso}

1. Groupe « Chasseurs de tendances » [1000 membres]
2. Groupe « Prospective »
3. Groupe « 2020-2050 »
4. Groupe « Entreprise 2030 »
5. Groupe « Emplois du futur »

GROUPES FACEBOOK ORIENTES LUXE^{perso}

1. Groupe « Ultra-Luxe »
2. Groupe « Imaginer le Palace de demain »
3. Groupe « Restaurants "Tendance" à Paris !!!

GROUPES FACEBOOK ORIENTES DEUXPOINTZERO^{perso}

1. Groupe « Entrepreneuriat 2.0 »
2. Groupe « ADN 2.0 »
3. Groupe « Maslow 2.0 »
4. Groupe « WEB 4.0 »

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

GROUPES FACEBOOK ORIENTES WE ARE THE MEDIAS AND THE FUTURE^{perso}

1. Groupe « Key blogueurs influents »
2. Groupe « Bra!n world des créatifs & innovateurs »
3. Groupe « I am a trickster »
4. Groupe « Iconoclaste »

GROUPES FACEBOOK ORIENTES NEW BIZ^{perso}

1. Groupe « Business Anti Crise »

GROUPES FACEBOOK ORIENTES REBELLION^{perso}

1. Groupe « Dessine moi la pauvreté... »
2. Groupe « FUCK LA PEUR »
3. Groupe « Groupe de salubrité publique contre les Pervers Narcissiques [PN] »

GROUPES FACEBOOK ORIENTES AVENIR AUTREMENT^{perso}

1. Groupe « Progrès OFF »
2. Groupe « Projet HMPI [Habitat Mobile Portable Individuel] »
3. Groupe « Trans Human »

GROUPES FACEBOOK ORIENTES SECTORIELS^{perso}

1. Groupe « Assistant[e] du futur »
2. Groupe « Centre des Acteurs de la Construction, du Bâtiment et de l'Environnement »

Facebook^{pro}

1. Groupe « Marchés du futur »
2. Groupe « Auto-entrepreneuriat »

Ning^{perso}

Collectif orienté futur

<http://smartfutur.ning.com>

Xing^{perso}

Groupe « Chasseurs de Tendances »

<https://www.xing.com/net/pri3542b3x/chasseursdetendances>

Yahoo^{perso}

Groupe « Futur »

Groupe « Think Tank Pétrole »

<http://fr.groups.yahoo.com/>

Yahoo^{pro}

Groupe « Entreprise 2018 »

<http://fr.groups.yahoo.com/>

Scribd^{pro}

Entreprise 2018 [ouvrage de plus 200 pages, téléchargé 50 000 fois]

<http://www.scribd.com/rduringer>

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Scribd^{perso}

Enquête sur les tendances du monde du luxe

<http://www.scribd.com/smartfutur407>

Carnet 2010 Observatoire Des Tendances

<http://www.scribd.com/rene-duringer-8239>

Slideshare^{perso}

Plusieurs diaporamas prospectifs à télécharger !

<http://www.slideshare.net/duringer>

Plate_forme Youtube^{pro}

2018, l'entreprise fluide / Le futur des possibles [fiction en 4 épisodes]

Entreprise 2018, Témoignages de super_experts

<http://www.youtube.com/Entreprise2018>

Manager du Futur / 2050

<http://www.youtube.com/smartfutur>

NetVibes^{perso}

Portail Spécial Futur

<http://www.netvibes.com/futur#ProspectiveWorld>

Nearbee^{pro}

Entreprise2018

<http://www.entreprise2018.com>

Twitter^{perso}

<http://fr.twitter.com/duringer>

SOMMAIRE

Préface

Avertissement sémantique

Follow ME

Les chasseuses de tendances

1. Le Storytelling de Catherine Champeyrol	page 9
2. Le Storytelling d'Isabelle Musnik	page 14
3. Le Storytelling de Geneviève Flaven	page 19
4. Le Storytelling d'Anne Beaufumé	page 24
5. Le Storytelling de Brigitte Mantel	page 33
6. Le Storytelling de Celine Laisney	page 34
7. Le Storytelling de Pascale Brousse	page 39
8. Le Storytelling de Cécile Bost	page 43
9. Le Storytelling de Laura Garcia Vitoria	page 49
10. Le Storytelling de Laurence Hochart	page 53
11. Le Storytelling de Marie-Aude Garnier	page 57
12. Le Storytelling de Patricia Ravet	page 61
13. Le Storytelling de Béatrice Gisclard	page 66
14. Le Storytelling de Barbara Steudler	page 71
15. Le Storytelling de Drechsler Michèle	page 76
16. Le Storytelling de Marianne Dekeyser	page 82
17. Le Storytelling de Béatrice Mirrione	page 87
18. Le Storytelling de Solange Saint-Arroman	page 90

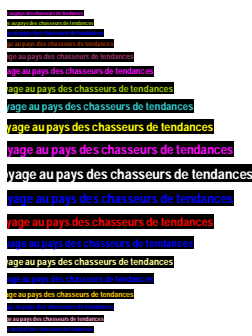
Les chasseurs de tendances

1. Le Storytelling de Vincent Grégoire	page 97
2. Le Storytelling de Johann Ouaki	page 103
3. Le Storytelling de Dominique Cuvillier	page 109
4. Le Storytelling de Grégory Sant	page 114
5. Le Storytelling de Stéphane Galienni	page 119
6. Le Storytelling de Pierre Fraser	page 122
7. Le Storytelling de Laurent Marcoux	page 127
8. Le Storytelling de Thierry Gaudin	page 132
9. Le Storytelling de Stéphane Dangel	page 136
10. Le Storytelling d'Yves Lusignan	page 142
11. Le Storytelling d'Emmanuel Racca	page 148
12. Le Storytelling de Matthieu Bourguignon	page 152
13. Le Storytelling de Jean-Yves Prax	page 158
14. Le Storytelling de Geoffrey Delcroix	page 162
15. Le Storytelling de Charles Wassmer	page 167
16. Le Storytelling de François-Xavier Alexsens	page 171
17. Le Storytelling de Georges Fulgencio	page 175
18. Le Storytelling Jean-Lou Bourgeon	page 180

Typologie des chasseurs de tendances page 185

Questionnaire de l'enquête page 202

Votre Carnet de Chasseur de tendances page 205



VOYAGE AU PAYS DES CHASSEUSES DE TENDANCES

▽ Le Storytelling de Catherine Champeyrol	page 9
▽ Le Storytelling d'Isabelle Musnik	page 14
▽ Le Storytelling de Geneviève Flaven	page 19
▽ Le Storytelling d'Anne Beaufumé	page 24
▽ Le Storytelling de Brigitte Mantel	page 33
▽ Le Storytelling de Celine Laisney	page 34
▽ Le Storytelling de Pascale Brousse	page 39
▽ Le Storytelling de Cécile Bost	page 43
▽ Le Storytelling de Laura Garcia Vitoria	page 49
▽ Le Storytelling de Laurence Hochart	page 53
▽ Le Storytelling de Marie-Aude Garnier	page 57
▽ Le Storytelling de Patricia Ravet	page 61
▽ Le Storytelling de Béatrice Gisclard	page 66
▽ Le Storytelling de Barbara Steudler	page 71
▽ Le Storytelling de Drechsler Michèle	page 76
▽ Le Storytelling de Marianne Dekeyser	page 82
▽ Le Storytelling de Béatrice Mirrione	page 87
▽ Le Storytelling de Solange Saint-Arroman	page 90

Le Storytelling de Catherine Champeyrol

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Champeyrol
Prénom : Catherine
Fonction : Directrice Associée
Organisme/Firme : BeauTemps
Blog[s] / site[s] : www.beautemps.com
Mail [optionnel] : catherine@beautemps.com
Votre pays / ville : Paris France

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Créativophile : qui aime la création, les idées créatives, travailler avec des créatifs, comprendre le processus créatif qui sous-tend le processus de décodage des tendances. Ou peut-être créa-tendaceur : qui intègre le décodage des tendances pour nourrir le processus créatif d'une équipe, d'une marque.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Formation, parcours.

Diplômée EDHEC en 1987, puis Institut Supérieur du Marketing du Luxe en 1995, puis Créa-Université en 2009. J'échoue au CAP de Couture Floue en 1994.

15 ans de marketing opérationnel et de développement commercial pour des groupes textile français et japonais, l'expérience start-up des années 2000-2001 avec levée de fonds et place de marché B2B, l'animation du développement commercial et de la vision stratégique du bureau de style Carlin International de 2002 à 2006 avec la conception de cahiers de tendances de communication, la direction générale d'une PME dédiée au marché du vêtement uniforme [clients Air France, SNCF, Europcar...], le lancement de mon activité de conseil en créativité des organisations, BeauTemps, en 2009.

Pourquoi les tendances ?

En travaillant dans l'univers textile j'ai voulu comprendre le processus des phénomènes de mode. En décodant le processus des tendances, en le modélisant, j'ai voulu comprendre et transmettre pourquoi le décodage des tendances était un outil si fertile pour le processus créatif et l'analyse stratégique des marchés.

Enfant, j'imagine que je deviendrai un adulte « conteur », à l'époque je rêve d'écrire et d'illustrer des contes pour enfant. Aujourd'hui je considère le décodage des tendances un peu comme un beau support de « contes » pour adultes et marques consentantes 😊.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

J'ai une prédilection pour la création contemporaine [mode, design, architecture, art] et en quoi elle anticipe/traduit des enjeux sociétaux forts. Ma culture est double : force de l'impact

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

visuel [d'abord 2 yeux, c'est inscrit dans mes initiales CC = 2C= to see] et intérêt pour le débat philosophique. J'ai l'habitude de dire que la seule discipline issue de ma formation aux classes prépa utile pour moi aujourd'hui c'est la philosophie. J'ai d'ailleurs repris contact avec mon professeur de l'époque, Mme Myriam Revault d'Allonnes il y a 3 ans.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

J'éponge l'information beaucoup sur support presse ou livre [j'adore les livres, les magazines, le bruit du papier, l'odeur de l'encre, les bibliothèques sont des lieux amis]. Je n'ai pas de télévision, ce qui me donne du temps pour investiguer de façon active l'information plutôt que de me faire lobotomiser par les stéréotypes ambiants [j'en développe certainement d'autres mais pas ceux véhiculés par la TV].

J'écoute la radio [BFM- France Culture], je pars me perdre dans des villes étrangères [avec une prédilection pour l'Asie] et me ressource au vert en Corrèze.

Le furetage web c'est un peu ma pause café, je traque des images, j'identifie les sujets de conversations émergents, les nouveaux tics de vocabulaire [en ce moment je vois émerger de terme de « passeur » dans les milieux de la création.... Le tendanceur va-t-il se réinventer en « passeur » pour la nouvelle décennie ?]

J'ai clipsé mon bureau dans un atelier de création textile, je rencontre pas mal de jeunes étudiants lors de mes conférences, je pose beaucoup de questions aux gens que je rencontre [souvent des questions de management aux « créatifs : sur leur prise de risque par exemple et sur leur gestion du temps, et des questions liées au processus créatif à des managers : à quel moment les idées leur viennent de façon fluide, quelle place il laisse à l'ennui et à la lenteur... Dans les soirées chics –vernissages, ouvertures de boutiques de luxe- je demande souvent aux vigiles quelle activité ils ont la journée... Bref, je pose des questions saugrenues avec sourire et bienveillance et...je fais de belles rencontres ☺]

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

J'observe beaucoup les lieux de rassemblement : files d'attentes aux caisses, marchés, concerts, métro aux heures de pointe, événements sportifs, terrasses des cafés, foules dans les gares ou les aéroports. Et je cherche ce qui fait diversion, ce qui « déconne » dans la masse. Cet élément qui surgit, est-ce une anecdote ou bien raconte-t-il un début de scénario ?

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

- ∇ D'abord de comprendre ses motivations. S'il veut décoder les tendances pour accéder au nirvana fashion hype des peuples, parce qu'il est en recherche de statut, parce qu'il a le sentiment de pouvoir sortir du lot, se différencier, il se goure !!!
- ∇ Ensuite comprendre son propre profil créatif, sa façon de traiter l'information
- ∇ Voyager, pour sortir de ses zones de confort
- ∇ Aimer travailler sous tension permanente : quand on se branche sur le processus de décodage des tendances c'est assez addictif, c'est une curiosité sans fin.
- ∇ Apprendre à travailler en équipe et à rebondir sur les idées, les propositions de tiers.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

- ▽ Compétences clef : workaholisme, humilité, curiosité
- ▽ Tous les cerveaux sont les bienvenus dès lors que les connections neuronales aiment être sollicitées. C'est la richesse de la diversité des profils qui est intéressante, il n'y a pas de profil type du tendanceur.
- ▽ Predispositions indispensables : aisance relationnelle [ou au moins avoir de la curiosité, du goût pour les autres], acceptation du doute et de la prise de risque, flexibilité.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le moyen terme [2 à 3 ans], parce que c'est déjà long pour beaucoup de projets et parce qu'aujourd'hui pour se projeter à plus de 5 ans il faut le faire avec un angle de vue, un focus particulier.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

- ▽ Pas de TV c'est ma façon de me protéger de « l'infobésité »
- ▽ Toujours être intransigeant sur les sources, les citer, les recouper.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

- ▽ Le métier de chasseur de tendance évolue. Il y a 5 ans c'était le début de la blogosphère. Aujourd'hui c'est un nouveau champ d'investigation très fertile et très mobile [un blog peut être au top pendant 3 mois puis s'affadir].
- ▽ Il y a 20 ans c'était la mode qui semblait être au cœur du phénomène des tendances. Aujourd'hui tous les secteurs de biens de consommation ont compris la force de ce vecteur d'anticipation des envies de leurs clients. La mode sera de plus en plus périphérique dans le processus de décodage des tendances. C'est le design, l'architecture, le sport, la musique qui sont aujourd'hui de grands influenceurs.
- ▽ En ce qui concerne la définition d'une tendance, c'est un vecteur d'influence à court, moyen ou long terme. Le séquençage entre court [3 à 6 mois], moyen [2 à 3 ans] et long terme [5 ans] me paraît crucial.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Difficile de définir un secteur économique, c'est plutôt les marques qui sont les bons intégrateurs. Par exemple Orange, Apple, Chanel, IDTGV. Ceux qui en ont le plus besoin : les politiques [en France en tout cas] !!!!

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

C'est une question de business modèle ! Quelle est votre promesse vers vos clients ? C'est ça la question fondamentale.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

- ▽ Les entreprises qui sont sur les marchés en mutation/renouvellement accéléré et qui ne veulent pas perdre la main.
- ▽ Les start-up ambitieuses qui veulent construire leur leadership.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC.

- ▽ Camille Toupet : designer de talent www.camilletoupet.com
- ▽ Fabrice Olivieri : parfumeur www.trendslab.com
- ▽ Julien Eymeri, consultant Eurogroupe, à l'initiative des résidences d'artistes
- ▽ Julien Fere : planneur stratégique c'est Plan Créatif

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC. ?

- ▽ L'A380 pour voyager plus et mieux
- ▽ L'iPhone pour le génie des applications [testez FFFFOUND pour le graphisme, c'est top]
- ▽ Les réseaux sociaux

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ L'évasion par la pensée magique
- ▽ Le plaisir immédiat, le bénéfice instantané, le culte de la jouissance à la demande pour conjurer le stress
- ▽ La pensée « pro-nouvo / anti-rétro », c'est ici maintenant que ça se passe

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Beaux Arts Magazine
- ▽ Vogue USA
- ▽ La presse gratuite : METRO/ A Nous Paris...

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ www.fffound.com [avec 4 f, c'est important]
- ▽ www.visualthesaurus.com
- ▽ www.trendwatching.com
- ▽ www.designboom.com

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Londres
- ▽ Tokyo
- ▽ Stockholm
- ▽ Shanghai
- ▽ Hong-Kong

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Blade Runner

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Vladimir Jankélévitch : « Le Je-ne-sais-quoi et Le Presque-rien » 1981
- ▽ Twyla Tharp : « The Creative Habit » 2003
- ▽ Tous les ouvrages, articles de Daniel Arrasse
- ▽ Seth Godin « Tribes » 2008
- ▽ Maurizio Carta « Creative Cities » 2008

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Dominique Moïsi
- ▽ Elisabeth Badinter
- ▽ Christine Cayol

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ « Neurosciences »
- ▽ « Cloud computing »
- ▽ « Passeur »
- ▽ « Premium »
- ▽ « Enaction »

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ www.lelaboratoire.org rue de Bouloi 75001 Paris
- ▽ <http://www.schaulager.org> à Bâle, Suisse
- ▽ <http://www.fusionopolis.a-star.edu.sg> Fusionopolis à Singapour

Le Storytelling d'Isabelle Musnik ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Musnik

Prénom : Isabelle

Fonction : directrice de la rédaction et des contenus INfluencia

Organisme/Firme : INfluencia

Blog[s] / site[s] : www.influencia.net

Ouvrages : déjà publiés : Tapie les secrets de sa réussite [1996] ; Plus président que moi tu meurs [1998]... En cours deux livres

Mail [optionnel] : isabelle_influencia@yahoo.fr

Votre pays / ville : France/Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Je suis avant tout journaliste curieuse de la société « humeuse » de l'air du temps, puis ensuite chasseur de courants et de comportements. J'enquête, j'observe, j'hume l'air du temps, j'analyse, j'écoute, je compare.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Je suis économiste de formation [3ème cycle en économie, Paris 1, et European Business School. Et diplômes des chambres de commerce britannique et allemande]. J'ai commencé ma carrière en tant que journaliste pour plusieurs publications des Communautés européennes puis chercheur pour la CEE sur la mobilité des étudiants en Europe, et sur les évolutions dans l'enseignement supérieur en Europe, études qui ont donné naissance au projet ERASMUS. J'ai ensuite rejoint l'Expansion, puis la Vie française/Financière [rédactrice en chef adjointe], où je me suis spécialisée dans le secteur de la communication et CB News/Communication & Business/Culture Pub en 1986 comme editrice. Puis j'ai fondé INfluencia en 2004]. Quand on fait des études d'économie on s'intéresse obligatoirement au monde qui nous entoure et à son devenir. J'ai été contaminée par le « virus » de la curiosité dès la seconde au lycée !

Le mot « tendances » n'est venu que plus tard à CB News quand j'ai travaillé sur les grands courants de la communication et du marketing en France et surtout dans le reste du monde. Car nous ne devons surtout pas fonctionner en autarcie mais regarder ce qui se passe en dehors de nos frontières et nous en inspirer.

Et puis bien sûr quand j'ai créé INfluencia c'était parce que je sentais le besoin de créer un media qui serait une vigie pour tous ceux qui ont besoin de naviguer dans ce monde compliqué

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Dans tous les domaines : je suis très vorace et très curieuse. Tout dans notre société nous donne des pistes : la politique, l'économie, la géopolitique, la consommation, le luxe, les technologies, la littérature, le cinéma, la télévision, la mode, la publicité, le langage, le design, la nourriture... Tout absolument tout.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Là aussi j'utilise TOUS les moyens à ma disposition, rencontre avec des innovateurs mais aussi observation et avec des gens de la rue [ah le métro, le comptoir de café ou le Mcdo du coin !], lecture de revues et de livres, Internet, cinéma, théâtre, musique, voyages, salons, et... J'ai aussi mes propres groupes de consommateurs test : pour les jeunes, ma fille et ses copains [et les résultats sont étonnants de justesse], pour les femmes mon petit groupe d'amies... Et je les prêterai parfois volontiers aux « marketers » pour leur éviter de se tromper !!

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La vie quotidienne est en elle-même la réalité et source de signaux. Il est important d'écouter les conversations des gens, de les observer dans leurs comportements alimentaires, vestimentaires, culturels...

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Observe et écoute sans idées préconçues, prends des notes, regarde ce qui se fait ailleurs. Et surtout sois curieux, et sois généreux. Donne pour qu'on te donne.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGoureux, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

La curiosité, l'enthousiasme. L'ouverture d'esprit. Il faut être intuitif bien sûr et rigoureux à la fois. Et avoir aussi du bon sens ! Il n'existe pas selon moi de prédispositions indispensables. Tout le monde à un moment ou à un autre peut se projeter dans l'avenir, à condition j'insiste d'avoir cette curiosité de chaque seconde

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

«Les prévisions sont difficiles, surtout lorsqu'elles concernent l'avenir.» disait Pierre Dac !
Alors se projeter à moyen ou long terme...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

« Pour voir loin, il faut y regarder de près. », disait, encore lui, mon maître, Pierre Dac. Il faut vérifier, encore vérifier et toujours vérifier ; ne jamais croire sur parole une information.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

« L'avenir, c'est du passé en préparation. ». Encore Pierre Dac, qui pourtant n'était pas chasseur de tendances mais avait très souvent raison. Pas facile de définir en effet une tendance en 2010. A moins de penser en terme de « courant de fond », pas de tendance éphémère [le bleu est-il à la mode ? les locavores au pouvoir ?]. Ce qui est important c'est ce voir comment la société –et pas certains courants anecdotiques- est en train d'évoluer sur le moyen terme. Pour chasser une tendance, il faut regarder comment les individus se comportent en France mais aussi ailleurs les observer sur plusieurs mois ; les écouter. Et surtout pas se conter des innombrables enquêtes d'instituts qui sortent tous les mois et souvent d'ailleurs se contredisent...

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Le High Tech
- ▽ Le luxe
- ▽ La distribution...

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Ce n'est pas un dilemme ! C'est amusant de temps en temps de mettre en exergue une tendance de consommation [le « rouge » à la mode, « la taille mini revient dans le design »..] à condition de rappeler que c'est la tendance du moment ! Mais faut impérativement voir plus loin.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Toute entreprise, petite, moyenne ou grosse peut s'intéresser et doit s'intéresser au monde qui l'entoure. ET ce n'est pas seulement une question de moyens. Lire INfluencia est déjà une première idée [page de pub personnelle !!].

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Les réseaux sociaux
- ▽ Les outils collaboratifs
- ▽ Les communautés

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Version optimiste : elle sera multiraciale, multi goûts, participative/interactive, généreuse.
- ▽ Version pessimiste : elle sera intégriste, refermée sur elle-même, individualiste, égoïste.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Courrier International
- ▽ The Economist
- ▽ Inrocks
- ▽ Vanity Fair
- ▽ Elle
- ▽ Le Nouvel Economiste

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ chasseursdetendances
- ▽ contagious
- ▽ trendhunter
- ▽ www.ted.com
- ▽ www.trendmark.fr

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Londres
- ▽ New York
- ▽ Tokyo
- ▽ Barcelone

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority Report
- ▽ Avatar
- ▽ Blade Runner
- ▽ Matrix

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ 1984 [Orwell]
- ▽ Le meilleur des Mondes [Aldous Huxley]
- ▽ Le choc du futur [Alvin Toffler]
- ▽ L'Etranger [Camus]
- ▽ Le Petit Prince [St Exupéry]
- ▽ La Nuit des temps [René Barjavel]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Générosité,
- ▽ Participation,
- ▽ Durabilité,
- ▽ Globalisation,
- ▽ Réalité virtuelle,
- ▽ Mobilité.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Palais de Tokyo,
- ▽ Colette,
- ▽ Bureaux Microsoft à Paris,
- ▽ Musée Guggenheim,
- ▽ Expos à Londres

Le Storytelling de Geneviève Flaven

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom FLAVEN

Prénom Geneviève

Fonction Directrice Générale

Organisme/Firme Style-Vision

Blog[s] / site[s] www.style-vision.com

Ouvrages les 12 volumes des « mega-trends »

Mail [optionnel] genevieve.flaven@style-vision.com

Votre pays / ville France, Nice

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Chercheur /chercheuse en tendances

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

J'ai étudié la gestion à l'ESSEC puis l'économie mathématique à l'école doctorale d'Economie de Toulouse. L'économie peut dans une certaine mesure prévoir l'évolution des marchés par exemple grâce à l'économétrie, elle permet aussi d'éclairer les choix individuels [théorie de jeux et analyse de l'utilité] mais ne dit pas vraiment comment se forment les aspirations individuelles et ce vers quoi elles se tournent.. Or c'est cela qui est vraiment intéressant à mon sens. L'approche pluridisciplinaire et centrée sur l'humain des tendances répond à ce questionnement.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ?

Notre recherche en tendances vise à anticiper les attentes futures dans les domaines suivants :

- ∇ Le design des objets
- ∇ L'équipement de la personne au quotidien [mode, cosmétiques]
- ∇ Les usages des technologies de l'information et de communication
- ∇ Les services de mobilité [transports]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Au final, bien sur je regarde le Web, je vais dans des salons, je regarde la rue etc... mais fondamentalement les pistes nouvelles viennent essentiellement des quelques domaines que je connais et comprends bien :

- ▽ La lecture ou l'écoute de la pensée vivante des penseurs actuels [scientifique, architecte, artiste, designer, politique, philosophe, sociologue et parfois designer] du monde entier car les idées originales sont là.
- ▽ La fiction [littérature, cinéma, jeux, ..] car les émotions de demain ont été rêvées, entendues ou lus avant d'être vécues.
- ▽ L'observation des modes vie dans les pays émergents [Chine, Inde, Brésil] car ces consommateurs « neufs » prototypent à toute vitesse de nouveaux usages.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Les attitudes des enfants et adolescents.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Cultiver ses centres d'intérêts et se cultiver.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Curiosité, intuition et rigueur.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

2- 5 ans avec des petites incursions dans le plus long terme [10 ans].

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Il faut, autant que faire ce peut éviter le prêt à penser qui envahit la télévision, les soi-disant revues branchées, les livres dont tout le monde parle, les penseurs mondains... Il faut surtout penser contre soi-même.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Je ne suis pas sûre que les évolutions de nos sociétés soient toujours plus rapides. Certes, les changements technologiques sont rapides mais les pratiques et les goûts des humains évoluent parfois plus lentement.

Etudier la tendance, ce n'est pas à mon sens capter la nouveauté mais, proposer des alternatives intéressantes au présent.

Tentative de définition : Une tendance reflète un changement social plus ou moins ressenti par les individus ; elle se traduit par des innovations qui susciteront à leur tour de nouvelles évolutions.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Soins et Cosmétiques
- ▽ Services à la personne [éducation, loisir,]
- ▽ Habitat

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Il faut éviter la redite à tout prix. Sinon l'idée de même de tendance est dévalorisée. Cependant, parfois on ne voit pas très loin. Il faut alors reformuler avec originalité un problème déjà connu. Parfois cela suffit à innover. Or l'innovation est le but ultime de la tendance.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

- ▽ Les entreprises globales
- ▽ Les entreprises fondées sur l'innovation produit plus que l'innovation marketing
- ▽ Les entreprises riches

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

De mon entourage ?

- ▽ Mark Tungate [Luxe, Mode, Medias]
- ▽ Patrice Nordey [Techno, Web, Asie]
- ▽ Catherine Champeyrol [Tendance, Artiste]
- ▽ Manoj Khotari [Tendances, Inde]
- ▽ John Fu [Tendances, Chine]
- ▽ Virginia Lau [Tendances, Asie]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Les réseaux sociaux et communauté à thème ou spécialisés
- ▽ Moteur de recherche [image, mot]
- ▽ Les blogs

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Le réinvestissement du local [identité, sourcing,...]
- ▽ La fusion monde réel monde virtuel [communication interpersonnelle, apprentissage, loisirs,...].
- ▽ La montée en puissance [culturelle, économique, politique, ...] de l'Asie.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Le Monde
- ▽ La Revue internationale des livres et des idées
- ▽ The Economist
- ▽ IntraMuros

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ L'atelier BNP Paribas [Asie]
- ▽ Fashionmag
- ▽ Designboom
- ▽ Dezeen

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Mumbai
- ▽ Shanghai

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Eternal sunshine of a spotless mind
- ▽ Trainspotting
- ▽ Into the wild

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS POUR COMPRENDRE LA SOCIETE D'AUJOURD'HUI ET ECLAIRER LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ 3 leçons sur la société post industrielle [D. Cohen]
- ▽ Devant la douleur des autres [S Sontag]
- ▽ Sphères de Peter Sloterdijk

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Francis Hallé
- ▽ Mohammad Younous
- ▽ André Brahic

Le Storytelling d'Anne Beaufumé

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Beaufumé

Prénom Anne

Fondatrice de Vision & Talents, Directrice associée d'H2O

Blog[s] / site[s]

Ouvrages [beaucoup de rapports et d'articles dans les publications de Cofremca/Sociovision ... réservées à leurs clients...]

Mail [optionnel] anne.beaufume@wanadoo.fr

Votre pays / ville Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Je n'aime pas trop les mots qui enferment, avec en plus souvent des connotations « marketing », voire « commerciales »... Ma passion : essayer de comprendre la société « en devenir », aller au-delà de ce qu'elle est pour, à partir de « signaux faibles », décrypter les évolutions susceptibles d'avoir une influence sur son avenir. Et je le fais pour aider les entreprises ou institutions à se développer en s'appuyant sur des visions d'avenir « porteuses » et créer elles-mêmes leur propre vision de ce qu'elle souhaite remplir comme rôle dans cette société. Car le futur n'est que ce qu'on en fait...

Donc, dans votre liste : veilleur [le féminin a une connotation un peu soporifique...], prospectiviste ? Peut-être plutôt « anthropologue des temps modernes » ?

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Ah, la « formation » ! Vous voulez dire les diplômes ?

Bac C [options latin et grec]. Puis études de droit [droit public, la « politique » au sens large du terme m'a toujours passionnée], de Sciences économiques et d'Information et communication.

Résultat : DEA d'études politiques à Paris II, Maîtrise en Sciences de l'Information et de la Communication à l'Institut Français de Presse [le journalisme me tentait beaucoup, finalement j'y ai été initiée à la sémiologie et à l'analyse du discours...] et petit DEUG de Sciences économiques [flemme de passer la licence une année où les grèves nous ont obligés à décaler tous les examens en octobre...].

Le « déclic » a été très progressif et naturel [donc il ne s'agit pas à proprement parler d'un déclic...]. Je suis tombée par hasard ...dans la Cofremca. Et j'y suis restée très longtemps !

En quelques mots, la Cofremca fut pendant une cinquantaine d'années un formidable institut de recherche en sciences sociales et de conseil. Créée par Alain de Vulpien dans les années 50 [premières « études de motivations » réalisées en France], son équipe a développé au tournant des années 60-70 le premier système français [à ma connaissance...] de « suivi du changement socio-culturel ».

Le concept de « courants socio-culturels » [des changements de motivations, de tropismes, qui s'orientent dans une certaine direction, se diffusent et touchent un nombre croissant de

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

gens ; par exemple à l'époque l'hédonisme ou le rejet de l'autorité ou l'expression personnelle] sous-tendait ces recherches permanentes, alliant veille qualitative et mesure quantitative annuelle...

Bref, et complètement par hasard, je me suis retrouvée recrutée par le DG de l'époque [en 1986 pour être précise], Gérard Demuth, pour être son assistante [on parlait des « assistants de recherches », titre qui a complètement disparu aujourd'hui..., passage obligé dans les instituts d'études sérieux pour devenir ensuite chargé d'études puis directeur d'études, etc.]. Et j'ai plongé directement Et dans le bain de la veille, du repérage des signaux faibles et de la mesure des évolutions ET dans l'utilisation de ce « savoir » pour aider des clients. Avec la chance d'être « formée » [le terme ne lui plairait peut-être pas] par une personnalité hors du commun, que j'accompagnais absolument partout [ou presque] chez ses clients [Gérard Demuth] et « recadrée » régulièrement [idem] par Alain de Vulpian.

Le métier de la Cofremca, donc celui que j'ai appris sur le tas [cf. plus loin les conseils à un jeune], c'était en fait deux choses :

- identifier et décrire ce qu'on appelle aujourd'hui les « tendances » [par opposition à ce qui ne serait qu'une mode], c'est-à-dire les évolutions de sensibilités, de mœurs, de paradigmes, qui font que demain sera différent d'aujourd'hui.
- Et, grâce à nos analyses, conseiller au mieux nos clients pour qu'ils tirent parti de ces changements en comprenant mieux les impacts qu'ils pouvaient avoir sur leur activité.

La recherche a donc toujours été pour moi intimement liée à l'action.

**DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ?
QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE,
DESIGN, ETC. ???**

Très centrée sur les évolutions « des gens », j'avoue que tous les territoires de réflexion sont bons à prendre... A partir du moment où, justement, les évolutions des gens, les changements de mœurs ou de paradigmes ont une influence/se traduisent dans tel ou tel secteur, il est intéressant à prendre en compte. Un film ou une série TV « populaires » qui battent tous les records d'audience ont autant d'intérêt que les négociations des syndicats de Total avec leur Direction... ou le succès d'un nouvel objet technologique.

**COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?
VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE
QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES
LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS,
VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?**

Un peu tout ça serais-je tentée de répondre. En étant tout de même spontanément, et par culture, plus dans le « quotidien » que dans l'exceptionnel [artistique, très « pointu »]. Mais sans volontarisme ni organisation particulière de ma part. C'est plutôt « au fil de l'eau ».

Ce qui l'est moins, en revanche, c'est mon organisation de mes propres « bases de données » sur tout ce qui me semble symptomatique de changement[s], illustrer une tendance lourde, constituer peut-être un signe de bifurcation possible : j'essaye de m'imposer de copier-coller/récolter le maximum d'informations les plus « factuelles » possibles sur des docs word. Ces espèces de « revues de presse » permanentes peuvent être des articles « écrits », des commentaires sur un film ou une émission, des extraits de livres, des extraits d'interviews [de « consommateurs » ou de dirigeant ou de salariés dans le cadre de mon activité d'étude et conseil ou bien de n'importe qui dans n'importe quel média à propos de n'importe quel

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

sujet...]. Je fais un classement par thèmes mais les thèmes eux-mêmes varient au fil du temps...

Ce que vous ne citez pas et que je pratique, ce sont des réunions régulières avec d'autres amoureux des changements de société et de leurs symptômes [que nous appelons d'ailleurs entre nous « Signaux faibles »] organisées par... Alain de Vulpian¹ et auxquelles j'ai la chance de participer. Les échanges et discussions permettent de se créer ses propres convictions sur ce qui est en train de se passer en s'appuyant sur des « natures » et « expertises » différentes mais qui tendent toutes à essayer de comprendre « ce qui bouge » et de lui donner un sens.

J'aime globalement échanger avec des gens ayant des expertises différentes de la mienne. J'ai été ainsi particulièrement ravie de participer en 2008 à deux des groupes de travail du processus de réflexion prospective « France 2025 » [initié par le secrétariat d'Etat à la prospective, à l'évaluation des politiques publiques et au développement de l'économie numérique, avec le Centre d'Analyse Stratégique] : *Technologie et Vie quotidienne* et *Vivre ensemble*.

Dans mon travail de consultant, j'ai bien sûr également l'occasion de rencontrer des gens [soit des partenaires avec lesquels j'interviens, soit des clients] qui m'enrichissent régulièrement par leur propre vision des changements, leurs manières de voir à eux...

Et, évidemment, j'interviewe régulièrement ces fameux « consommateurs » quand je réalise une étude pour un client !!! Quel qu'en soit le thème, l'objectif est toujours de comprendre comment ça change, comment ça évolue, quels sont les leviers ou les freins à une pratique donnée [un achat, un usage, ...].

Enfin, last but not least, je me suis l'année dernière associée à la société d'étude H2O, au sein de laquelle je suis plus particulièrement en charge du développement ...de leur système de suivi des tendances. En 2009 ont ainsi été réalisées deux grandes enquêtes quantitatives auprès de plus de 2500 personnes. L'une portait sur les changements sociétaux, l'autre faisait un focus sur les relations à l'argent, la banque, l'assurance.

Ces outils quantitatifs sont eux aussi de formidables moyens de travailler sur les « tendances », de voir quelles sont les mentalités qui sous-tendent telle ou telle pratique, tel ou tel comportement de la vie quotidienne De travailler sur des « corrélations », de vraiment « mesurer » le poids de telle ou telle attitude, voir qui elle touche plus particulièrement.

Bref, vous l'aurez compris, pour moi il est essentiel de disposer du maximum de sources d'alimentation, les plus différentes possibles...

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT-ELLE VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La vie quotidienne, à condition qu'on ait l'honnêteté intellectuelle de toujours relativiser ce qu'on vit ou ce à quoi on participe par une bonne évaluation de sa propre position dans le système qu'on observe [oulala ça se complique...], est une source permanente d'alimentation.

¹ Fondateur de la Cofremca, devenue entre temps Sociovision, il l'a vendue il y a deux ans et se consacre à la recherche et à l'écriture, tout en participant à des tas de travaux dans le cadre de Sol ou du Club des Vigilants, dont il est respectivement Vice-Président/Directeur scientifique et Secrétaire.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Une discussion entendue dans un bus, la manière dont des jeunes [allez, au hasard, on prend des ados, ça fait branché !] s'attablent [se vautrent ou pas] à une terrasse, discutent avec d'autres, parlent de leurs parents, de leurs amis [ou pas], de leur collègue ou lycée, comment ils sont habillés [tous pareils ?], une conversation volée dans la rue à quelqu'un parlant fort au téléphone, une discussion entre un contrôleur et un « client » dans le train, un contrôle d'agents de la RATP à la station Barbès [ou Trocadéro], une manifestations de harkis ou de salariés d'avoués devant le Palais Bourbon, la manière d'être d'un caissier de chez Picard et d'un client de Ladurée ou du boucher du coin, tout peut être « sociologiquement intéressant »... Alors si en plus on a la même posture quand on est à Paris et à Madrid, à Rennes et à Florence, à Dallas et à Nantes, ça aide...

Personnellement, j'adore discuter avec n'importe qui. J'ai la chance d'avoir une « famille » [en fait plusieurs] plus qu'étendue, à la fois en âges [je fréquente des gens de 1 mois à 95 ans] et en quantité [avec toujours dans mes proches plusieurs personnes pour représenter les différentes tranches d'âges de 5 ans en 5 ans]. Et les dialogues [ou discussions ou engueulades] intergénérationnels sont une source inépuisable de compréhension d'un phénomène simple mais majeur quand on travaille sur le changement : les jeunes/vieux/couples... d'aujourd'hui ne sont pas les mêmes que ceux d'hier et ne ressemblent pas complètement à ceux de demain.

« L'important est de savoir s'étonner » avait coutume de dire Gérard Demuth. Ou bien, version plus courante : « Mais, comment, vous ne vous étonnez pas !!!??? » [Sous-entendu vous n'irez pas loin comme ça... Et c'est comme ça que j'ai été bien « formée »!].

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Croyez-vous qu'on puisse parler d'un « métier » de « chasseur de tendance » ? Je crois qu'il s'agit plus d'une posture qu'on met à contribution pour [mieux] faire d'autres métiers. Je me trompe peut-être ?

Mon conseil de toute façon, c'est d'y aller ! Donc de trouver les bons endroits où il fait bon vivre la chasse aux signaux faibles... Cela peut être aussi bien en entreprise que dans des cabinets d'études. Dans des métiers orientés plus « marketing » ou bien plus « management des RH »... ou carrément explicitement prospectivistes [on a en France beaucoup d'entreprises dotées d'une direction du développement ou de la prospective ou de la R&D, et même un secrétariat d'Etat qui s'y consacre... et un « Centre d'Analyses Stratégiques » qui lui est rattaché].

Enfin, si j'avais « un jeune » en face de moi je lui conseillerais de toute façon d'obtenir un bon niveau dans une « matière » qui le passionne, où il est bon [ce peut être l'histoire, la sociologie, les sciences politiques, voire les mathématiques ou les neurosciences...].

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC. ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC. ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

C'est amusant mais, spontanément, en lisant la question, j'ai envie de répondre « un peu tout cela », mais qu'il est néanmoins important de disposer d'un minimum de « savoirs de base » pour comprendre les évolutions de nos sociétés [parce que je pense au jeune de la question d'avant]. Il faut sans doute plutôt bien connaître l'Histoire et ne pas être trop mauvais en géopolitique... Car il est important d'avoir des références mentales, même si on ne les mobilise pas explicitement.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

En ce qui concerne le « savoir être », toutes les « compétences » que vous citez sont importantes, elles sont juste mobilisables selon des combinaisons / degrés différents par les uns ou les autres. En d'autres termes il est impossible d'être « chasseur de tendances » si l'on n'est pas du tout cerveau droit [un crâne d'œuf sans émotions/intuitions...] ou si l'on n'est pas du tout cerveau gauche [aucune structure de pensée, références intellectuelles ou cadre méthodologique ?]. Impossible si l'on n'est pas un minimum intuitif Et rigoureux [moi je parle de « l'intuition informée »...]. Et, là je vous renvoie aux travaux de Kirton : nous sommes TOUS créatifs, il suffit d'être conscient de son type de créativité et de ne pas confondre créativité et « art »...

L'HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Je travaille avec une « base » d'une dizaine de « tendances lourdes » qui sont susceptibles d'avoir une influence sur les évolutions de notre société à horizon au moins 20 à 30 ans... mais qui peuvent voir leurs manifestations, leurs « traductions concrètes » évoluer, changer au fil du temps. Notamment sous l'influence de ce que j'appelle « l'offre » [vs « la demande », sur laquelle porte mes travaux de veille] : il y a des « demandes latentes » qui ne s'expriment que si une « offre » le leur permet... Ainsi par exemple la formidable « connectivité » des individus, repérable [et repérée à la Cofremca] dès la moitié des années 80, s'est vue considérablement amplifiée par l'arrivée du téléphone mobile, puis d'Internet, qui l'ont à leur tour alimentée pour la transformer... et en faire ce « networking » dont on peut parler aujourd'hui [qui lui-même évolue encore sous forme de l'émergence d'une « intelligence collective » encore immature mais qui ne demande qu'à se développer... pour peu que des « offres » le lui permettent].

Donc l'horizon est plutôt lointain mais l'observation très « actuelle »... Il ne s'agit pas de jouer à Madame Irma ! Il s'agit d'aider à anticiper, pas d'imposer des prévisions que je serais bien incapable de faire.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

J'avoue que je ne me sens pas trop influencée par « l'infobésité sur les tendances »... Je me méfie dès que je vois le mot employé [et souvent dans un autre sens que celui que je lui donne...]. Ce qui m'intéresse avant tout, ce sont les FAITS. Ce que certains appellent des « tendances » expriment parfois plus leurs désirs / utopies voire leurs idéologies personnelles qu'autre chose, et en fait cela se voit assez vite...

Les effets d'écho en soi sont néanmoins intéressants : ce sont des sortes de « faits sociologiques »... Si une « rumeur » se répand, qu'un événement est ultra médiatisé et relayé par beaucoup, cela a la plupart du temps un sens. C'est le sens de l'écho qui est intéressant, pas l'écho lui-même. Il reflète l'état de la société qui le répand [certaines peurs, certaines révoltes, etc., sont symptomatiques de sensibilités bien spécifiques].

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE-T-IL LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Le monde bouge sans doute de manière plus rapide qu'il y a 100 ans, mais selon des DIRECTIONS, pas dans n'importe quel[s] sens. C'est cela une tendance lourde. Ses symptômes, ses traductions dans le temps ou dans l'espace peuvent varier, elle, elle subsiste. Pour moi une tendance lourde a pour caractéristiques de toucher BEAUCOUP de monde, DE PLUS EN PLUS, dans un nombre CROISSANT de « SECTEURS DE LA VIE » [vie personnelle, vie familiale, vie professionnelle, vie en société, façon de penser, de dépenser son argent, ...].

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Je ne sais pas s'il ne faut pas plutôt raisonner en termes d'entreprises plutôt que de secteurs. Dans tous les secteurs, certaines entreprises, qu'elles soient leaders ou challengers, prennent plus en compte que d'autres leurs « clients », leurs manières d'évoluer, ce qu'on appelle communément leurs « attentes ». Ce sont entre parenthèses aussi souvent les mêmes qui savent mieux écouter leurs salariés, les rendant plus « participatifs » et, par là-même, capable d'insuffler au collectif un esprit innovant. Car c'est bien cela le résultat : quand on « décode les tendances », pour reprendre vos termes, on en vient fatalement à innover ! Je connais donc [fatalement...] des entreprises comme celles que je décris, mais je ne tiens pas à en citer certaines nommément... car je n'ai pas la prétention de toutes les connaître. Pour répondre tout de même en partie à votre question, je pense que certains secteurs sont plus menacés que d'autres par les évolutions actuelles de la société [là je parle de la France] et qu'à défaut de faire le « pronostic » que vous souhaitez, je peux tout de même dire qu'ils auront/auraient sans doute plus intérêt que d'autres à travailler sur l'anticipation dans les années à venir : je pense plus particulièrement à la grande distribution, aux banques [aspect retail] et à la presse écrite.

Mais même une entreprise situé sur un marché a priori « porteur » se doit d'anticiper si elle ne veut pas prendre le risque qu'un jour un « nouvel entrant » vienne complètement modifier les codes du marché à son avantage ...

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Dans mon métier tel que je le pratique, il n'y a aucun intérêt à être « follower » de quoi que ce soit. Le but est d'être révélateur. On ne trouve pas comme ça un jour une « tendance » dans un livre, sur un site, ou autre, à partir de rien...

En revanche certains, parce qu'ils sont bien placés, peuvent donner des « alertes » utiles, qui permette au bétotien de leur secteur ou de leur pays ou de leur métier, de comprendre que quelque chose est en train de se produire : il ne faut donc pas négliger cela... Mais il ne s'agit pas, je répète, de « suivre »...

Vous parlez de « prendre le risque de voir plus loin » : c'est effectivement le risque d'un consultant qui prêche une bonne parole en espérant être « suivi »... Et il est dangereux d'avoir raison trop tôt, quand les gens qui vous écoutent ne sont pas prêts à vous entendre ou pas capables d'agir face à l'information/analyse que vous leur donnez. C'est pour cela qu'il s'agit d'avoir des méthodes de travail « collaboratives », qui prennent en compte

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

l'entreprise ou l'institution avec laquelle vous travaillez, ses hommes, sa culture, ses valeurs, ses contraintes, etc.

C'est pour cela que j'ai nommé mon cabinet « Vision & Talents » : s'appuyer sur des tendances porteuses d'avenir en mobilisant les talents de ses collaborateurs pour dégager SA vision du futur et innover, avancer, selon sa propre nature.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Non. Il peut s'agir d'entreprises très « innovantes » [au sens classique du terme] qui cherchent en permanence à s'ajuster, trouver de nouvelles idées, comme d'entreprises qui se sentent très menacées par les évolutions de leur environnement, comme d'autres qui se rendent compte qu'elles meurent à force de ne pas oser bouger, ou encore d'autres qui se disent « maintenant ça marche, est-ce que ça va durer ? » et qui cherchent à approfondir le « pourquoi ça marche »... Je ne vois vraiment pas de profil type.

En revanche il y a dans toutes les entreprises des « gens » qui sont potentiellement moteurs sur ce genre de travaux. Des gens qui sont convaincus de la nécessité de développer de telles approches pour les intégrer dans la stratégie [voire pour les aider à la définir]. Ce sont souvent des gens spontanément tournés vers l'avenir, qui cherchent à faire évoluer leur entreprise, qui sentent bien que, si l'on oublie ses clients, qu'on ne leur rend donc plus un vrai service, on est perdu ! Ils peuvent se situer à différents niveaux de la hiérarchie, dans des types de fonctions très variées... [R&D, Marketing, Développement, Stratégie, Prospective, Innovation, Développement durable, Etudes, Distribution, ...] bref, ils peuvent être partout !

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC.

Je buzze pour plus de 3 personnes !!! Il y a des gens super partout. Des spécialistes de la créativité, des spécialistes des organisations apprenantes, des spécialistes de la Chine ou du Brésil, des spécialistes des neurosciences, des spécialistes de l'innovation ou encore des enquêtes éthno, des consultants, des coaches,... A partir du moment où ils travaillent sur le changement [des sociétés, des organisations, des « gens », collectivement ou individuellement], et qu'ils cherchent à aider les gens avec lesquels ils travaillent à « évoluer », s'adapter à ces changements, dans des voies que je partage, je buzze !

Le « des voies que je partage » ne vous a pas échappé... Disons qu'il s'agit de valeurs tournant autour de l'humanisme, du respect de l'autre, des autres, de la planète et soutenant l'émergence de l'intelligence collective plutôt que cherchant à assurer le « succès » d'individus ou de démarches qui ne partagent pas ces valeurs...

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC. ?

La curiosité permanente, la capacité à prendre du recul, le goût des autres quels qu'ils soient. Après tous les « outils » sont bien des « outils »... et se valent tous en tant qu'outils.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

Plutôt que d'anticipation[s], je souhaiterais parler d'enjeux, qui débordent largement le cadre national :

- ▽ Vieillesse des populations,
- ▽ Inégalités de répartition des richesses,
- ▽ Rôle des femmes dans l'évolution de nos sociétés.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Des habitudes personnelles plutôt que des « incontournables » [et ce ne sont pas tous des magazines...] :

- ▽ Courrier International,
- ▽ Télérama,
- ▽ Libération,
- ▽ le Monde,
- ▽ Newsweek,
- ▽ Technikart,
- ▽ Liaisons sociales,
- ▽ Futuribles,
- ▽ le JDD,
- ▽ le Parisien,

certaines titres de PQR quand je bouge [Ouest-France, les DNA, ...], des spécialisés comme LSA pour la distribution.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Le site de l'Insee est sans doute mon seul « chouchou ». Et, en anglais, quand j'ai besoin de données mais sur tous les pays du monde... [il suffit de savoir ce qu'on cherche...] :

www.data.un.org

Il y a plein de sites que j'utilise régulièrement :

- ▽ Le site du Centre d'Analyse Stratégique
- ▽ Le site de l'Ined
- ▽ en live et sur leur site : Les discussions/débats lors des « Forums Modernité » organisés par Philippe Lemoine [LaSer]
- ▽ Quand j'en ai le temps, je vais sur des « forums » de lecteurs des sites d'infos, mais aussi des sites de jardinage ou de cinéma...
- ▽ Des sites de gens que je connais bien comme e-mergence.net [Eric Seulliet], œil-laser.com [Patrice Duchemin, un ex-collègue, en est le rédacteur], coachingavenue.com [Brigitte Roujol, qui fait souvent appel à la plume d'Isabelle Jacob, qui elle anime LE centre de formation à la créativité « Iris »].
- ▽ Ou bien de gens que j'apprécie comme derosnay.com [cité des sciences], etc.
- ▽ Comme je suis membre des associations Sol France et le Club des Vigilants, aux activités desquelles je participe, je vais régulièrement sur leur site, lis leurs publications, etc.
- ▽ En anglais, je pense également au site du Global Business Network gbn.com, ou du Media Lab Research [qui dépend du MIT] media.mit.edu.
- ▽ Il y a aussi le site de l'IFM, ceux d'Ipsos ou de TNS pour leurs banques de sondages, celui de Médiamétrie également.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

La liste est décidément trop longue à dresser !!! J'en oublie forcément...
Tout ce qui passe sous ma souris au fil de mes « surfs » de sites en sites est potentiellement « bon à prendre »...
Pour les blogs, je n'essaye même pas !

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGEZ EN IDEES ?

Idem... Ca change selon les années..., vu qu'on ne peut tout embrasser...
Petites préférences : Etats-Unis, Canada, Paris et les villages français [les bistrotts en terrasses d'un côté et les tabacs/PMU de l'autre... : des gens qui « causent »]
Des pays qui me semblent particulièrement intéressants à « suivre » mais que je ne connais pas personnellement : Brésil, Suède, Iran, Turquie, Corée [South...], Russie, etc...

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Pour leur apport au « multiculturalisme » ou plus simplement à notre capacité à « vivre ensemble », qui me semble un enjeu majeur du futur : Avatars, Les Ch'tis, Gran Torino, La vie des autres, Good Bye Lenin et... l'Age de Glace [le numéro que vous voulez].

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

En référence directe avec mon métier, je suis très « classique » :

- ▽ Alexis de Tocqueville « De la démocratie en Amérique »
- ▽ Mauss « Sociologie et anthropologie »
- ▽ Prigogine et Stengers « La nouvelle alliance »
- ▽ Alvin Toffler, « Le choc du futur »
- ▽ Edward T. Hall, « La dimension cachée »
- ▽ Et un sixième : Peter Senge, « The Fifth Discipline: The art and practice of the learning organization »
- ▽ Et un septième Claude Levy-Strauss « Tristes tropiques »

Allez, j'ai du mal à m'arrêter, et je m'éloigne un peu de l'analyse des « tendances » : Clarissa Pinkola Estes « Femmes qui courent avec les loups » [sous-titré « Histoires et mythes de l'archétype de la femme sauvage »] : génial !!!

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Jean-Louis Bruguière,
- ▽ Mikhaïl Gorbatchev,
- ▽ Alvin Tofler

Le Storytelling de Brigitte Mantel ©

Prénom Brigitte

Nom Mantel

Office et Culture Magazine.

brigitte.mantel@office-et-culture.fr

<http://passionbureau.brigittemantel.com>

Je décrypte faits, tendances et influences. Je suis une vigie à l'écoute. Je suis un scribe qui partage ses observations grâce à l'écriture.

Formée en lettres modernes, théâtre, écriture et photographie,

mes compétences sont : regarder - écouter - décrypter – analyser – synthétiser – transmettre.

Dans les années 90, mon profil atypique a croisé le chemin d'une entreprise qui proposait un job à cinq pattes : anticiper demain pour aider quotidiennement aux prises de décisions.

Aujourd'hui j'exerce de façon indépendante. Et je concentre mes observations sur les organisations tertiaires.

Ma méthode de travail est simple : collecter, décrypter et dégager des points de vues lisibles et audibles pour les lecteurs ou mes clients.

Il s'agit de définir en quoi ce qui se passe dans le monde influencera à un moment ou à un autre le secteur, l'industrie dont je me préoccupe.

Chasseur de tendances est un métier d'engagement. Il exige de la détermination, de la persévérance et parfois de l'impertinence.

Tout est matière à étude. La vie ordinaire est extraordinaire. Je me regarde vivre et je n'oublie pas, qu'en tant qu'observatrice je fais aussi partie du monde que j'écoute. Je peux être un signal faible mais fort.

De nos jours, les jeunes gens sont intelligents et inventifs, je ne donne jamais de conseils à un jeune professionnel de la tendance. Je ne me permettrais pas. J'écoute plutôt, il y a beaucoup à apprendre des nouveaux arrivants, ils réinventent les métiers, dessinent de nouveaux contours, des contenus inédits.

La traque des tendances est un métier très contrasté, qui nécessite de la modestie et de la curiosité.

Il faut aimer la foule et apprécier la solitude, allier créativité et rigueur. Deux qualités essentielles à posséder pour exercer ce métier sont la discrétion et le respect de la confidentialité des projets.

Le Storytelling de Céline Laisney ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Laisney

Prénom Céline

Fonction Chargée de mission Veille

Organisme/Firme MAAP

Site : <http://agriculture.gouv.fr/sections/thematiques/prospective-evaluations>

Mail [optionnel] claisney@gmail.com

Votre pays / ville France / Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Chargée de veille prospective.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Après une formation très générale [Sciences-po], j'ai été amenée à faire un stage puis à être embauchée à Futuribles, centre indépendant d'études et de réflexion prospective sur le monde contemporain. Là, j'ai été formée « sur le tas » par Hugues de Jouvenel à la démarche prospective, mais surtout à une certaine façon de penser.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Je m'intéresse depuis longtemps aux « mégatrends », grandes tendances à l'échelle souvent mondiale, dans des domaines très variés : démographie, géopolitique, environnement, modes de vie, systèmes de valeurs, énergie, politique...

De plus, depuis un an, du fait de mon poste au Ministère de l'agriculture et de l'alimentation, je me focalise plus particulièrement sur les tendances concernant ces domaines, qui sont également à la croisée des mégatrends justement.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Il y a plusieurs types de sources. Tout d'abord le web, particulièrement les sites des think tanks, des organisations internationales, les publications scientifiques mais également les grands médias. Les conférences et colloques sont également l'occasion d'entendre de nouvelles idées et de discuter avec les spécialistes.

Enfin, les discussions informelles, les échanges de mail avec d'autres veilleurs permettent souvent d'accéder aux « informations grises ».

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELLES SONT LES CHOSSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Le journal télévisé est une bonne source pour connaître les représentations collectives que les personnes ont des enjeux, leur degré de connaissance, leurs préjugés...

Il en va de même pour les discussions « de la vie quotidienne » avec les acteurs des domaines de l'agriculture et de l'alimentation [exploitants, commerçants, consommateurs...].

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

De se former d'abord une très bonne culture générale, et ensuite d'avoir un [ou deux] domaine[s] d'expertise particulier. De connaître les outils de veille mais de ne pas en être esclave. De développer son esprit critique, de savoir relativiser, ne pas s'emballer pour des choses qui paraissent nouvelles mais qui seront démodées / oubliées demain : l'écume des jours...

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Il en faut trois : rigueur, curiosité et imagination. L'imagination sans rigueur est sympathique mais pas vraiment utile, avec rigueur mais sans imagination on risque de passer à côté de ruptures importantes, de bifurcations majeures.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Moyen et surtout long terme, mais le nombre d'année dépend du sujet étudié : 5 ans, c'est du long terme pour les NTIC, 50 ans, c'est le minimum pour envisager le futur des transports ou même de l'énergie... Pour les questions sociales, l'horizon d'une génération [20 ans] est idéal, il permet d'anticiper de vrais changements.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

C'est vraiment la subjectivité et l'expérience qui permettent de distinguer les informations réellement importantes du « bruit » de plus en plus inflationniste... recueillir l'avis d'experts est également indispensable. Enfin, l'analyse des sources est très importante : proviennent-elles d'un organisme crédible, indépendant, ou d'un acteur intéressé ? dans ce dernier cas, l'information n'est pas sans intérêt, mais elle est à prendre avec des pincettes.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance pour moi n'est pas la couleur à la mode en 2010 ni un nouveau concept de bar, c'est un phénomène relativement visible, sur lequel il y a un consensus, qui dure depuis quelques années et se confirme... Je distingue les « tendances émergentes » et les « tendances lourdes », ces dernières ayant une inertie et une longévité plus importantes.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

L'agroalimentaire me semble assez en pointe pour ce qui concerne l'anticipation des modes de vie, de même que l'automobile. Les secteurs de la banque et de l'assurance s'intéressent de près aux grands défis comme la montée en puissance des pays émergents et le changement climatique. Par ailleurs, depuis quelques années, les pouvoirs publics prennent plus en plus conscience de l'intérêt de la prospective pour guider leur action et cette tendance [justement ;-)] devrait se renforcer. Je pense qu'on verra la mise en place de cellules de veille dans les principaux ministères, et également au niveau des collectivités territoriales [grandes villes et régions notamment, comme en Nord-pas-de-Calais].

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

On peut à la fois décoder les tendances déjà bien connues, ne serait-ce que pour les mettre à l'épreuve, les interroger, les critiquer, et tenter de voir plus loin, ce qui est plus intéressant.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Il me semble que les entreprises des nouvelles technologies sont, par nature, plus sensibilisées à l'importance de suivre l'évolution de leur environnement particulièrement changeant. Elles ont de plus les outils pour le faire et l'« esprit » qui correspond.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRES, INTELLECTUELS, ETC

Les « chasseurs de tendance » Philippe Cahen et Anne-Caroline Paucot, dans des registres très différents, le premier sur les [signaux faibles](#) dans le domaine de la consommation et de la distribution, la seconde pour sa vision décalée et créative du futur [[Dictionnaire du futur, Entreprise 2020](#)]. Le veilleur Arnaud Camuset de Coop de France pour ses précieuses « grandes oreilles » ;-].

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Pour ma pratique, je dirai un agrégateur de flux RSS, google news, les blogs.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ∇ La démocratisation / banalisation des produits « environnementaux », le fait que les produits « normaux » deviendront progressivement « verts »
- ∇ La vente de services plutôt que de produits, la location versus la propriété, étendue à de nouveaux domaines [ex : Vélib]
- ∇ La montée en puissance des pays émergents, l'essor de leur classe moyenne, les échanges Sud-Sud.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Courrier International,
- ▽ The Economist,
- ▽ Futuribles,
- ▽ The Futurist,
- ▽ Wired.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ <http://www.arlingtoninstitute.org/>
- ▽ <http://www.wfs.org/index.html>
- ▽ <http://www.z-punkt.de/en.html>
- ▽ <http://gbn.com/blog/>
- ▽ <http://krugman.blogs.nytimes.com/>

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ New York,
- ▽ Bangkok,
- ▽ Londres,
- ▽ Rome.

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority Report,
- ▽ Mad Max,
- ▽ Bienvenue à Gattaca,
- ▽ Soleil vert.

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Le Cycle de Fondation d'Asimov,
- ▽ Les Falsificateurs d'Antoine Bello,
- ▽ Globalia de Jean-Christophe Rufin,
- ▽ Megatrends de John Naisbitt,
- ▽ Microtrends de Mark J. Penn.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Hugues de Jouvenel,
- ▽ Peter Schwartz,
- ▽ Joseph Coates.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Transition,
- ▽ Sobriété,
- ▽ Transversalité,
- ▽ Créativité,
- ▽ Partage.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Le musée Guggenheim de Bilbao, pour son architecture éblouissante.
- ▽ [La Cantine](#), lieu de coworking, où sont organisés des événements, facilitateur de rencontres...
- ▽ Le Palais de Tokyo pour ses expositions et l'installation [Nomiya](#) sur le toit, œuvre de Laurent Grasso, où il est possible de dîner.

Le Storytelling de Pascale Brousse ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom BROUSSE
Prénom PASCALE
Fonction DIRECTRICE
Organisme/Firme TREND SOURCING
Blog[s] / site[s] www.trendsourcing.com
Ouvrages : articles visibles sur mon site
Mail pbrousse@trendsourcing.com
Votre pays / ville Paris France

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Détecteur de tendances

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Petite, mes parents me disaient que je remarquais immédiatement ce qui était nouveau dans l'habitat. Ado, certains me nommait « Mademoiselle je sais tout » tellement je lisais, m'informais, voulais être au courant de tout. Tout voir, tout savoir de ce qui était nouveau! [quelle impossibilité !]. Les voyages à l'autre bout du monde jeune [dès 16 ans], la soif d'information tous azimuts ont contribué à ma formation. L'école de commerce n'a eu qu'une influence secondaire dans mon cursus à ce sujet. C'est vers 30 ans que le métier s'est révélé, que des personnes de mon entourage m'ont fait prendre conscience de ce plus : « détecter ce qui va fonctionner avant les autres, avoir l'œil ».

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Mes domaines de prédilection sont la santé-beauté. Tout ce qui touche au « mieux être » : le soin de soi physique, émotionnel, spirituel et mental, au travers de l'hygiène de vie [alimentation, sport, médecines, thérapies...]. Couplé à l'art de vivre, au design, à une forme de luxe [sa définition personnelle].

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Le process est un amalgame de : lectures variés internationales, voyages réguliers, flâner / observer, rencontres, interviews d'experts et de consommateurs, conférences, visites de quartiers / nouveaux lieux et isolement pour la réflexion.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La vie quotidienne est source de nouveaux signaux en permanence. A tel point que même les vacances sont peu de repos [sauf à aller dans les montagnes ou le désert]. Une tenue vestimentaire, une affiche, un produit, un magazine, une nouvelle à la radio : tout est propice à alimenter l'esprit et faire des connexions.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Observer, être curieux, suivre ses intuitions. Ecouter les autres et s'écouter soi.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

C'est difficile à dire. Chaque être est différent et aura son propre décodage. Pour moi le visuel me paraît prioritaire. La rigueur est importante pour la restitution de l'information, cependant elle peut être amené par d'autres personnes dans le cas d'un créatif pur. Nous sommes tous intuitifs, le mode éducatif de notre société occidentale ne nous permet pas d'y être attentif et de le développer à sa pleine mesure.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Un mélange des 3, car certaines tendances vont mettre plus de temps à s'imposer que d'autres. Et aussi, car à force d'être dedans [la tendance] au bout d'un moment elle est dépassée pour moi, je l'ai trop vu / entendu / répété, alors que parfois, elle est encore naissante ou inconnue pour le monde extérieur au milieu.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Cela ne m'a jamais affecté. Quand une marque s'empare d'une tendance, cela devient un standard de marché. Cqfd.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Le mot tendance est extrêmement galvaudé maintenant. Il est passé dans le langage courant et a perdu de sa substance. Une tendance est un signal faible [en mode consommatoire, style de vie, faits de société, économique...] qui deviendra prépondérant demain. La propagation de l'information en mode temps instantané rend la vraie tendance plus difficile à déceler, et en même temps les sources sont plus riches.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Ceux qui l'intègrent le mieux : la mode, la beauté, l'alimentaire [avec encore un temps de retard]. A l'avenir : la distribution, les transports, la santé.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

La posture de suivre ses convictions, d'avoir une éthique de pensée i.e au-delà du marketing ; quitte à mettre un certain temps avant de se faire entendre.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Au-delà des multinationales qui en ont davantage les moyens réguliers, il s'agit d'avoir des personnes qui soient ouvertes et réceptives en face – non arque boutées sur un seul plan financier.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Un designer
- ▽ Un merchandiser
- ▽ Un médecin

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ les blogs
- ▽ les communautés
- ▽ les réseaux sociaux

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ La santé sera omniprésente [produits/ services / lieux - sa quête, son maintien ...]
- ▽ La distribution continuera sa mutation sans précédent [dû aux comportements d'achat]
- ▽ La transparence, l'éthique deviendront incontournable [du produit à l'entreprise i.e bilan carbone, conditions de travail, innocuité, etc]

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Wallpaper
- ▽ New Beauty
- ▽ Vogue
- ▽ Le Monde
- ▽ Plantes& Santé

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Ceux des personnes que je rencontre / que l'on m'indique. Pas de chouchous

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ NYC,
- ▽ Londres,
- ▽ Tokyo,
- ▽ Verbier

Vos 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Super Size Me
- ▽ Minority Report
- ▽ le Cauchemar de Darwin

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Des livres de développement personnel [le 1^{er} en 1998 : « La prophétie des anges »]
- ▽ De décodage biologique [ex : « La maladie cherche à nous guérir »]
- ▽ Un temps ceux de Michel Houellebecq

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Faith Popcorn il y a 10 ans,
- ▽ Li Edelkoort,
- ▽ Michel Maffesoli.

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Liens
- ▽ Partage
- ▽ Ethique
- ▽ Vie émotionnelle
- ▽ Intégration du corps

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Nike Town puis Apple Store
- ▽ Whole Food
- ▽ Comme des Garçons et leurs déclinaisons
- ▽ Hors-catégorie : Musée du Quai Branly

Le Storytelling de Cécile Bost ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom BOST
Prénom Cécile
Fonction Directrice du Pôle Stratégie du Territoire
Organisme/Firme : CCI Marseille Provence
Blog[s] / site[s]
Ouvrages
Mail [optionnel] cecile.bost@ccimp.com
Votre pays / ville Marseille

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

- Chasseur
- Renifleur
- Capteur de tendance
- Vigie.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Préalable : je peux considérer que je suis une toute nouvelle venue dans le domaine de la prospective. Je ne peux pas parler de déclic. J'ai toujours été intéressée par des sujets de tous ordres. Je me définis souvent comme une « honnête femme », comme il y a eu « l'honnête homme » du 18^e siècle. Jules Verne dont j'ai lu la quasi-totalité de ses 80 romans a été un élément clé de ma formation géographique, technologique et politique. Je n'ai pas fait d'études scientifiques par défaut de compréhension des enseignements dans ce domaine [Sciences Po Paris EcoFi 1981]. Pourtant, je reste très marquée par les 5 ans que j'ai passés chez Total au début de ma carrière : je gérais les budgets de la recherche pétrolière, et travaillais au sein du département des Techniques Avancées de Total Exploration Production. L'avenir y était constamment présent, puisque nombre de sujets travaillés anticipaient les difficultés qui allaient se présenter en matière de production pétrolière [production grands fonds]. Par ailleurs, en 1981, Total s'intéressait déjà à d'autres énergies [solaire, nucléaire...] tout autant qu'aux impératifs de préservation de l'environnement.

Chez Total, j'ai appris consciemment l'importance de regarder à long terme.

Ceci a très certainement joué pour la suite de ma carrière qui a d'abord et avant tout été guidée par le besoin d'être passionnée par le métier que j'exerçais et la possibilité d'y faire du développement. Quelques années passées à faire de l'ingénierie pédagogique post-bac obligent à se poser des questions sur ce que pourra être le marché 5 à 7 ans après le lancement de la formation [transport, tourisme].

De même, en développement économique, où il apparaît clair que l'implantation d'un laboratoire de recherche a de grandes chances d'ancrer une activité économique qui se développe autour de se labo. Mais ce type de développement est long et lent. Il demande des efforts cohérents de politiques publiques difficilement en phase avec les impératifs électoraux.

Un concours de circonstances m'a conduite à effectuer en solo une analyse des tendances de tous ordres [du mondial au local] susceptibles d'avoir un impact sur le territoire sur lequel je travaille [les Bouches-du-Rhône / la région PACA]. Un travail qui m'a conduite à réunir une somme quasi-

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

encyclopédique d'informations prospectives de tous ordres [de l'évolution de différentes technologies à celle du climat en passant par les changements démographiques et leur corollaire culturel et politique [la religion en est un important facteur clé]].

Travailler à la Chambre de Commerce est un moyen de faire de la pédagogie sur l'importance des politiques de long terme avec un objectif, une vision partagés, afin de mettre en œuvre les politiques publiques adaptées aux besoins de développement économique.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Par inclination naturelle, c'est l'évolution sociologique qui m'intéresse [l'impact de la démographie sur les modes de vie et les techniques qui sont employées ; sur les groupes de pression [politiques / religieux]].

Je m'intéresse tout particulièrement au Moyen-Orient, sans pour autant prétendre en être une spécialiste [je note une linéarité entre ma passion d'enfant pour l'archéologie de la Mésopotamie à mon intérêt d'adulte pour la compréhension des problématiques politiques du Moyen-Orient].

Par mes responsabilités [Aménagement du Territoire], je travaille sur l'évolution des formes urbaines, la nécessité de revoir la façon dont le sol est utilisé [hauteurs des bâtiments plus ou moins enterrés, mixité des usages, modularité des volumes...].

Je suis aussi très en veille sur les évolutions technologiques pour l'impact qu'elles peuvent avoir sur la vie au quotidien, et la vie dans la ville. Nous sommes dans un monde urbain et rapide. Il m'intéresse d'identifier comment les technologies permettent de s'adapter au mieux avec ces nouveaux contextes.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Je suis sensible à tous les sujets, je passe mon temps à observer, à faire des connections. Toute lecture, toute rencontre, tous les instants de ma vie sont stockés. Je sillonne le web, j'interroge ceux que je rencontre et qui peuvent témoigner de ce qu'ils ont vu dans le secteur économique pour lequel ils travaillent ou dans les pays qu'ils ont visité. Je passe surtout mon temps à croiser les informations que j'acquiers pour les valider et extraire un fil qui me semble techniquement acceptable. En fait, je suis convaincue de l'importance du « day dreaming », si peu adapté à la société actuelle, mais qui favorise pourtant l'intuition et la création de nouvelles idées, de nouveaux développements.

Je n'ai hélas, par mes responsabilités professionnelles et familiales que fort peu de temps pour le faire. Mais une bonne randonnée en montagne est souvent très salutaire.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Bonne question, pour la première partie !

A la réflexion, je pense que la vie quotidienne me nourrit de signaux faibles parce que j'ai acquis trois « compétences »

- ▽ Une formation d'historienne [l'être humain change fort peu]
- ▽ Une vaste et solide culture générale [information n'est pas connaissance]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

- ▽ Une indépendance d'esprit certaine que d'aucuns appellent un esprit critique [je ne peux m'empêcher de tout regarder d'un point de vue extérieur]

Pour la seconde partie, j'ai le sentiment d'y avoir déjà répondu dans la question précédente. Mais pour reformuler : je passe mon temps à observer et à comparer avec ce que j'ai enregistré ailleurs, mais aussi à mettre en perspective. Cette activité d'association d'idées fait partie de moi. C'est la base même de la créativité et de la réactivité. Quand on a un rôle de chasseur de tendance on ne peut qu'être à l'affût, en hyper vigilance en permanence. Ce qui n'empêche pas de rater certains points, parce qu'on ne peut être sensible à tout au même degré. Toute nouveauté m'intéresse, mais je me sens pas pour autant « geek » ou encore adepte de la « branchitude » tous azimuts.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Acquérir les 3 compétences ci-dessus

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Les neurosciences démontrent qu'il n'y pas de « cerveau droit » ou de « cerveau gauche », mais qu'il existe des gens qui, plus que d'autres, font des connections entre les deux hémisphères. Il est possible de ce fait qu'il soit préférable qu'il y ait des prédispositions neurophysiologiques. Dans tous les cas, il me semble qu'il est important de savoir se projeter dans le futur et de ne pas avoir peur de l'inconfort que génère l'inconnu.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Je crois que je me situe toujours à un horizon de 20 ans à 30 ans : le temps minimum qu'il faut pour construire une infrastructure et l'amortir. C'est aussi souvent le temps qu'il faut pour qu'une idée percole. Le premier sommet de la terre a eu lieu à Rio en 1992. Où en sommes-nous en 2010 ?

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

On n'est jamais à l'abri d'être un « homme/femme de son temps », avec les croyances associées, auxquelles sur le temps [100 – 200 ans plus tard] donnera tort ou raison.

Pour autant, connaissance n'est pas information. Une information n'est valable que si elle est croisée plusieurs fois. Alors il faut prendre le temps, ne pas s'emballer ; ou bien savoir très vite à quelles sources aller se repérer pour valider ce que l'on entend/sent/aperçoit/perçoit...

Critères de sélection de l'information sur lesquels être intransigeant ? Tous. Tout est devenu stratégie de communication, il faut être vigilant, tenter d'aller au-delà des apparences, se poser des questions sur les jeux d'acteurs, remettre en perspective, penser en tendance longue...

Avec les phénomènes d'accélération du monde, de vitesse, de l'éphémère ... en quoi cela modifie le concept de tendances, de futur ? Alors que tout semble en flux tendu, comment chasser une tendance ? D'ailleurs, comment définir ce qu'est une tendance en 2010 ?

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

La nouvelle économie a effectivement généré une accélération du temps. J'ai été marquée par une phrase qui mentionnait : « une année de nouvelle économie = 7 années d' « ancienne économie » - L'information internationale aujourd'hui se déplace à la vitesse de la fibre optique quand elle se déplaçait à 16 nœuds [l'allure d'une caravelle] au temps des grandes explorations du 16^{ème} siècle.

Il est impératif de savoir réfléchir en temps long, à l'échelle d'une génération, voire d'un siècle ou plus. Il est impératif de chercher à toujours mettre les informations en perspectives, de voir si, dans d'autres temps / autres lieux, le même mouvement, toutes proportions gardées, ne s'est pas déjà produit. C'est peut-être ce qui me pousse à privilégier l'approche sociologique dans la réflexion sur les tendances.

Pour moi, définir ce qu'est une tendance, c'est identifier un fait dont on peut être capable d'envisager l'impact 10 à 15 ans plus tard et au-delà.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Pétrole, automobile... et armée. Mais, je pense, de façon plus générale, que c'est le cas de tous les secteurs qui travaillent sur les temps longs, ceux qui ont des temps longs de process... et je l'espère, ceux qui emploient des matériaux stratégiques [cf terres rares].

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Qui est le plus fou ? Le fou lui-même ou celui qui le suit ? Il n'y a pas de préconisation en la matière. Il est important de se sentir à l'aise là où l'on est, quels qu'en soient les désagréments. Je sais par exemple, que je suis susceptible d'avoir quelques années d'avance sur l'environnement dans lequel je travaille.... Mais travaillant ailleurs, je peux me retrouver follower. C'est donc d'abord et avant tout une question de milieu ambiant. Le plus important est d'arriver à identifier l'environnement dans lequel on se sentira le plus en symbiose. Et puis, connaître ses faiblesses et ses forces et mettre en place une organisation qui compense les faiblesses. Dans notre entretien téléphonique, nous avons évoqué les aspects ying & yang.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

J'ai de plus en plus l'impression que cette capacité à traquer l'information va être d'abord et avant tout une question d'homme, de leadership. Chasser les tendances, c'est faire de la recherche. Toutes les entreprises ne sont pas « cablées » pour faire de la recherche. C'est souvent une question de décision stratégique, prise par le big boss.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Daniel Bellanger – Transit City – Réflexion prospective sur la ville et les modes de vie
- ▽ Laurent Haug – FING / Lift – Réflexions sur les évolutions numériques
- ▽ Patrick Artus – Directeur de la Recherche et des Etudes Economiques Natixis

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Internet pour aller renifler partout sur la planète
- ▽ La lecture des journaux locaux par rapport à des journaux extérieurs [confrontations d'opinions]
- ▽ L'esprit critique [oui, je sais, ce n'est peut-être pas une technologie, mais il ne faut pas se reposer sur les seules technologies...]

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Montée en puissance du terrorisme voyou
- ▽ Accentuation des communautarismes
- ▽ Nouveaux développements dans l'optique pour le transport d'informations
- ▽ Premiers humains bioniques

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Le Monde
- ▽ Sciences et Avenir
- ▽ Alternatives Economiques / Alternatives Internationales
- ▽ Ecologik

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Prospective Foresight
- ▽ Global Risks / World Investment Report
- ▽ L'Atelier de Paribas [<http://www.atelier.fr/>]
- ▽ Transit City
- ▽ Global Trends – rapport de la CIA

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Londres
- ▽ New-York
- ▽ Berlin

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Soleil Vert hors concours.
- ▽ Bicentennial Man [pas culte, mais oblige à la réflexion]
[... et à l'instant, je n'en ai pas d'autre en tête : Blade Runner, I Robot, 5^{ème} élément sont d'excellents films mais...]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Parmi beaucoup...

« Hier et demain » de Jules Verne [1 nouvelle sur la vie d'un journaliste au 23^e siècle – et 1 nouvelle très philosophique sur l'effondrement qui menace toute civilisation « l'Eternel Adam »]

« Il viendra » de Jacques Attali qui donne un éclairage très moderne et réaliste de l'Apocalypse [quelques mois avant le tremblement de terre qui a ravagé Kyoto et les premiers effondrements de marchés financiers, c'était assez saisissant].

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

Alfred Sauvy pour ses considérations sur les évolutions de la société et l'impact de l'informatique comme nouvel élément d'alphabétisation. Et ensuite, je sèche.

J Attali est il quelqu'un qui a une vision du futur ou un remarquable orateur ?

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Nano [en particulier dans le bio-médical]
- ▽ Transports [nomadisme, migrations, commuting...]
- ▽ Inondations [phénomènes météorologiques, inondations de nappes phréatiques par de l'eau salée]
- ▽ Emeutes [pour du pain, de l'eau, des pandémies, de l'hygiène, de l'habitat... et pas que dans les pays émergents]
- ▽ Nationalisme [radicalisation des politiques locales renforcé par les migrations [réelles ou craintes] et terrorisme international, y compris et surtout terrorisme voyou, celui qui agit pour l'argent et non par conviction politique]

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Lift Conference pour percevoir les évolutions du numérique.
- ▽ MIPIM – Salon de l'Immobilier

Le Storytelling de Laura Garcia Vitoria ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC? WHAT'S UP?

Nom GARCIA VITORIA

Prénom LAURA

Fonctions: Présidente et directrice scientifique

Organismes: ARENOTECH/ Fondation des Territoires de Demain

Blog[s] / site[s]:

1. <http://www.territoires-de-demain.org>
2. <http://www.arenotech.org>
3. <http://www.villesnumeriques.org>
4. <http://kic.territories-of-tomorrow.org/>
5. <http://laura-garcia-vitoria.blogspot.com/>
6. <http://territoriosdelconocimiento.blogspot.com/>
7. <http://societe-de-la-connaissance.blogspot.com/>
8. <http://sociedad-del-saber.blogspot.com/>
9. <http://www.tribunelibre.info/>
10. http://www.arenotech.org/Present_Laura/present_foto.htm

Ouvrages: La liste de mes ouvrages et publications figurent sur cette page:

http://www.arenotech.org/Present_Laura/publications.htm

Mail: laura.garcia@arenotech.org

Votre pays / ville: Francia/ Espagne: Paris, Madrid

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Observateur et transmetteur interactif

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Par intuition, pour changer la façon d'enseigner qui, pour moi, était archaïque

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Economie et société de la connaissance.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Observer, voyager, écouter, lire, échanger, rencontrer...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Le niveau de qualité et d'éthique des services et comportements.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS?

Porter attention à la part de gratuité d'un geste et d'une action

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGoureux, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

La constance dans l'observation, l'action et la création. Il est important de pratiquer l'empathie, de développer une pensée - action interactive et réticulaire. Il faut également être généreux et avoir le goût de l'échange... et... surtout avoir de l'endurance et de la résilience...

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le court terme est indispensable pour éviter une assimilation entre prospective et état des lieux. Pour ce qui concerne le plus long terme, il faut se créer tout un réseau élaborateur de stratégies et de différences d'appréciations dans ce qui est observé. L'un ne va pas sans l'autre!

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

La rigueur de la méthodologie mise en œuvre et le travail d'équipe permettent de l'éviter partiellement dans la lucidité d'une écoute active.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

La rapidité d'un phénomène ne change en rien aux mécanismes qui le portent

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR?

Tout dépend du développement ou d'une économie basée sur une société de la connaissance ou d'une économie basée sur la société de l'information.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

La création de liens entre le court et le long terme évite d'être suiveur.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Non

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

ARENOTECH, Réseau européen des Villes Numériques, Fondation des Territoires de Demain. De même, certains réseaux de l'Amérique Latine, du Canada, de la Méditerranée et de l'Europe centrale. Tous ceux qui se battent pour développer une économie de la connaissance malgré leurs difficultés et le manque de moyens. Des territoires français comme celui de Saint Laurent de Neste.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC?

Derrière toute technologie, il y a pour l'instant une intelligence humaine et c'est elle qui constitue le moteur principal du développement technologique.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Le développement spirituel,
- ▽ La quête de l'éthique,
- ▽ L'excellence dans les services.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Je n'en ai pas.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS?

Je n'ai pas de chouchous. Tous ceux des réseaux avec lesquels je travaille et aussi avec lesquels je vais travailler et découvrir...

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

Ma géographie personnelle: Madrid, Chihuahua, Vienne, Budapest, Timisoara, Cracovie, Francfort, Zurich, Stockholm, Helsinki, Luxembourg, Fez, Alexandrie, Tunis, Munich, Ségovie, Séville, Albi, les Hautes Pyrénées, Ardèche, Reims, Paris, Sarajevo, Beyrouth, Naples, Florence, Graz, Venise, Alba Iulia, Albi, Marrakech, Hyères, Montpellier, Oujda, Marseille, Ajaccio, Salamanque, Leiden, Aurillac... Car chacun de ces territoires sont uniques et m'apportent des enrichissements complémentaires.

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Un film comme «Rencontres avec des gens remarquables» nous permet de transcender et donc d'affronter avec lucidité le défi du monde de demain.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS?

Je précise que je n'ai ni de fétiches, ni de chouchous.

Néanmoins, J'ai une admiration et tiens en grande estime les œuvres de Cervantes, Quevedo, Gongora, Herman Hesse, Rainer Maria Rilke, Matsuo Basho... De plus, la Bible, Don Quichote et les poèmes comme ceux de Rilke ou de Basho sont mes inspireurs et mes livres de chevet.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR?

Je nommerais ici cinq hommes dont les discours me semblaient être porteur de « bon sens »:

- ▽ Henri Guaino,
- ▽ Nicolas Tenzer,
- ▽ Loris di Pietrantonio,
- ▽ Pierre Pougnaud,
- ▽ Edgar Morin

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ L'itinérance cognitive
- ▽ Réalité augmentée
- ▽ Livre augmenté
- ▽ Géolocalisation
- ▽ Traduction automatique

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

Récemment en Hongrie:

- ▽ La galerie de l'Art Brut à Budapest: http://www.arenotech.org/2010/art_brut/art_brut.htm
- ▽ Le laboratoire de recherches de l'Institut de Sciences de l'Information de l'université de Budapest: <http://territoriosdelconocimiento.blogspot.com/2009/12/visit-virtual-reality-lab-at-university.html>
- ▽ La Cyberclinique de l'Académie des Sciences de Budapest

Le Storytelling de Laurence Hochart

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Hochart

Prénom Laurence

Fonction Architecte d'intérieur designer

Organisme/Firme Archi color design

Blog[s] / site[s] www.archicolor.design.fr

Ouvrages des boutiques, des appartements, le hall d'accueil de chez Beauté Prestige International, des tableaux des pêle-mêles etc....

Mail [optionnel] colorielle@gmail.com

Votre pays / ville Paris France

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Intuitif tendanceur.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Architecte d'intérieur, j'ai fait les Beaux-Arts en cours du soir tout en préparant un Bac A3, j'ai fait l'école Supérieure des Arts Modernes, j'adore les expositions, les nouveautés les tendances, la création sous toutes ses formes...

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

- ∇ Architecture,
- ∇ Design,
- ∇ Ecologie,
- ∇ Recyclage,
- ∇ Décoration,
- ∇ Créations diverse et variées.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Oui c'est un mélange de tout cela en papotant avec les autres, il n'y a pas de hasard ni de timidité à avoir, échanger avec les autres de ce que l'on aime ou ignore, comment pourquoi, rester curieux, ouvert, surpris et créatif aussi bien avec des bouteilles en plastiques que de la pierre, du bambou ou du verre.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Le recyclage est un exemple probant de tendance...

Ce qui est inutile pour les uns, est source d'inspiration pour les autres, soyons décaler, rigolos et osons utiliser des matières nobles et moins nobles.

Lors d'un salon sur le recyclage j'ai discuter avec une femme ayant mis au point l'utilisation de bâches de publicité pour faire des sacs=drôlement créa et imagiatif!

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Voir le chapitre 4, restez l'œil ouvert et curieux, parler avec les autres, faire les salons les expositions, pièces, concerts, bouquins etc....

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

L'ouverture d'esprit le « et pourquoi pas ? » Et pourquoi pas faire un pigeonnier avec des bouteilles de coca en plastique.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le recyclage pour contourner certains privilèges établis, le luxe très cher galvauder et restant classique mais plus trop dans la tendance même si il y aura toujours du business pour eux.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

L'intérêt c'est d'innover quitte à surprendre choquer et non de rabâcher ce que d'autres on déjà dit ou fait.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Comme un tournant de consommation à 360°, on n'achète plus compulsif pour jeter, on réfléchi et on remplace le besoin par l'envie. J'aimerais bien mais..on consomme intelligent et décalé, on s'affirme différent.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Internet
- ▽ Les stylistes de mode
- ▽ La décoration

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Follower ne sert à rien il faut s'affirmer dans une tendance qui nous convient et l'anticiper pour se l'approprier.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Dans le vêtement le maquillage et la déco il y toujours eu ça. Cela passe par le design d'objets pour tous les secteurs, on embauche 15 graphistes qui planchent sur des couverts jusqu'à la voiture ou le téléphone du futur.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Issey Miyake
- ▽ Bernard Werber
- ▽ Patrick Blanc

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Internet
- ▽ TV
- ▽ Photos

Vos 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Bio vert équitable nature
- ▽ Retour aux matières premières nobles
- ▽ Recyclage d'objets

Vos 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Marie claire idées,
- ▽ Maisons Coté Ouest
- ▽ AD

Vos 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Mademoiselle bio
- ▽ My little Paris
- ▽ Atylia

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Barcelone
- ▽ Londres
- ▽ New York

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ La belle verte
- ▽ Le cinquième élément
- ▽ Matrix

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ L'art de l'essentiel de Dominique Loreau
- ▽ Le B.A BA de l'habitat écologique de Sylvain Moréteau
- ▽ Feng Shui l'es essentiels du bien être de Martin Moosbach

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Issey Miyake
- ▽ Bernard Werber
- ▽ Michel Odoul

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ **Recyclage** dans la création
- ▽ **Médecine douces** chinoises/bien être
- ▽ **Renforcer l'écoute dans la communication** le travail en entreprise avec les RH
- ▽ **Valoriser la valeur de soi**, l'estime de soi, la confiance **avec du coaching** [se faire accompagner par des pro dont c'est le métier
- ▽ La concentration par a relaxation l'harmonie en renouant avec la nature [tai chi etc...]

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

J'aime le dépouillement la nature et les sites anciens mélangés à de l'ultra-moderne.

Que diriez-vous de :

- ▽ L'Acropole pour le prochain défilé de mode ?
- ▽ Un amphithéâtre comme celui de Taormine en Sicile pour voir un spectacle de danse moderne ou du gospel ?
- ▽ La forêt amazonienne pour présenter une collection de Design de meubles ?

Le Storytelling de Marie-Aude Garnier ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Garnier

Prénom Marie-Aude

Fonction Planneur stratégique/ consultante en stratégie de marque/ Chasseuse de tendances/
Chargée d'études marketing

Organisme/Firme Freelance

Blog[s] / site[s] <http://mawiode.com/>

Ouvrages : Dea d'Histoire Contemporaine « Le Congrès de Westminster, l'échec du couple Franco-anglais à créer l'Europe économique »

Mail [optionnel] garniermarieaude@yahoo.fr

Votre pays / ville France/PARIS

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Anthropologue du futur

Observer le changement pour qu'il serve à alimenter les processus d'innovation, Prendre conscience d'opportunités et développer de nouveaux leviers adaptés aux attentes de l'époque et des consommateurs.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Formation pluridisciplinaire : Dea d'histoire contemporaine et Magistère de Relations

Internationales. J'ai toujours été très curieuse, à l'affût des dernières nouveautés, tendances en matière de musique, mode, expositions, films ... Le déclic ? mon stage de fin d'études chez L'Oréal au département stratégie et marketing prospectif.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Je ne pense pas avoir un seul territoire de réflexion d'une part ce ne serait pas judicieux en terme d'ouverture d'esprit et d'autre part j'ai toujours refusé de me spécialiser. Je suis pluridisciplinaire ! Je croise les grandes tendances sociétales et je note leur impact sur les comportements d'achat et les styles de vie de mes paires.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Je suis accro au web, connecté sans cesse sur les réseaux sociaux mais aussi mon netvibes qui agrège tous les flux que j'aime : du blogueur en marketing à la bloggeuse mode en passant par des blogs de déco et design. Je lis beaucoup de magazines de mode, de newsletters de magazine de société et de

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

tendances, l'actualité [Le Monde], des études, des rapports d'institut de sondage J'assiste à des conférences : IFM, la Sorbonne, l'Ebg ...

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Le métro m'inspire pas mal en matière d'utilisation de nouvelles technologies, les Franprix et Monoprix me donnent certaines clefs en matière de grande consommation. Sinon j'écoute beaucoup les gens : dans les cafés, sur les réseaux sociaux, dans les dîners. C'est un bon moyen de savoir ce à quoi ils aspirent, de mieux les comprendre et des les observer dans leur espace intime pour avoir de solides insights.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Soit curieux de tout et surtout ne laisse aucun sujet de côté.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

- ▽ Savoir emmagasiner toutes les infos visuels, textuels, les découvertes, des attitudes pour les recouper afin de faire naître des nœuds de tendances.
- ▽ Pouvoir synthétiser, ordonner et donner une logique à ses découvertes ;
- ▽ Etre créatif pour imaginer comment sera demain avec les signes observés aujourd'hui.
- ▽ Avoir les yeux ouverts et les oreilles partout ! Bref être The Sentinelle ;-]

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Projection à 10/20 ans.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Croiser les informations, les signaux faibles de tous les secteurs !

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Il est essentiel de bien distinguer les tendances lourdes des simples modes passagères. Les premières permettent de comprendre en profondeur l'évolution des valeurs des sociétés et des individus, de mieux saisir ce que sera la future vie des gens ; les secondes sont le reflet d'influences et le fait de l'actualité et ne s'inscrivent pas dans la durée ou très peu.

Une tendance : c'est une l'observation d'un comportement chez les consommateurs/citoyens/humains qui impacte ou tend à impacter la société et les modes de vie de l'ensemble de la société ou d'une majorité.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ?

- ▽ Technologie
- ▽ Beauté/cosmétique
- ▽ Mode

VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Développement durable
- ▽ Les services à la personne
- ▽ La grande conso

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Oui les entreprises qui vivent de l'innovation de rupture et de renouvellement : automobile, téléphonie mais aussi mode, beauté, santé.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Michel Maffesoli,
- ▽ Li Edelkoort,
- ▽ Matthieu Lehanneur,
- ▽ Pierre Bergé.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

TOUS les outils !

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Révolution verte dans les nouvelles technologies
- ▽ Un habitat intelligent
- ▽ Nouvelles formes de commerces

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Le Monde
- ▽ Fast Company
- ▽ Influencia
- ▽ Slate
- ▽ La revue des marques
- ▽ Stratégies

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Captain Commerce
- ▽ Deedee

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Paris
- ▽ Buenos Aires
- ▽ Milan
- ▽ Londres

Vos 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Le jour d'après

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Le réenchantement du monde de Michel Maffesoli
- ▽ Mémoires d'une féministe iconoclaste de Yvonne Knibiehler
- ▽ Vivre en 2028 de Yan Kerorguen et Estelle Leroy
- ▽ 100 expériences en psychologie du consommateur, Nicolas Guéguen

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Pierre Bergé
- ▽ Michel Maffesoli

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Développement durable
- ▽ Responsabilisation
- ▽ Services à la personne
- ▽ Ultra connexion sans support

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Sample lab [<http://www.samplelab-international.com>],
- ▽ Mall of Emirates,
- ▽ Hotel Aire de Bardenas [<http://www.airedebardenas.com>].

Le Storytelling de Patricia Ravet ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom RAVET

Prénom Patricia

Fonction : consultante en développement durable

Organisme/Firme FIDAREC

Blog[s] / site[s] <http://www.fidarec.org>

Ouvrages le guide écologique de la famille [version 2000]

Mail [optionnel] patricia.ravet@sfr.fr

Votre pays / ville Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Créateur culturel

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Autodidacte principalement, curieuse de tout. non-formatée et critique. Beaucoup voyagé. Analyste en information [relation de cause à effet]. Mon déclic : la protection de l'environnement puis le développement durable incluant l'humain dans une réflexion systémique.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

- ▽ Géopolitique, gouvernance et préservation des éco-systèmes
- ▽ Eco-technologies, et sciences inspirées de la Nature
- ▽ Ethique des affaires indicateurs de développement humain.

Plus ciblé :

- ▽ Construction passive ou positive,
- ▽ Eco-conception des produits/services,
- ▽ Restauration bio,
- ▽ Achats publics et privés durables,
- ▽ Responsables et /ou soutenables et développement des territoires en autarcie
- ▽ Ressources de proximité.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

- ▽ Observer les salons et conférences pointus
- ▽ Interviewer [ou lire] des acteurs ayant une vision systémique des problèmes
- ▽ Voyager ou regarder des médias qui explorent le monde [arte, autres chaines de reportages ...]
- ▽ Se fier à son intuition et la consolider ensuite
- ▽ Veille prospective classique

Il y a une autre technique qui m'est propre : me poser une question, occuper mon cerveau de premier niveau à la lecture et ensuite la réponse à la question vient en lisant quelque chose qui n'a rien à voir avec la question posée ! Je suppose qu'à ce moment là, le cerveau « intègre » un certain nombre d'informations que la mémoire n'arrive pas à restituer [et j'ai une mauvaise mémoire « hard /disque dur » donc il me faut activer du « temps réel »/mémoire vive !]

Bref, comme un « chercheur scientifique », il ne faut pas rechercher forcément la solution immédiatement mais laisser « décanter » ...

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Uniquement intuitif et critique du jeu « communication » est-elle manipulée et pour quelle raison ?

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Je pense qu'il faut avoir une expérience de l'humain dans sa capacité à abuser des systèmes qu'il crée. Je crains que cela ne soit pas de la compétence d'un trop jeune ...

Ou bien un « mentalist » ☺

Il faut connaître l'histoire du passé pour comprendre l'évolution actuelle et donc celle du futur, même si « rupture » plus ou moins violente, il y a.

Un tendanceur doit surfer sur l'existant pour en percevoir des « mini-orientations » en terme de communication et produits avant les autres. En général il est bien payé car c'est du court terme. Un « créatif culturel » s'appuie sur l'existant pour en infléchir les tendances dans un sens ayant davantage de « valeurs » d'intérêt public. En général, il est mal payé car c'est du moyen et/ou long terme.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Il faut être capable de se « déformer » des cultures familiales, scolaires, du milieu professionnel dans lequel il baigne etc ... bref, un esprit libre et critique.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Animatrice d'intelligence collective dans les réseaux sociaux, car 1+1 = 3

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

La sélection des sources est déjà une orientation qui masque la réalité. La diversité des sources est importante y compris les plus folles car si elles existent c'est qu'il y a un public.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

La tendance c'est le moteur profond... un peu comme une élection, même quand les gens répondent à coté de la question, c'est une information en tant que telle.

Nous oublions trop les questions qui ne sont pas posées.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Les TICC
- ▽ Les transports
- ▽ Les approches territoriales [à contrario des effets de la mondialisation]

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Classer les idées à court, moyen ou long terme...

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Celles qui ne sont pas le « nez dans le guidon » ... bref, les grandes entreprises. Mais aussi les créateurs de nouveaux produits, mais eux n'ont pas les moyens de payer un tiers vu qu'ils ont déjà décodé une tendance pour leur produit ... Par contre les organismes de recherche, les CCI devraient faire des séances de créativité collectives, voire les Régions pour relancer le développement local avec les acteurs pour créer des synergies.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Des « pionniers » dans leur domaine
- ▽ Des associatifs rebelles [ils ont l'esprit critique quoique trop militants !]
- ▽ Des non-spécialistes [les spécialistes, y compris des artistes et designers sont trop formatés dans leur art ...]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Tous, mais attention aux outils : ils ne reflètent que l'esprit qui l'a créé ... donc les limites mentales de l'individu.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Replis communautariste au niveau européen et national accélérés par une Crise croissante due à une nécessaire mutation puisqu'aucun pays ne pourra maintenir son niveau de croissance sans fortement influencer sur d'autres pays et cela se saura.
- ▽ Technologie de croisement d'informations vers plus de transparence et de garantie de l'information.
- ▽ Retour aux valeurs de proximité [famille, territoire, communautés de savoirs, de loisirs ... [y compris celles créées via Internet]

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

non

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

non

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

aucune

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Avatar

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

aucun

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Gunter Pauli [« Croissance zero déchets »]
- ▽ Paul Hauen [ouvrage « Ecologie de marché »]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Développement durable des territoires
- ▽ Production des TICC et machines dans les pays asiatiques, mais production locales pour toutes les autres productions/ et services
- ▽ Marché de l'insertion : Activité même non productive pour les exclus du marché du travail et l'accompagnement [2 personnes travaillant pour un exclu]
- ▽ La sécurité, surveillance etc..
- ▽ Marché du carbone impactant toutes les importations.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Les usines de production entièrement automatisées
- ▽ Les églises à vendre et/ou transformées en lieu de spectacle ou de cult'ures
- ▽ Le musée de Guggenheim à Bilbao [qui inspire le renouveau dans une ville en décadence]

Le Storytelling de Béatrice Gisclard ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom GISCLARD
Prénom Béatrice
Fonction directrice design
Organisme/Firme LES INVENTEURS
Blog[s] / site[s] <http://leblog.lesinventeurs.fr/>
Ouvrages
Mail [optionnel] b.gisclard@lesinventeurs.fr
Votre pays / ville Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Je ne me définie pas sous un label mais dans ceux proposés, plutôt prospectiviste

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Designer de l'école Boulle, ayant travaillé durant 10 ans dans l'architecture commerciale il me semblait impossible de réfléchir à des concepts innovants sans faire de veille/prospective. Nous ne vivons pas dans un monde isolé, tout est en interaction, ma vie quotidienne, personnelle, professionnelle, donc tout est lié. Pour comprendre cela et en tirer le meilleur parti, il faut regarder autour de soi et faire attention aux gens. C'est ce qui m'a conduit à percevoir assez tôt que le développement durable était un enjeu incroyable, c'est mon orientation professionnelle actuelle.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Les enjeux du développement durable dans l'entreprise, par le biais du design, de l'innovation. Sinon, tout ce qui concerne les aspects sociaux, humains, éthiques ou pas, car au fond l'intérêt c'est l'homme [et la femme ;-]

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

C'est certainement un ensemble de ces éléments ! Plus simplement, je lis beaucoup, de tout, dès que j'ai l'occasion, je lis. Mais je lis aussi de la poésie, des romans, des choses décalées qui souvent aident à prendre du recul pour piocher l'info intéressante que l'on ne verrait pas sinon. Ayant beaucoup d'amis, travaillant dans des domaines divers, je m'intéresse à leur travail respectif et cela m'apporte des points de vue variés

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Quand je me heurte à une difficulté quotidienne ou que je trouve au contraire quelque chose de drôle [ou d'absurde] dans une situation et qu'en en parlant avec des amis, je me rends compte que eux aussi sont concernés, alors je commence à me dire que nous pourrions être beaucoup de gens concernés et que c'est un signal faible qu'il convient de regarder plus attentivement.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

De la curiosité avant tout, pas d'idée préconçue [pour trouver il ne faut pas être persuadé de la réponse], mais à chaque fois que l'on trouve quelque chose d'intéressant on le note ou on le met de côté en se disant, « ça peut servir plus tard ». Ensuite, écouter les autres, aller s'aérer la tête dans des expos, des lieux du quotidien, être humble et se souvenir que ceux qui ont vraiment prédit l'avenir n'ont pas été bien accueillis et que ceux qui ont dit n'importe quoi ont été totalement oubliés !;-]

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Je refuse de rentrer les gens dans des cases, il n'y a pas de règle, mise à part de la curiosité et de la rigueur.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Long terme, comme cela je ne serais plus là pour savoir si j'ai eu raison ou pas !

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Toujours croiser les sources, vérifier d'où vient l'info, qui a des intérêts à la publier, et surtout re-fléchir ! Parfois le simple bon sens permet d'éviter d'aller dans le sens d'une rumeur, rester soi-même, car être « tendanceur » c'est accepter de se tromper comme tout le monde.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance n'est jamais isolée, une tendance dans un sens implique quasiment forcément une tendance dans l'autre. On peut parler de direction, plus que de tendance, et une tendance ne s'applique pas à l'ensemble du monde, ce qui serait absurde et illusoire mais à des groupes de personnes, qu'il convient de définir à partir du moment où l'on parle de tendance.
Temps unique, espaces multiples

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Je n'ai pas d'avis sur la question

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Prendre le risque de dire ce qu'on pense ?...allez, je le prends, sinon, follower quel intérêt ?

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Uniquement ceux qui y sont contraint ou dont c'est l'ADN de la marque, pour les autres à part quelques exceptions, c'est rare

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Des enseignants,
- ▽ Des politiques,
- ▽ Des chefs d'entreprise

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Un cerveau en état de marche,
- ▽ Des blogs,
- ▽ Les réseaux sociaux.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Dislocation du rapport au politique,
- ▽ Retour à une forme d'obscurantisme [religieux, gourous, irrationnel de toute sorte],
- ▽ Relocalisation

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Courrier International
- ▽ Le Monde Diplomatique/Le Monde
- ▽ Télérama
- ▽ L'Ecologiste

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ <http://revuedesign.wordpress.com/>
- ▽ <http://ecoloinfo.com/>
- ▽ <http://www.novethic.fr/>
- ▽ <http://www.youtube.com>

Vos 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

La Terre = village mondial. Pas de ville en particulier ou toutes !

Vos 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Essentiellement des documentaires

- ▽ « La malédiction du plastique » [docu sur Arte du 12/01]
- ▽ « Le monde selon Monsanto »
- ▽ « Into the wild » Sean Penn

J'aime beaucoup des films comme « bienvenu à Gattaca » ou des films d'anticipation type SF, mais franchement je ne peux pas imaginer l'avenir comme cela !

5 OUVRAGES FÉTICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ « Design for a real World » Viktor Papanek
- ▽ « La stratégie du choc » Naomi Klein
- ▽ « Les guerres du climat » Harald Welzer
- ▽ « Effondrement » Jared Diamond
- ▽ « Responsabilité et jugement » Hannah Arendt

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Paul Virilio
- ▽ Serge Latouche
- ▽ Régis Debray

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Changement de paradigme
- ▽ Radicalisation
- ▽ Mutation
- ▽ Adaptation
- ▽ Innovation

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ BEDZed [Eco quartier Londres]
- ▽ Ice Hotel Suède
- ▽ google earth

Le Storytelling de Barbara Steudler ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Steudler

Prénom Barbara

Fonction Directrice

Organisme/Firme Directrice de l'association NiceFuture et de la société de consulting en stratégie développement durable GreenLab Sàrl

Blog[s] / site[s]

www.NiceFuture.com

www.greenlab.ch

www.manifestepourlaterre.org

www.ethicalfashiondays.ch

www.festivaldelaterre.ch

www.angesgardiens.ch

Ouvrages Quelle Terre pour 2050 ? à dispo ...en PDF

Mail [optionnel] barbara.steudler@nicefuture.com

Votre pays / ville Lausanne / SUISSE

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Facilitateur de possible

Eveilleuse d'idéal futur

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Formée dans le domaine de l'art [IESA], dans le domaine du marketing et de la publicité, j'ai toujours pensé que nous étions non seulement les créateurs de notre propre destin, mais qu'également une vie n'avait de sens que si l'on a fait de son mieux pour changer, aussi peu que ce soit, le monde. Mes trois domaines de formations ont en commun un regard aiguisé sur le présent. Ce sont aussi des pôles d'influences et des outils efficaces pour décrypter le futur. L'avenir m'intéresse car il est constitué de nos intentions du présent. L'avenir m'intéresse car c'est là que j'ai l'intention d'y vivre dans les années qui m'attendent.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Tous les domaines de la société sont passionnants et porteurs d'enjeux et de développement fabuleux si on les envisage leur futur avec une VISION ECOSYSTEMIQUE ET DURABLE. Culture économique, culture environnementale, culture sociale, culture politique, culture artistique: tout est aujourd'hui lié et le monde sera fait demain des intentions et des interactions entre ses mouvements

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Rester ouvert, curieux et à l'écoute avec l'envie de comprendre comme moteur essentiel de vie... Le moment présent détient tous les germes de demain et pour le comprendre, j'essaie d'ouvrir de la manière la plus large possible mon regard sur le monde. Mon quotidien est constitué d'une myriade de rencontres et d'échanges : sociologues, environnementalistes, journalistes, philosophes, décideurs, directeurs d'entreprises, politiciens, stylistes, designers, directeurs artistiques, publicitaires, chercheurs, écrivains. Les réactions, les motivations et les freins qui jalonnent la mise en place de nos projets constituent également un thermomètre intéressant de la société. Les salons, la revue de presse journalière et les livres font partie évidemment de ma vie de tous les jours.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Les comportent et attente de la société au sens large tel que votation, chiffre du marché, marché émergents, positions et opinions des acteurs de la société civile, nouveaux produits, publicité donnent un grand nombre de signaux faibles.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Ouvre tes yeux, tes oreilles, ta pensée et ne donne jamais de limite à ton esprit.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Garder les qualités de l'esprit de l'enfance, l'ouverture sans limite à tous les possibles, une curiosité insatiable, une capacité d'écoute et à se remettre en cause, être capable de faire des liens improbables, une envie d'apprendre. Mais avant tout, je pense que l'envie de comprendre, de découvrir et d'évoluer doit être le moteur essentiel !

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le court terme pour initier de nouvelles idées, de nouvelles actions.
Le long terme pour comprendre les enjeux du court terme, la destination, là vers quoi on tend.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Les infos quantifiées et scientifiques sont une base de travail essentiel [statistiques, écobilans, étude de marché, étude scientifiques, plan politique, lois]. Identifier tous les acteurs d'un domaine sans oublier les lobbyistes est également indispensable.

Et toujours conserver dans la mesure du possible une vision éco-systémique pour ne pas se faire piéger par une info ou un regard unilatéral.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Ce ne sont pas les tendances qui s'accélèrent, c'est leur manifestation en tant qu'effet de mode. Par exemple la multiplication des réseaux sociaux traduit simplement une tendance forte de besoin « d'échange », « d'exister, d'être reconnu en fonction de ses valeurs ». C'est une manifestation de réappropriation dans nos sociétés d'une dimension humaine dans un contexte de sociale de globalisation.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ∇ Secteurs actuels : Design et mode, Green tech et I-tech, Nano et bio technologie.
- ∇ Secteurs futurs : Les assurances, les territoires et villes, santé et sociologie.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Prend-on vraiment des risques à être un décodeur et créateur ? Quels risques ?

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Certaines entreprises ont résolu le problème et n'ont même plus besoin de décoder les tendances puisqu'elles gèrent le processus complet qui fait naître une tendance. Le mode d'emploi est simple :

- ∇ Identifier tous les acteurs influenceurs du marché souhaité
- ∇ S'allier tous les prescripteurs et intégrer tous les organismes décisionnels,
- ∇ Créer le problème,
- ∇ Communiquer le problème à grand coup médiatique et politique, gérer la com', le buzz et le flux d'infos, les intellectuels
- ∇ Proposer la solution à travers un nouveau trend
- ∇ Créer le marché
- ∇ Générer du profit et recommencer...

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ∇ Dominique Bourg, Philosophe, professeur à l'université de Lausanne, spécialiste des questions environnementales, membre du comité de veille de la Fondation Nicolas Hulot
- ∇ Hervé Naillon, Responsable de la coopérative de valeurs responsable «Les Inventeurs»-
www.lesinventeurs.fr
- ∇ Olivier Schneuwly, mon brillant associé et collègue www.greenlab.ch

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Les technologies sont des outils...elles n'apportent pas la réflexion. Arrêter de chercher, s'arrêter, s'ouvrir...et penser !

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Développement d'une pensée transversale, participative, éco systémique : l'art et l'imagination sont au centre des tendances de demain afin de retrouver un sens positif et créateur à l'idée d'habiter la Terre.
- ▽ bouleversement et changement de paradigme dans l'économie [du à la fin du pétrole bon marché, rareté des ressources, érosion biodiversité...] avec le développement d'une économie locale de proximité, de l'économie de fonctionnalité, de l'économie positive, de l'écologie industrielles de l'éco-innovation.
- ▽ Intégration de l'infiniment changeant dans notre rapport intellectuelle au monde, au climat, à la terre, à la vie. Au centre du débat, notre langage, notre logique, nos matériaux, nos espaces, nos démocraties,

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Terra Economica
- ▽ La Revue Durable
- ▽ Le Courrier International
- ▽ Sciences et Vie
- ▽ Nouvelle clé
- ▽ L'Hebdo

....

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ www.nicefuture.com
- ▽ <http://www.novethic.fr>
- ▽ www.alternatives-economiques.fr
- ▽ www.journaldelenvironnement.net
- ▽ <http://www.oecd.org/>
- ▽ <http://www.ashoka.org/>

et évidemment tous les multiples sites, blogs et réseaux de René Duringer !

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Mon jardin
- ▽ Le Bouthan
- ▽ Californie

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ La belle verte
- ▽ Avatar

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ « Embarquement pour Citerre » de Marie Martin-Pécheux
- ▽ « Il y aura l'âge des choses légères » de Thierry Kazazian
- ▽ « Le plan B » de Lester R. Brown
- ▽ « Le marketing éthique » de Elizabeth Pastore-Reiss et Hervé Naillon
- ▽ « Six degrés : que va-t-il se passer ? » de Mark Lynas

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Dominique Bourg
- ▽ Robin Cornelius CIO de Switcher SA
- ▽ Joël Larouche, architecte belge [<http://www.eclojoly.net/acteurs.html>]

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Bouillonnement
- ▽ Créativité et eco-innovation
- ▽ Participativité
- ▽ Vision positive, durable et désirable
- ▽ Métamorphose

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS [TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES,] INSPIRANTS [, DECALES, ...] QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Dubrovnik
- ▽ Findhorn
- ▽ Les Pouilles

Le Storytelling de Michèle Drechsler

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Drechsler

Prénom : Michèle

Fonction : Inspectrice de l'Education Nationale

Organisme/Firme : Education Nationale

Blog[s] / site[s] : <http://www.logiciels-libres-tice.org/>

<http://fr.linkedin.com/in/mdrechsler>

Ouvrages : Chapitre Revue Terminal *Michèle Drechsler*, Creative Commons dans le paysage éducatif de l'édition, rêve ou réalité ?, *Terminal* n° 97-98.

Mail [optionnel] : michele.drechsler@gmail.com

Votre pays / ville : France, Metz

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Label : prospectiviste

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Parcours professionnel

Michèle Drechsler travaille dans l'éducation nationale depuis presque 30 ans. Après avoir été enseignante, formatrice au Centre Transfrontalier avec la mission de développer des formations-binationales avec le Land de la Sarre et Land de la Rhénanie-Palatinat. Elle a choisi de devenir cadre en passant le concours national des IEN [Inspecteurs de l'Education Nationale] en 2001. Inspectrice de l'Education nationale depuis 2001, elle a été chargée de différentes missions départementales en Moselle :

- Mission TICE et ENT
- Mission ELCO [enseignement des langues et cultures d'origine]

A côté de ses activités professionnelles, elle a été « auteur » d'un module d'ENT libre avec la société CAPTIC. Elle a conçu des solutions intégrant le partage de la connaissance en ligne, l'indexation sociale des ressources pédagogiques en ligne en direction des écoles primaires, en 2006. Elle s'investit dans le domaine des logiciels libres pour l'Education depuis 2005.

Elle a travaillé à l'INRP du 01 septembre 2007 au 31 Août 2009 où elle s'est investie pour le projet innovant « Innovative schools » mené avec le Standford Research Institute de Washington. <http://eductice.inrp.fr/EducTice/partenariats/innovative-schools> de l'Université de Washington. http://sri.com/focus_areas/education.html Elle a également travaillé dans le service de la veille scientifique et technologique à l'INRP.[Institut National de Recherche pédagogique]

Parcours universitaire :

Michèle Drechsler a soutenu sa thèse en sciences de l'information et de la communication. Son travail de doctorat s'est inscrit dans le prolongement de son DEA en sciences de l'information et de la communication passé à l'Université de Metz avec une option

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

complémentaire en « intelligence économique » [Université de Nancy] en 2002. Elle a également passé un DESS en 2003 à l'université de Limoges. [DESS « Communautés virtuelles et management de l'intelligence collective via les réseaux numériques »].

Mémoire de DEA:

« Quels changements induits par les TIC pour la formation professionnelle des enseignants face au paradigme du KM et des communautés de pratiques ? »

Thèse de doctorat:

« pratiques du socialbookmarking pour l'éducation. Affordances sémantiques, socio-cognitives et formatives ».

J'ai toujours essayé d'imaginer le futur de l'éducation en essayant de voir quels seraient les outils de demain qui faciliteraient les apprentissages, les organisations apprenantes, les formations formelles ou informelles des enseignants.

**DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ?
QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE,
DESIGN, ETC ???**

Je m'intéresse tout particulièrement à l'intégration des TICE pour l'éducation et la formation. L'approche socio-constructiviste des apprentissages avec Vitgosky, la prise en compte du connectivisme de G Siemens me permettent d'analyser le fonctionnement des organisations apprenantes et de mieux définir l'intelligence collective. Du *produsage* des ressources en ligne [Axel Brun] au social web facilitant la co-construction des connaissances en ligne, nous avons de nouveaux dispositifs pour apprendre, se former, travailler en ligne. Le numérique qui nous oblige à redéfinir la notion de document, apporte une nouvelle dimension pour l'instructionnel design qui se retrouve ainsi renouvelé en pédagogie.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

J'aime rencontrer les innovateurs et travailler sur les projets innovants, accompagner les conduites du changement. J'ai participé au projet « innovative schools » en partenariat avec SRI [Stanford Research Institute]. <http://eductice.inrp.fr/EducTice/partenariats/reportyear1> J'ai découvert la méthode des 6 i. "It is intended as a "framework for decision making that guides each school in finding the right answers for that particular school."4 Each "i" refers to a step in the reform process: introspection, investigation, inclusion, innovation, implementation, and insight".

Je renouvelle mes connaissances quotidiennement en assurant une veille autour de l'éducation. Pour ce faire, j'utilise les outils sociaux du web : socialbookmarking pour l'éducation, microblogging avec des possibilités de recherche d'information en temps réel. J'ai organisé des fils rss, pour avoir à disposition les mises à jour des sites de l'éducation, sur un même portail.

J'aime rencontrer « mes amis » de FB en ligne, décoder ce qui se passe dans le monde à partir de leurs murs. J'aime assister « in situ » à des colloques qui sont pour moi, de nouveaux moyens pour se former en offrant des possibilités de rencontres inédites, les échanges variés

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Je suis impliquée quotidiennement dans des réseaux sociaux. Par exemple, je suis une utilisatrice de FB et je contribue régulièrement sur mon mur ou ceux de mes amis. Les regards croisés sur des faits, des ressources affichées, commentées, alimentent ma réflexion. Comme je le précisais dans ma thèse, on peut entrevoir là un champ instrumental collectif sur les ressources disponibles nous permettant d'élargir notre connaissance sur des concepts, des faits....

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Il faut suivre l'actualité et être capable de dépasser les tendances pour en trouver de nouvelles. Il faut savoir prendre du temps pour observer et aiguiser son sens de la critique. Il faut garder son originalité et ne pas craindre de se démarquer. Avoir un œil nouveau sur le monde qui nous entoure est important.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

- ▽ Les deux à la fois, le cerveau gauche et droit.
- ▽ Intuitif et créatif
- ▽ Prédilection : avoir une fluidité mentale, et être capable d'avoir plusieurs démarches pour décrypter le monde.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Les trois tendances sont envisagées.
Horizon de prédilection : pouvoir se donner les moyens de suivre son cap.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Il faut vérifier les sources, croiser les informations, avoir un œil critique.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

« Comprendre les tendances, c'est percer les mécanismes de l'imitation, de la diffusion des goûts et du rôle de marqueur social qu'ils peuvent jouer. C'est surtout analyser l'articulation entre l'individu et le corps social ». Guillaume Erner

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Le marketing
- ▽ L'économie,
- ▽ La psychologie.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Pour détecter les tendances émergentes qui feront la consommation de demain et pour les intégrer à votre stratégie d'innovation, Ipsos Marketing a mis en place le dispositif **Trend Action™**.

<http://www.ipsos.fr/InsideIpsos/content/2387.asp?rubId=39>

« Mettre en lumière les conflits et les enjeux internes associés à l'objet d'étude, et de mettre les motivations intimes au cœur du processus de décision ».



EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Donner accès à une vision prospective et transversale des évolutions des mentalités et des comportements.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Artistes,
- ▽ Universitaires
- ▽ Enseignants

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Toutes les technologies de veille informationnelle.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Formation continue à distance
- ▽ Accompagnement scolaire intégrant les TICE.
- ▽ Mobiles et éducation, réalité augmentée

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Education et management
- ▽ Educause
- ▽ Magazine Ties <http://www.tiesmagazine.org/>
- ▽ revue ACM e-learn <http://elearnmag.org/>

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ <http://www.demainlaveille.fr/>
- ▽ Observatoire des tendances
- ▽ <http://tecfaseed.unige.ch/door/>

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ USA Boston
- ▽ Australie
- ▽ Ontario
- ▽ Québec
- ▽ Taiwan

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Avatar
- ▽ Capitaine Sky et le monde de demain
- ▽ Les visiteurs

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Intelligence collective, pour une anthropologie du Cyber-Espace, Pierre Lévy ; Paris, La Découverte, 1994
- ▽ Traité de la documentation, Paul Otlet, 1934
- ▽ Comment le Web change le monde, l'alchimie des multitudes, Pisani F ; Piotet, 2008
- ▽ Les foules intelligentes, Paris, Eds M2 Rheingold H
- ▽ From production to produsage, Blogs, Wikipédia, Second life and Beyond P. L, 2008

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Pierre Lévy
- ▽ Tim Berners Lee
- ▽ Axel Bruns

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

intelligence_collective Web_sémantique réseaux_sociaux Education_numérique
Maîtrise_Information

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Shanghai
- ▽ Tokyo,
- ▽ Al Salam City

Le Storytelling de Marianne Dekeyser ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom DEKEYSER
Prénom Marianne
Fonction Directeur
Organisme/Firme SUNIDEE FRANCE
Blog[s] / site[s] www.lesideesquiparlent.blogspot.com
Ouvrages
Mail [optionnel]
Votre pays / ville FRANCE

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Je suis capteur d'idées neuves.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Très tôt dans l'enfance, soumise à différents chocs et découvertes artistiques de tous bords, pas de zone de confort : le nouveau et ce qu'il peut apporter comme valeur ajoutée est devenu un appel...d'air évident pour moi.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Tout car les cloisons n'existent plus. Une tendance forte dans un domaine se diffusera dans les autres domaines. De fait, je ne suis pas une experte d'un domaine ou un autre, mais je reste pluri-vigilante. J'ai développé cette capacité à repérer ce qui pourrait faire sens sur plusieurs domaines.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Il s'agit d'un travail qui se fait automatiquement et inconsciemment. Il faut beaucoup s'abreuver de stimuli extrêmement différents. C'est comme si une petite lampe s'allumait dans la tête et stockait automatiquement une idée pour la combiner à une autre ultérieurement.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La vraie vie en définitive : le métro, les affiches publicitaires dans la rue, une boutique...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Je ne suis pas « chasseuse de tendances » en tant que telle mais je dirais : Tout d'abord l'envie de découvrir, le courage d'oser sortir en permanence de sa zone de confort [et pas uniquement en restant collé à son écran d'ordinateur]. Puis apprendre à lire, à choisir et à connecter les informations. Il existe des formations en prospectives très reconnues, aucune en « tendances/décrypteur » ce qui contribue au flou artistique de cette fonction qui recouvre, de plus, des réalités très différentes.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

La principale prédisposition concerne l'envie, pour le reste c'est un long travail comme pour n'importe quelle autre discipline. Il faut apprendre à fonctionner à « cerveau total » comme dirait Hermann car une idée ne vaut rien si elle ne se connecte pas ou n'entre pas en résonance avec un contexte [marché, pays, société...].

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Court et moyen terme [ceci est clairement dû à mon activité].

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Je suis une base de données de 500 sources principales, 30 sont réellement pertinentes. Pourquoi, parce qu'il existe effectivement un effet d'écho, de pseudo informations etc...
Premier critère : le sérieux de la source, qui n'est pas forcément lié à la notoriété mais plutôt en quoi tel point de vue peut-il être pertinent ?
Deuxième critère : la rigueur de l'analyse et la vision inédite.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Selon moi, la tendance est plus que jamais liée à la notion d'événements qui vont être signifiants ou non dans un premier temps, et dont découleront des nouveaux comportements, de nouvelles représentations, de nouvelles attentes dans un second temps.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Aujourd'hui : Mode, Beauté, Alimentaire.
- ▽ Demain : Automobile et transports en général, Services.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

ÊTRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

L'innovation incarne l'école de l'humilité sur cette question car il faut posséder en même temps la capacité à voir loin et court : seul le bon concept au bon moment au bon prix et à la bonne cible. Par moment, il faut « être » follower intelligent sur certains aspects [reformuler ou rediriger des idées qui vont faire sens dans un écosystème existant] et être en avance sur d'autres [mettre en œuvre l'idée avant-gardiste et l'écosystème lié pour garantir le succès]. Si l'on prend l'exemple des théories sur l'environnement où tout était déjà dit dans les années 70s, la vision long terme était déjà établie. Il a fallu attendre plus de 30 ans pour que les représentations communes commencent à évoluer et encore, beaucoup de pressions restent nécessaires pour que l'écosystème ambiant permette l'adoption de nouveaux comportements.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

L'entreprise intuitive aujourd'hui gouvernée par le cerveau droit. Les tendanceurs ne savent pas encore parler aux entreprises « cerveau gauche » parce que le discours est trop centré sur le concept ou trop abstrait. Il y a de nouveaux espaces de marchés à conquérir.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Richard Texier
- ▽ Frères Bouroullec
- ▽ Lipovetski

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Forums de discussion
- ▽ Blogs
- ▽ Revues avant-gardistes [quelque soit le domaine]
- ▽ Les salons

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Individus : à la recherche du bonheur perdu
- ▽ Après la taylorisation, nous allons assister à un grand changement du concept-même d'entreprise.
- ▽ Comment une société qui vieillit peut-elle rester jeune ?

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 à 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Monocle
- ▽ ArtPress
- ▽ Good Magazine
- ▽ Art Travel
- ▽ Ekwo
- ▽ En alternance Revue Futuribles, Esprit, Revues Gallimard [NRF, Le Débat...]

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Good
- ▽ Future Concept Lab
- ▽ IDRIS MOTEE
- ▽ JIM CAROLL
- ▽ Shaping tomorrow

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS [PHYSIQUEMENT OU VIRTUELLEMENT] OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Amsterdam
- ▽ UK
- ▽ Japon/Asie

Vos 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority Report
- ▽ Denise au téléphone
- ▽ Bienvenue à Gattaca

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ J'ai vu finir le monde ancien d'Alexandre Adler
- ▽ Regis Debray Vie et mort de l'image
- ▽ 80 hommes pour changer le monde Sylvain Darnil et Mathieu Le Roux
- ▽ Qui a piqué mon fromage de Spencer Johnson
- ▽ BD d'Enki Bilal et de Jodorowski

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Adler,
- ▽ George Stalk...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Intrapreneur
- ▽ Transition des représentations
- ▽ Intelligent
- ▽ Co
- ▽ les 70's augmentés

[tout ce qui se faisait en matière de communautés alternatives ou de comportements alternatifs revient déjà sur le devant de la scène et va prendre de plus en plus d'ampleur].

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Le Super Club à Amsterdam
- ▽ Le Comptoir Général à Paris
- ▽ La FIAC

Le Storytelling de Béatrice Mirrione ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Mirrione
Prénom Béatrice
Fonction conceptrice d'évènements
Organisme/Firme béatitude
Blog[s] / site[s]
Mail [optionnel] cdcbea@free.fr
Votre pays / ville France

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Autodidacte, Early adopter, détecteur d'influences créatives, précurseur, électron libre, observateur de l'air du temps.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

La sérendipité, est mon mot clé.

- ▽ 1955 / Naissance en Tunisie
- ▽ 1960-1967 / Vie en Algérie
- ▽ 1968 / Arrivée en France,
- ▽ 1969 Formation d'institutrice école normale, dernière promotion à entrer au niveau de la seconde
- ▽ 74,75,76 / Enseignante en école expérimentale [jacques cartier à Evry ville nouvelle]
- ▽ 77 / Année sabbatique en Afrique noire : côte d'ivoire
- ▽ 78,79 / Enseignante en institut médico pédagogique dans le sud de la France
- ▽ 80 / Premier changement, ouverture d'une herboristerie agrémentée de fleurs séchées
- ▽ Stages tant en France qu'en Hollande alors à la pointe des sujets. Les fleurs prennent le pas sur les herbes médicinales
- ▽ 87 / Second changement, premier mariage, installation à Saint-Tropez, des fleurs séchées aux fleurs artificielles puis aux fleurs fraîches, je fais des stages avec Christian Ninin barrus [frais] et Emilio Robba [artificiel] ils renouvellent chacun, à cette époque, le genre dans leur domaine. Voyages à New-york et Londres pour intégrer les tendances.
- ▽ 90 / De bouquets en centres de tables, la clef des champs est devenue incontournable à Saint-Tropez. Je crée les premières soirées à thème pour une clientèle internationale, à une époque où les mots même d'évènementiel ou de party-planner n'existent pas vraiment en France. Je vis entre Saint-Tropez et Paris et travaille essentiellement à l'étranger concernant les soirées.
- ▽ 98 / Divorce, vie à Paris à plein temps, je me repositionne en tant que conceptrice d'évènement et ne travaille plus que pour mes clients étrangers. Ma clientèle se réduit à une clientèle d'hyper-luxe qui me consulte en tant que conseil et coordinatrice pour leurs évènements privés ou institutionnels
- ▽ 2001 à 2004 / Je partage mon temps entre Paris et Marrackech
- ▽ 2004 à 2009 / Mariage avec l'artiste Dominique Bordenave, vie à Paris à plein temps, Réalisations à l'étranger [Suisse, Grèce, Royaume-Uni]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

- ▽ 2010 / Départ de Paris pour aller vivre en Avignon, sur une île, l'île de la Barthelasse.
- ▽ projet 2011 / Créer un lodge de luxe d'inspiration africaine et adopter la green attitude, en faire un lieu d'échange pour recevoir clients, artistes, créateurs,

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

- ▽ Luxe,
- ▽ Habitat,
- ▽ Décoration,
- ▽ Mode,
- ▽ Nouvelles technologies

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Décoder ce qui se passe dans la rue, voyager, observer les modes de vie autour de moi, échanger avec les profils les plus divers, scruter le web mais privilégier le contact, survoler les revues, bouger en permanence, sentir le courant

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Les vêtements reflètent des personnes, le monde de la nuit qui réunit incognito des personnes d'horizons différents, la pub, la récurrence

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Avoir une formation généraliste solide, ne rien savoir de particulier pour ne pas être formaté, tout apprendre au jour le jour, survoler pour regarder de haut, glisser sur la surface des choses, changer de points de vue en permanence

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Ouvert, curieux, sans préjugé, intuitif essentiellement.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Vivre en dehors de la ville tout en étant à proximité et connecté au monde [transports rapides, internet...], échanger un maximum avec les autres, privilégier le contact tant virtuel que réel.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Survoler, ne pas s'arrêter, avoir un esprit critique et analytique.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

En 2010 la tendance sera certainement une réflexion de fond sur une façon d'appréhender la vie, je sens plus cela comme une mutation que comme une mode. Les tendances seront moins éphémères et exprimeront une vision à plus long terme, elles mettront plus longtemps à se mettre en place. Des choix devenus nécessaires par la prise de conscience globale de la gestion de notre planète.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Le luxe, l'habitat, le tourisme
- ▽ L'industrie, l'agriculture

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Ne pas avoir peur, ne rien vouloir posséder à vie [amour, travail, habitat...], prendre des risques, bouger, vivre au jour le jour et surtout faire que chaque jour soit beau pour soi et pour les autres

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Le designer Phillippe Starck pour sa vision globale du « bon » et sa capacité à la mettre en œuvre pour tous

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Le web en général

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- noires :
- + de sdf
- + de différence sociale
- = une nouvelle révolution

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 à 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

en France :

- ▽ Beaux-Arts magazine,
- ▽ Courrier international,
- ▽ Elle,
- ▽ Ideat.

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

FB, Saint-loup's secrets and lies, Maison à part

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

Partout de la ville à la campagne, ou que ce soit dans le monde

Vos 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Plutôt noirs, de Brazil à Blade runner en passant par Le cuisinier, le voleur sa femme et son amant

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ La geôle de shelby
- ▽ Derrière la porte de Anita Reyes

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

Al gore

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ pour vivre heureux vivons cachés
- ▽ simple-bon-
- ▽ partage

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ La folie et le non sens de Dubaï

Le Storytelling de Solange Saint-Arroman ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom SAINT-ARROMAN

Prénom Solange

Fonction DG

Organisme/Firme Y .POLE

Blog[s] / site[s] www.ypole.com , Blog : avec la sortie du livre !

Ouvrage « Prospective opérationnelle & Innovation » à sortir avant juin...

Mail [optionnel] ssa@ypole.com

Votre pays / ville PARIS/FRANCE

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Je n'aime pas les « cases », c'est en partie à-cause de ces classifications, sectorisations, que notre société est en panne. Je ne me situe pas, j'évolue.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

En travaillant avec les tendances de la mode pendant de longues années, puis un jour, intégrant le côté institutionnel de la mode, je découvrais finalement la superficialité de ce système et à la fois son côté économique. L'alliance des deux donnait à mon sens de mauvais résultats par un effet de caricature des vraies tendances, ce qui les dissimulait aux yeux des industriels. Pendant ce temps là, l'industrie textile sombrait, alors que dans d'autres pays elle restait stable. Il fallait partir à la fois de la réflexion de fond, de l'environnement mondial, de l'observation de la recherche fondamentale, des innovations technologiques, des données économiques, des comportements sociétaux, et de l'observation des signes, sans oublier les mutations des esprits... Le croisement de domaines complexes qui menaient à des choix pour le futur menant à l'action, autrement dit La Prospective. Mais cela ne me suffisait pas, ayant l'habitude de mener l'action en entreprise, il fallait aussi les solutions immédiates, et puis aboutir à la mise en œuvre et à la réalisation. Ainsi pour moi « La Prospective Opérationnelle » prenait tout son sens et débouchait sur l'Innovation qu'elle mettait en mouvement, et je pouvais aller jusqu'à l'aboutissement réel des projets.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

La transversalité étant de mise : tout.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Un très bon réseau de chercheurs et de curieux, de médecins et de psy, d'économistes et d'autres prospectivistes, de polyvalents à la réflexion profonde, d'architectes, designers et plasticiens, bref, toute sorte de profils avec lesquels j'échange de façon journalière par mail. Observer, écouter, repérer... Tout est bon, l'esprit doit être en alerte constante.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Tout ce qui vient à mes oreilles, tout ce que je perçois, et le quotidien des autres, de tous âges... et dans tous les pays, et puis l'actualité mondiale que je confronte sans cesse à des domaines, soi-disant non-concernés.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Travailler dans une bonne équipe à taille humaine qui a l'esprit ouvert et qui réalise des projets innovants. C'est ce qui permet d'acquérir le plus d'expérience et qui socle l'avenir professionnel sur une motivation très solide et permet d'avoir d'abord la capacité d'initiative, puis de devenir entreprenant. Car à ce niveau il faut parler non de travail mais de vocation.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Il faut de préférence être intuitivo-déductif, c'est-à-dire avoir la capacité d'utiliser les deux cerveaux simultanément. Le développement de tous les sens et d'un émotionnel puissant, et bien trempé est un plus considérable. Mais ensuite, pour appliquer, il faut être structuré, organisé, réactif.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

C'est faire de la prospective suivie immédiatement de la rétro-prospective. Cela permet de couvrir efficacement et bien souvent sans se tromper, toutes les échelles de temps et surtout de faire une planification de projets qui entraîne au succès.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Toujours retourner aux sources, toujours croiser les informations, toujours valider la pertinence des contenus. Donner toute son importance au Sens.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Le problème de la « Tendance » c'est qu'elle se base uniquement sur des axes linéaires de l'actualité dont on sait que la courbe va se poursuivre, si ce n'est ascendante au moins horizontalement. Mais les phénomènes de rupture sont actuellement nombreux, parfois même imprévisibles. C'est en-cela que les tendances sont bonnes à observer mais nettement insuffisantes. Elles sont intégrées dans une démarche beaucoup plus large, et ce serait une erreur de parler de « tendance 2010 »... Face à un monde qui s'écroule, l'homme passe en mode réaction et doit compenser puis construire. Il faut donc une vision plus large et à plus long terme, tout en observant les phénomènes passés qui s'en rapprochent. C'est ce qui socle l'action et peut en rendre les résultats pérennes.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL AU DECODAGE OU A L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Ennuyeuse question. Le décodage des tendances étant nettement insuffisants, ils sont déjà dans l'erreur...

En réalité, les secteurs qui feront le plus appel disons « à l'anticipation des tendances » - ce qui est à mon sens une notion encore faible - sont ceux qui sont déjà en difficulté ou inquiets sur leur progression face à une volatilité de la consommation, à la découverte de dangers nouveaux et à l'écroulement potentiel des marchés face à la montée des pays émergents. On peut évidemment mettre en avant les secteurs de la mobilité, puis l'alimentation versus santé. Ces deux vastes secteurs en recouvrant bien d'autres comme les seniors, par exemple. Vient ensuite le secteur transversal des services qui ne comprend plus son client et ne sait comment l'aborder et qui baigne aujourd'hui dans un certain flottement ...

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

En général, les Groupes qui ont réalisé trop de fusions-acquisitions et qui, en perte d'identité, ont un besoin impératif de se réaffirmer sur leurs marchés mais aussi de développer de nouveaux espaces stratégiques. Ce faisant, ils se retrouvent face à des civilisations dont ils ne perçoivent pas encore bien les fondements ni les orientations s'ils ne sont pas implantés de longue date. Mais les « tendances » sont loin de leur suffire...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC.

3 ??? C'est trop injuste... Trop limité...

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Internet avec les réseaux, les blogs, les outils collaboratifs.
- ▽ Les technologies de dématérialisation qui arrivent.
- ▽ Les technologies de conservation de la mémoire [les données] qui posent problème.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Les technologies des ondes qui recouvrent d'immenses secteurs.
- ▽ Les nouvelles technologies de mobilité au sens le plus large.
- ▽ La nouvelle biologie qui va faire évoluer la médecine.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

COURRIER INTERNATIONAL

Les revues scientifiques :

- ▽ Biofutur,
- ▽ EfferveSciences,
- ▽ La Recherche,
- ▽ Sciences & Avenir
- ▽ GEO,
- ▽ XXI, etc.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Aucun : je navigue. Est-ce que je vais voir les mêmes ? Certainement ceux de mon réseau, mais il y en a plus que 5, et là aussi, il serait injuste de n'en mentionner que 5.

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

Le grand air... la mer... la forêt, les cités anciennes, là où je peux aller....

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Difficile de se limiter à 6, car il y a des axes différents, mais aucun n'a la capacité de montrer un équilibre entre ces axes, ce qui se révélerait très intéressant :
Peut-être, Le 5ème élément, Minority Report, La belle verte, Matrix, Dune.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ « LES » ouvrages de Fritjof Capra,
- ▽ « LES » ouvrages d'Etienne Guillé,
- ▽ « LES » ouvrages de Ruppert Scheldrake,
- ▽ « Patience dans l'Azur » de Hubert Reeves,
- ▽ « Formes et Forces » de René Huygues,

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

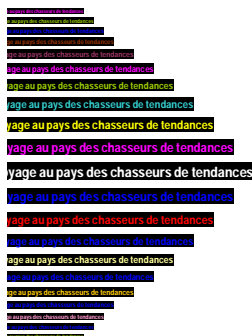
- ▽ Patrick VIVERET,
- ▽ Dominique MOISI,
- ▽ Thierry GAUDIN

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Mobilité
- ▽ Conscience [pour aller plus loin que « Ethique »]
- ▽ Seniors et actifs
- ▽ Dépollution
- ▽ Les nouveaux échanges

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ La plongée dans certains livres
- ▽ La discussion avec certains amis
- ▽ L'introspection à Saint-Malo ou à Sens



VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

▽ Le Storytelling de Vincent Grégoire	page 97
▽ Le Storytelling de Johann Ouaki	page 103
▽ Le Storytelling de Dominique Cuvillier	page 109
▽ Le Storytelling de Grégory Sant	page 114
▽ Le Storytelling de Stéphane Galienni	page 119
▽ Le Storytelling de Pierre Fraser	page 122
▽ Le Storytelling de Laurent Marcoux	page 127
▽ Le Storytelling de Thierry Gaudin	page 132
▽ Le Storytelling de Stéphane Dangel	page 136
▽ Le Storytelling d'Yves Lusignan	page 142
▽ Le Storytelling d'Emmanuel Racca	page 148
▽ Le Storytelling de Matthieu Bourguignon	page 152
▽ Le Storytelling de Jean-Yves Prax	page 158
▽ Le Storytelling de Geoffrey Delcroix	page 162
▽ Le Storytelling de Charles Wassmer	page 167
▽ Le Storytelling de François-Xavier Alexsens	page 171
▽ Le Storytelling de Georges Fulgencio	page 175
▽ Le Storytelling Jean-Lou Bourgeon	page 180

Le Storytelling de Vincent Grégoire ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Grégoire
Prénom : Vincent
Fonction : Directeur Art de Vivre
Organisme/Firme : Nelly Rodi
Blog[s] / site[s] : <http://www.nellyrodi.com>
Mail [optionnel] :
Votre pays / ville : Paris France

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

L'appellation à utiliser va varier selon le public auquel on s'adresse. « Chasseur de tendances » est un vocable compréhensible par le grand public, le plus grand nombre. En fait personne ne visualise vraiment l'expertise qu'il y a derrière ces différents vocables. Pour les clients de l'agence Nelly Rodi l'intitulé exact c'est « Conseil en prospective et stratégie ». La compréhension va varier d'un manager à l'autre, selon l'entreprise. Parfois on fait des complexes sur le nom de chasseur de tendances, on tourne autour de ces sujets. Faut-il se caler sur un modèle occidental ou américain ? Il y a une multiplicité des noms et chacun veut avoir une appellation unique. Cela semble légitime d'avoir sa propre dénomination, de cultiver sa différence, d'avoir sa propre identité.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

J'ai eu la chance de grandir à Rennes dans les années 80 en pleine effervescence, où cela bougeait. Mes parents ne voulaient pas que je m'oriente vers la mode, pas assez noble. Au moment j'ai commencé mes études d'architecture, je ne savais pas que les bureaux de style existaient. Parallèlement à des études d'architecture intérieure, j'ai remporté des concours et j'ai bossé à côté de l'école. Mais j'ai été frustré car mon rôle était cantonné dans une « boîte », et je ne devais pas savoir à qui mon travail était destiné : il manquait un travail de direction artistique, je n'étais pas associé à l'environnement pour le « client final ». Les produits m'échappaient quand il fallait les mettre en scène. Or, j'ai envie d'avoir mon mot à dire sur le avant et l'après des produits, le contexte global dans lequel les produits peuvent vivre. Etre cantonné dans une boîte m'a toujours gêné. Une création doit toujours s'insérer dans un environnement. On ne dessine pas des chaussures, juste pour le plaisir de dessiner. Il faut tenir compte des modes de vie.

J'ai eu la chance de rencontrer Nelly qui m'a fait connaître le territoire des bureaux de style. Les process m'intéressaient. On m'a expliqué comment mener une réflexion avec le positionnement, l'identité, le marketing, l'approche communication, le consommateur, etc

L'agence n'a pas un rôle de créateur, mais plutôt d'être associée aux process de création chez ses clients, mettre des garde fous, baliser le chemin créatif. Nous ne sommes ni un bureau d'achats, ni un bureau de design, ni un bureau d'études quali ou quanti, ni un bureau de presse, même si on peut être pacé avec ces spécialistes. Cela fait 19 ans que je fais ce métier au sein de l'agence Nelly Rodi.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

A l'agence on a déposé notre marketing style avec plusieurs noyaux. Il y a plusieurs noyaux dans notre process, plusieurs regards :

- ▽ La première étape, c'est l'échange avec des experts dans leurs domaines : sociologues, spirituels, anthropologues, philosophes, scientifiques, politiques, économistes, qui parlent de leur métier, des sujets sur lesquels ils travaillent, de leur vision à 10 ans. Donc on a une première somme d'informations très pointues à l'issue de ces conversations, avec un certain niveau d'abstraction.
- ▽ Ensuite il y a un travail de veille [mode « radar on »] et on pêche des tas de choses. On essaye d'identifier ce qui nous dérange, ce qui nous perturbe et de faire abstraction de nos goûts. Il faut pour cela voyager. Cela peut être de la collecte d'images, de chiffres, une odeur, un visuel, une matière, des mots etc
- ▽ Enfin on travaille avec des sociétés d'études, donc des chiffres, avec des portraits de consommateurs à instant T, avec une volonté de se projeter. Les consommateurs ne savent pas ce qu'ils veulent, mais ils savent ce qu'ils ne veulent pas.
- ▽ L'autre étape c'est d'identifier tous les événements culturels qui auront lieu. Quels sont les événements qui auront une influence culturelle sur nos vies dans le futur. Il faut aller voir les musées, les ministères, etc pour connaître les grands événements. Est-ce qu'il y aura un pays à l'honneur ? Est-ce qu'il y aura une commémoration importante ? Il faut voir ce qui se passe du côté des maisons de production [films, musiques, tournées, etc]. Quels seront les coups de projecteurs particuliers prévisibles ? En effet, ces événements vont saturer les médias quand ils vont survenir.

Ensuite, il faut croiser toutes ces informations, les approches, afin de fournir 2 types de produits et services à nos clients :

- ▽ 1/3 Cahiers d'inspiration, de tendances, d'impulsion
- ▽ 2/3 Conseil personnalisé [marketing, R&D, plan de collection, guide d'achat, communication, scénographie, événementiel, positionnement de marque, merchandising, campagne de pub, etc]

Notre boulot est détecter les phénomènes de tendances que cela soit aussi bien au niveau du style, que des attitudes. Notre travail de décryptage est lié au couple inspiration/application, car il est important de pouvoir remonter les manches pour trouver des applications concrètes. Nous ne fabriquons pas les tendances, nous guidons les process. Nous sommes également un maillon d'influence. Quand on emmène un client sur une tendance, nous sommes naturellement un relais d'influence, en aidant à orienter les projecteurs.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Tout. C'est une usine de tri sélectif. On a 5 sens, et peut être un sixième ou un septième ! Il faut observer les façons de bouger, de parler, de communiquer dans la rue mais aussi dans les salons mondains... tout est prétexte à détection de choses qui donnent sens ! Il faut avoir le « radar sur on » partout où l'on va, en permanence, notamment dans la rue.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Quand on recrute, c'est un peu comme la légion étrangère : on ne pose pas de question sur le passé des gens... Il faut des gens curieux, en bonne santé [car c'est épuisant], ne pas avoir d'amour propre, ne pas avoir d'« a priori » ou des préjugés. On est dans un métier où l'on peut se contredire, être paradoxal, donc cela demande une certaine tournure d'esprit. On travaille pour les autres. Il y a une forte dimension pédagogique dans notre activité. On essaye d'ouvrir de nouveaux horizons. Les gens doivent être biphasés ou triphasés pour mélanger les cultures. Il faut savoir vendre une idée, s'engager pour convaincre et parfois on est entre le télé évangélisme et le télé achat, entre spirituel et commerçant. On raconte des histoires [storytelling]. On met des « trucs » bout à bout. On prend les gens par la main et les emmener quelque part. Il faut raconter la belle histoire. On est un peu des conteurs.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Une part nécessaire d'intuition, être plutôt passionné [limite hystérie ?], curieux, aimer les rencontres, les voyages. Et puis il y a un côté missionnaire, une forme d'engagement nécessaire quand on veut faire ce métier.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Court, moyen, long terme. Ensuite cela dépend des marchés, du client et de son code ADN. Tous nos interlocuteurs sont différents et à des niveaux différents. Nous sommes à la fois éducateur, missionnaire, médecin accoucheur.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Plus il y a d'infos et plus il y aura besoin de gens pour décoder, hiérarchiser les priorités. Tout est tendance en ce moment. On a besoin d'y voir clair. Cette marée d'infos c'est très bien. La peur du chasseur de tendances, c'est de manquer d'infos, donc ce n'est pas un problème ; au contraire cette surabondance : c'est une opportunité. Nous avons un besoin d'apprendre en permanence. La mission du chasseur de tendances c'est de servir de filtre, puis ensuite de redistribuer du contenu. On ne garde pas les infos pour nous, on les remet en forme, puis on partage. L'important c'est de travailler sur du concret : comment on va dormir demain ? Ce que nous allons manger demain ? Comment nous allons voyager ? etc

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Il n'y a pas une tendance, mais plusieurs tendances. Les tendances, c'est comme une bibliothèque où l'on pioche au gré des besoins et l'on reclasse les ouvrages selon différents critères. Nous vivons une époque formidable avec une superbe abondance. Maintenant tout le monde fait de la tendance, et c'est un vrai challenge pour tous les acteurs du monde de la tendance. Ce « bordel » [diversité des phénomènes de tendances] c'est stimulant.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Maintenant cela concerne tous les secteurs d'activités. Tout le monde essaye d'y voir clair et de définir son identité. Cela peut être aussi bien les centres commerciaux, le monde de la politique, les spiritueux, etc La tendance, cela ne se limite pas à travailler sur longueur de la jupe ou la prochaine couleur. Les tendances c'est avant tout un regard sur la vie. D'ailleurs, il y a un vrai problème d'image des chasseurs de tendances dans notre société. Tout le monde n'est pas au même niveau entre les bureaux de style structurés et des consultants free lance sur des niches.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

En fait tout dépend du niveau de culture et d'attente de l'interlocuteur. Les clients n'apprécient pas le mot tendance de la même façon. Ainsi en France, la tendance c'est ce qui est du ressort de la marginalité, de la dissidence, du signal faible, du bizarre, de l'étrange [limite barré], du particulier, de l'usage rare. Aux Etats-Unis, la tendance c'est quand tout le monde va porter le même vêtement et que cela marche. Donc il y a une demande aussi bien pour l'hyper prospectif / scénario du futur / hyper pointu versus la confirmation d'un état des lieux commerçant pour s'inscrire dans une forme d'air du temps consensuel. Par contre, la tendance, pour la tendance cela ne sert à rien. Toutes les approches sont compatibles, il n'y a pas de tendances en valeur absolue.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Il y a quelques temps, l'interlocuteur du bureau de style, c'était le directeur d'un département type communication, R&D, innovation, marketing, etc Maintenant, le décideur c'est le top management.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC.

Parfois des gens ont à un moment donné des choses à dire, et puis plus tard plus rien du tout. Il ne pas tourner sur le même cénacle, il faut du sang neuf. Attention aux univers trop consanguins.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC. ?

Cela est venu se rajouter à notre panoplie d'outils : appareil photo, enquêtes, etc C'est un moyen supplémentaire pour avoir de l'information. Donc il faut continuer à aller sur le terrain observer les gens. Les réseaux sociaux, cela vient en plus. Et puis la projection dans le futur ne doit pas nous faire oublier nos racines culturelles et économiques. Travailler sur les tendances implique aussi un travail d'archéologue, une maîtrise de l'histoire de l'art. Attention aux phénomènes d'amnésie. Il faut aussi avoir une grosse culture générale : sciences et techniques, politique, économie... pour savoir replacer les tendances dans leur contexte.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

On va voir émerger des valeurs autour de l'humanisme, du moi-nous, du partage, du respect... plus de solidarité d'intelligence, de sens, de charitable. Cette nouvelle structure évolue avec en parallèle son paradoxe, un effet double ou diphasé. Plus de désobéissance civile, d'ironie, de décalage, de lucidité, de « méchanceté », de transgression, de rébellion. Reste à savoir comment ces énergies vont se transformer.

La nouvelle génération se fabrique une nouvelle forme d'ordre moral avec une sémantique où l'on parle de fidélité, d'engagement, de vertu, de principes moralisateurs. La nouvelle génération réclame de nouveaux repères, car les figures traditionnelles d'autorité ont disparu. Ils inventent d'autres formes de pouvoir et d'autorité basé sur le réseau, dont pas spécialement liés à la force. Ils reconstruisent des repères statutaires. Il est probable que s'ils n'obtiennent pas de satisfaction du système alors ils adoptent des comportements pirates / dissidents. Donc plus de clandestin, de subversif, d'insidieux.

Pas vraiment d'affrontement direct entre génération ou de genre, car ils [la new generation] vont tout prendre mais avec un grand sourire !

On observe des mutations impressionnantes dans les rapports fille/mère ou fils/père. Plus que jamais il se passe des phénomènes intéressants dans la cellule familiale. Les nouvelles filles girl power utilisent à fond la séduction [exagération des codes masculins avec l'hyper féminité]. Les pères ces héros fatigués s'accrochent à des valeurs machistes, mais avec une forme de dandysme sensuel. Aujourd'hui encore nous sommes dans une époque trop de consensuelle, même si en arrière plan la crise tout azimut est présente. Aujourd'hui les « seniors » ont le pouvoir, mais il est possible que les baby boomers seront surpris car les nouveaux entrants vont se battre avec des armes technologiques, et l'idée que tout doit être libre... Plus de Stephen King dans le futur, avec quelques saignées ?

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Tout. On ne trouve pas directement les tendances dans la presse. Ce n'est qu'une information parmi tant d'autres pour le chasseur de tendances.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Tout.

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ La Corée, car ils sont à l'intersection de plusieurs mondes
- ▽ Le Brésil
- ▽ Le Canada
- ▽ La Turquie
- ▽ L'Australie
- ▽ L'Afrique du Sud
- ▽ Las Vegas

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Je vis dans l'instant, donc je ne m'attache pas à un film spécifique.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Je n'ai pas d'ouvrage de référence, je suis curieux de tout.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

Je suis plus bluffé par un chorégraphe ou un scénographe que par un conférencier, car il y a plus de messages qui passent. Et puis le problème de certains conférenciers, c'est parfois qu'ils tournent en rond, ils sont trop gourous. Certes il y a des grands conteurs, mais il faut distinguer la forme et le fond... Et puis j'ai peut être pas encore rencontré les bonnes personnes ???

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Glumour [mot à tiroir, conjonction de glamour et d'humour, à dimension wharolienne]

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

3 lieux pour des expériences marquantes :

- ▽ L'hôtel Rough à Londres
- ▽ Festival du Burning man [www.burningman.com] dans le désert du Nevada
- ▽ Las Vegas

Le Storytelling de Johann Ouaki

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : OUAKI

Prénom : Johann

Fonction : Planneur Stratégique

Organisme/Firme : Indépendant

Blog[s] / site[s]

Ouvrages : Je travaille actuellement sur la rédaction d'un ouvrage dont le sujet est encore confidentiel mais dont le thème principal est lié à la créativité. Plus d'informations très prochainement ... !

Mail [optionnel] : johann_ouaki@yahoo.fr

Votre pays / ville : France / Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Venant du monde des agences conseils en communication, le titre le plus approprié à mon activité est celui de planneur stratégique. Dans le processus de création publicitaire le travail du planneur se situe en amont de la création. Une fois briefé, le planneur doit trouver un angle d'approche suffisamment actuel, juste et créatif pour inspirer la création qui travaillera à partir de la copy établie par le planneur.

Je me positionne aujourd'hui comme un générateur d'idées : détecter et analyser les tendances pour générer des positionnements, des idées, des concepts...

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Après des études d'économie et de communication marketing à Dauphine j'ai intégré une agence de communication en tant que planneur stratégique. J'exerce aujourd'hui en freelance et travaille pour le compte d'agences de plusieurs spécialités. C'est ma curiosité qui m'a d'abord orienté vers cette fonction. C'est un métier qui permet d'apprendre en permanence sur un tas de sujets liés aux comportements humain.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Je n'ai pas de spécialité à proprement parler, j'effectue un travail de veille permanent sur un spectre très large. Par contre je nourris personnellement une affinité particulière pour l'univers du design et de l'habitat. L'évolution de la structure de nos habitations, des usages domestiques et de la décoration sont des thèmes de réflexion passionnants. Observer, analyser et comprendre comment et pourquoi nous organisons et décorons notre lieu de vie est révélateur de beaucoup de choses ! Je m'intéresse aussi de plus en plus à l'entertainment et à la manière dont nous exploitons notre temps libre.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Un peu tout ça à la fois ! L'idée c'est vraiment de garder l'œil ouvert sur ce qui se passe. Que ce soient les projets de vacances de vos amis, les envies de reconversion professionnelle de vos collègues ou encore la musique qu'écourent vos voisins ! Il faut être réceptifs aux signaux là où ils se trouvent, c'est à dire partout ! Se perdre dans les rayons d'une librairie, observer les passants depuis la terrasse d'un café, lire la presse, surfer sur le web ...

Voyager est aussi un très bon moyen de comparer les habitudes de vie et de consommation. C'est une super source d'inspiration. J'essaie aussi de suivre autant que possible les résultats d'études et autres données statistiques qui peuvent aussi fournir un bon support de travail.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELLES SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Encore une fois il est essentiel de rester attentif à tout ce qu'il se passe autour de vous : la manière dont les gens s'habillent, les habitudes qu'ils prennent au quotidien ... mais aussi les sorties cinéma, la télévision, les meilleures ventes en musique etc

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

L'atout majeur d'un chasseur de tendance c'est selon moi sa curiosité et sa capacité à faire confiance à son instinct. Ce n'est pas une science exacte, il est donc important de se faire confiance et de prendre des risques. Il faut aussi savoir rester attentif à l'évolution des signaux pour rectifier et réorienter son analyse.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Avoir du flair et savoir écouter son intuition sont deux compétences indispensables. Savoir se servir de l'hémisphère droit de son cerveau est donc très important.

Mais l'information brute est souvent peu exploitable, il faut réussir à l'analyser. L'hémisphère gauche est donc tout autant important.

Certains seront de bons détecteurs de signaux, d'autres seront meilleurs pour les traduire ... chacun son truc !

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Je travaille principalement à court terme. Mon rôle étant souvent de comprendre les tendances actuelles ou très proches pour les traduire en concept [produit, communication, tv, ...]. On dit souvent du planneur qu'il « hume l'air de temps » pour orienter la création publicitaire et faire en sorte qu'elle soit actuelle et en phase avec sa cible.

Travailler sur des tendances à 5 ou 10 ans est un autre métier, il faut avoir une vision beaucoup plus large et travailler à un niveau plus global. Cette mission je la laisse aux prospectivistes et autres visionnaires.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Avec le flux d'informations de plus en plus grand, il faut faire un véritable tri dans les données, plus il y a d'informations plus le travail de veille est compliqué. Je pense également qu'il faut faire très attention à ne pas généraliser chaque micro-tendances, souvent dédiées à un petit segment de la population.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Il y a beaucoup de tendances qui apparaissent et disparaissent à des rythmes différents. Certaines se succèdent, d'autres se chevauchent. Tout va plus vite et c'est d'autant plus excitant ! Définir le concept de tendance n'est pas simple parce qu'il sera certainement différent s'il est appliqué à la mode ou aux nouvelles technologies par exemple. Globalement, je dirais qu'une tendance est un changement d'attitude ou de comportement [vestimentaire, alimentaire, politique, nouveaux usages, ...] pris par un nombre de personnes suffisamment important pour que ce changement ait une signification et un sens. Pour exister, une tendance doit avoir un certain pouvoir d'influence sur le comportement des autres. On est souvent dans mimétisme ou le rejet.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Historiquement les secteurs qui font le plus appel au décodage des tendances sont ceux de la mode et de la décoration. Ces secteurs ont d'ailleurs très majoritairement aidé à la création et à la démocratisation de ces méthodes. La détection des tendances fait désormais partie intégrante de ces secteurs.

Concernant ceux qui font et feront de plus en plus appel à cette compétence dans les années à venir je pense plutôt à des secteurs comme :

Les industries liées à la mobilité

L'évolution des technologies de communication a énormément changé les usages et donc les attentes des consommateurs en termes de mobilité, de rapidité et d'instantanéité. C'est une nouvelle manière de communiquer et de nouveaux rapports humains tant quantitatifs que qualitatifs qui sont en jeu.

Le divertissement

Les Français n'ont jamais disposé d'autant de temps libre au cours de leur vie. Parallèlement à cela le besoin d'évasion, de rêve et de jouissance est grandissant face à un contexte économique politique et social difficile. Occuper ce temps disponible en fonction des nouvelles attentes constitue donc un véritable enjeu pour les années à venir.

La communication

La communication publicitaire au sens traditionnel du terme est de plus en plus controversée. Que l'on travaille sur les messages ou sur les moyens de les diffuser, il est indispensable de s'adapter aux consommateurs qui sont de plus en plus prudents par rapport au discours des marques et actifs dans

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

le processus de diffusion, notamment grâce à la démocratisation des médias sociaux. Les agences se doivent donc d'être plus que jamais au fait de ces évolutions et se montrer capable de les analyser pour que communiquer ait encore du sens.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Tout dépend de l'objectif de votre travail. Les métiers des tendances sont en pleine dispersion. Compétence historiquement détenue par les bureaux de styles, on trouve aujourd'hui des « chasseurs de tendances » dans plusieurs secteurs, mais les besoins étant différents dans chacun de ces secteurs, les objectifs en terme de visibilité dans le temps varient.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Les modèles économiques et les facteurs de succès d'une entreprise étant constamment en évolution, faire un bilan stratégique de son activité par rapport aux tendances actuelles est une action que toutes les entreprises devraient entreprendre régulièrement.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Daniel Tammet, un jeune autiste auteur du livre « Je suis né un jour bleu », qui a changé beaucoup de chose dans ma vie qui mérite beaucoup et qui m'a beaucoup apporté.
- ▽ Mélanie Challe, une amie photographe qui a beaucoup de talent et qui mérite qu'on parle d'elle. <http://www.melaniechalle.com/>

Et une spéciale dédicace à René Duringer, qui en creusant, fouinant, remuant et questionnant perpétuellement tout ce qui l'entoure nous aide à faire avancer les choses... !

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Les médias sociaux, d'une manière générale, sont aujourd'hui incontournables pour dresser un tableau de ce qui se passe dans la société, tout du moins sur un certain segment de la population.

Google est un instrument très pratique et surtout très démocratisé. Il ne faut pas se fermer à un tel accès à la connaissance.

Et surtout ne pas hésiter à sortir dans la rue ... toujours avec son Smartphone pour ne rien rater ;-]

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ La location Vs la propriété, appliquée à des secteurs qui n'ont pas encore l'habitude de cette pratique
- ▽ La démocratisation des méthodes de créativité, jusque là réservée à certains secteurs.
- ▽ La fin du monde 21 décembre 2012 ... enfin ça ce n'est pas de moi !

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Les magazines empilés dans un coin de celui ou celle chez qui je me trouve !

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

<http://www.psfk.com/>

Le site d'un cabinet de tendances New Yorkais très actif dans la diffusion d'informations toujours très intéressantes.

<http://www.nicolasbordas.fr/>

Le blog de Nicolas Bordas, président de l'agence de communication TBWA\France qui refait le monde en se posant la fameuse question « Et si... ? »

<http://www.thecoolhunter.net/>

Source d'inspiration inépuisable, la quantité d'informations présentes sur ce blog est toujours très actuelle et créative.

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN idées ?

- ▽ Paris
- ▽ Londres
- ▽ Berlin
- ▽ Bangkok
- ▽ Tel aviv

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Je ne les ai pas encore vus !

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ La disruption de Jean-Marie Dru
- ▽ Une brève histoire de l'avenir de Jacques Attali
- ▽ Le Bonheur paradoxal de Gilles Lipovetsky

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Gérard Mermet
- ▽ Jacques Attali
- ▽ Steve Jobs

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Rupture
- ▽ Improvisation
- ▽ Expérimentation
- ▽ Divertissement
- ▽ Collaboration

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Ma première visite au salon Maison&Objet il y a quelques années, malheureusement l'effet de surprise s'efface avec la répétition des visites
- ▽ Le marché aux puces de Bangkok qui fait rimer tradition avec modernité d'une manière très surprenante.
- ▽ Chatroulette !

Le Storytelling de Dominique Cuvillier ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : CUVILLIER

Prénom : DOMINIQUE

Fonction : Consultant/expert en tendances

Organisme/Firme : CUVILLIER CONSULTANT

Blog[s] / site[s] :

www.cuvillierconsultant.com

<http://lecaptologue.over-blog.com/>

www.trendmark.fr

Ouvrages : les derniers parus : Envie de Luxe [Ed. du Chêne 2009], Comprendre les tendances [Ed. du Chêne 2008] ; à paraître en 2010 : 100 Tendances d'Aujourd'hui pour Demain [Ed. du Chêne].

Mail [optionnel] : dominique.cuvillier@club-internet.fr

Votre pays / ville : France/Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Je n'aime pas l'idée de chasseur qui sous-entend qu'il y a des proies, or, faire émerger les tendances n'est pas une chasse [gardée] mais une forme d'archéologie du quotidien et de l'exception. Pour ma part, je préfère le vocable de tendanceur ou d'expert en tendances ou encore de captologue, l'expertise évitant l'amateurisme des tendanceurs du dimanche qui pullulent et le captage suggère une démarche d'insecte qui butine.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Des humanités et une formation journalistique. L'attrait pour la prospective est venue naturellement, la rencontre avec Edith Keller, PDG de Carlin international a accéléré l'attraction et l'envie de « lire le monde » avec une plus grande acuité. Puis, le sens de l'analyse, la capacité à synthétiser et le goût des mots m'ont ouvert le vaste champ des tendances. Je me sens comme un navigateur au long cours, je n'ai pas de plan de carrière, sinon celui de naviguer au gré des vents pour éviter la sclérose de la routine. Par nécessité plaisante, je me suis glissé dans les arcanes de la sociologie pour y déloger des lectures plus que nutritives à mes interrogations.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

De par mon histoire personnelle et le hasard des rencontres, je me suis intéressé à la mode et au luxe, des univers stimulants parce que dans l'obligation de créer de la tendance par peur d'obsolescence ; puis très rapidement, j'ai ouvert le spectre à tous les secteurs de la création, de la production et de la consommation : food, design, automobile, technologies... Un tendanceur peut avoir des territoires de prédilections, mais sa légitimité passe par une ouverture à 360°, par une observation transversale.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC. ?

L'immersion permanente dans la vie, dans le quotidien, le nez au vent, les yeux ouverts, l'ouïe affinée, la parole libre pour échanger. Plus la lecture, je suis un grand lecteur, d'un paquet d'emballage à une encyclopédie, une affiche, un post, rien n'échappe à ce déchiffrement obsessionnel et continu. Lecture qui conduit à l'écriture, autre envahissement intime et structurant.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELLES SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSE DANS VOTRE REFLEXION ?

Le spectacle de la rue n'est pas en soit le lieu privilégié pour déceler des signaux faibles, c'est davantage l'observation du réel dans sa plus grande amplitude et à tout instant. Ce métier consiste en un état d'alerte épidermique qui nourrit la lecture du monde que j'évoquais. Un, tendanceur doit/devrait être un « dormeur éveillé » pour reprendre la formule de Pontalis.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Etre curieux, ouvert d'esprit et cultivé. Mais surtout ne pas le décider, ce métier inspiré doit venir tout seul ; en fait, on ne devient pas tendanceur, on est tendanceur parce qu'on a une propension naturelle à aller de l'avant.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Le sens de l'anticipation exige sans doute des prédispositions —curiosité, ouverture, esprit d'à propos...— mais il est avant tout une gymnastique du cerveau, un formidable « muscle » [le terme n'est pas très académique] qui se travaille jour après jour. Il serait intéressant de mener une étude pour savoir si les tendanceurs ont autant de chance d'être atteint d'Alzheimer que le commun des mortels. Ah, j'oubliais, un tendanceur doit aussi avoir le sens de l'humour, la tendance n'est pas une science exacte mais une fonction à délivrer l'à peu près, comme la météo : il faut garder le moral qu'il pleuve ou qu'il fasse soleil.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le décryptage sérieux des tendances exige de suivre tous les rythmes, une temporalité qui répond à une lecture un peu artificielle, mais indispensable pour créer des repères. Pour ma part, cet étagement me convient sans que je puisse dire si l'un ou l'autre m'attire davantage.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Je ne me laisse pas envahir par la pollution médiatique, je sais fermer mes écouteilles pour me préserver de cette fureur d'infos. Ma pratique du journalisme permet sans aucun doute d'éviter de

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

me laisser piéger par les approximations et les dérives émotionnelles de la presse, une presse débordée par un présent qui ne regarde jamais l'avenir. Ou si mal.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

L'accélération de l'histoire oblige à une remise en question permanente, faire émerger les tendances exige beaucoup plus de modestie qu'auparavant, une tension quelquefois épuisante mais somme toute stimulante.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Je ne vois pas de secteurs particulièrement en pointe dans le décodage des tendances, l'économie globalisée est trop distendue et imprévoyante pour la plupart des producteurs. Mais à mon sens, les trois secteurs les plus sensibles dans l'avenir devraient être l'automobile, l'alimentaire et la médecine, parce qu'ils répondent à trois besoins fondamentaux plus que jamais d'actualité : se déplacer, manger, se soigner.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Je n'aime pas l'idée de posture qui frise l'imposture. Je reste naturel, j'essaie de le rester.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Non, je ne crois pas. Toutes les entreprises quel que soit le secteur, le poids économique et les ambitions, devraient/doivent inscrire leur stratégie dans une vision. C'est encore plus vrai aujourd'hui dans un univers fortement ouvert et par ricochet violemment concurrentiel.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Je ne « buzze » personne, je bisse éventuellement pour soutenir, ou mieux, je bise, mais là, il s'agit de mon jardin secret.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

La liste donnée n'aligne pas des technologies mais des médiums. S'il s'agit de technologie, c'est bien sûr des outils de la mobilité [ordinateur portable, téléphone mobile, tablette]. Pour ce qui est des médiums, c'est le Web dans son ensemble qui est un formidable espace de lecture du monde et le support indispensable de la découverte, de la connaissance et de l'échange, à la mise en veille et en éveil.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

Les temps qui s'annoncent vont être très compliqués sur le plan politique et social avec des ruptures, des sursauts et des crises plus courtes, plus fulgurantes, plus nombreuses ; nous devons nous recouvrir d'une carapace psychologique pour éviter la dépression et l'abandon par la fatalité.

Parallèlement, la déjà formidable poussée technologique va se poursuivre et alimenter notre ubiquité grandissante avec des outils bien implantés dans notre quotidien.

Je crois à un recentrement sur l'individu, demain, il ne s'agira pas de créer des objets pour satisfaire des envies artificielles, mais de produire de l'équilibre pour coexister les uns avec les autres, cohabiter, pérenniser, développer, pour faire face au vieillissement, à la démographie, à la migration des populations, il faudra accepter une certaine servitude d'être un et indivisible dans la foule des individus. La science, — les biotechnologies, les nanotechnologies... — vont nous permettre d'alléger la charge, de desserrer le nœud des contraintes, si la société ne tombe pas dans une dictature sécuritaire et précautionneuse. Ce qui n'est pas gagné.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Wired,
- ▽ Sciences Humaines,
- ▽ Journal des Arts,
- ▽ Wall Paper,
- ▽ Courrier International.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ admirabledesign.com,
- ▽ dicodufutur.com,
- ▽ newdealofthemind.com,
- ▽ japancool.com,
- ▽ oeil-laser.com

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

Les grandes villes occidentales [Paris, Londres, Milan, New York, LA, Chicago...], les grandes villes asiatiques [Tokyo, Hong Kong, Shanghai...], sachant que je préconise pour ma part, une promenade émancipée de la branchitude convenue, je crois que le monde est suffisamment vaste pour se laisser la liberté de respirer l'air du temps partout où se pose le regard, car tout est une question de regard prédisposé à observer ce que les autres ne voient pas pour « sentir/ressentir » où va le monde.

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ 2001 l'odyssée de l'espace [qui a un peu vieilli mais reste d'actualité],
- ▽ Orange Mécanique [idem],
- ▽ Matrix,
- ▽ Crash,
- ▽ Avatar [pas pour la qualité moyenne de l'histoire mais pour la mise en perspective de la « virturéalité » qui nous attend].

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Je n'ai pas de livres fétiches, je lis trop, avec boulimie, et je ne lis pas par culte [à l'exception de la littérature] mais par besoin de savoir, parce qu'un tendanceur est un apprenant éternel. Pour autant, si je devais citer un livre, un seul, ce serait Mythologie de Roland Barthes.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

Je sèche. Au gré de mes multiples rencontres, un certain nombre de gens m'ont impressionné, je n'ai pas envie de lister et de classer tel ou tel.

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Contraste,
- ▽ Passion,
- ▽ Extrémisme,
- ▽ Doute,
- ▽ Rebond.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

Cette question rejoint celle des villes, tout est une question de regard et je ne fige jamais [ou très peu] ce que je vois, parce que mon métier consiste à observer ce qui se construit. Je garde un œil adolescent pour éviter de me pétrifier dans une « blasitude » stérile.

Le Storytelling de Grégory Sant ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom SANT
Prénom Grégory
Fonction Designer produit
Organisme/Firme ALPAC-CIAD
Blog[s] / site[s] alltrends.over-blog.net
Ouvrages
Mail [optionnel] gsant@free.fr
Votre pays / ville France Lille

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Chasseur de tendances est je pense le terme qui me définit le mieux. Il faut en effet se préparer et se mettre à l'affût pour y trouver les nouveautés et les créations qui deviendront la mode, l'objet, l'immeuble, ou la technologie qui deviendront incontournables.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

J'ai effectué 2 écoles de design, une en Belgique [St Luc Liège] et une en France [ISD]. J'ai ensuite créé une agence de design AXONE design à Lille puis suis parti dans la grande distribution chez Auchan pour la création des produits marque distributeur pour les univers du ménage, du jardin, de l'auto, du brico, des loisirs extérieurs, de la bagagerie, de l'écolier...

Je suis actuellement dans un groupe en temps partagé sur 2 sociétés. L'une fabrique des produits pour les arts de la table en acrylique et l'autre crée des cadeaux promotionnels pour la vente à distance.

En temps que designer je suis très curieux de l'actualité qui peut servir mon métier. Il faut s'intéresser au futur pour être prêt à temps lorsque l'on va réaliser un nouveau produit. La connaissance des tendances et de ce qui peut se passer est absolument nécessaire pour guider nos clients vers les bonnes solutions.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Les domaines qui m'intéressent sont le design et les concepts, les architectures innovantes, les nanotechnologies, la géolocalisation, les technologies, l'environnement, les imprimantes 3D, l'internet 3D, prospective, les objets communicants, les univers virtuels, le style, le multimédia et l'électronique, les transports, les concept stores... Je m'intéresse à ce qui peut inspirer particulièrement le designer produit.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Tout notre univers de vie devient source d'inspiration. Tout d'abord les médias TV, journaux, revues, et internet le plus souvent. Mais il y a les musées, les salons, les livres qui sont des sources d'informations non négligeables. J'échange avec des professionnels du design, du style mais aussi de la technique et du commerce. Les métiers connexes ont aussi beaucoup à apporter sur les idées et solutions de demain. L'e-création est quelque chose de primordiale car nous partager permet de mieux créer.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La nature, l'architecture, les objets du passé sont des influences incontournables pour les produits que nous réalisons. Des textures d'écorces d'arbre, le graphisme des tags sur un mur, le style des cristaux de glace sur une vitre, l'agencement de briques d'un mur ancien, ou les couleurs d'un scarabée sont autant d'influences pour une création.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

D'abord il faut être curieux, et bien structurer sa démarche pour qu'elle puisse être la plus performante possible. Il faut ensuite se doter d'outils de recherche [newsletter, scan de sites...], et d'une multitude de sources d'informations nationales et internationales. Enfin il est nécessaire de se créer un réseau de personnes partageant la même passion et d'échanger avec elles.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Il faut être mentalement conditionné pour ça. Plus on pratique, plus l'exercice est simple est rapide. C'est comme un chasseur de papillons, au début il a du mal à les attraper et plus il pratiquera plus ses réflexes seront activés.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Je travaille sur le court terme la plupart du temps car les produits et technologies trouvées existent. Mais j'anticipe avec de nombreux concepts et technologies innovantes qui auront une incidence sûre ou probable sur notre avenir.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Il faut bien choisir ses sources, et même si il le faut les croiser. On n'ait jamais à l'abri d'un hoax, il faut néanmoins les limiter. Il faut aussi résister aux demandes des industriels qui veulent se servir des tendanceurs pour créer du buzz sur leurs produits. Le tendanceur et celui qui choisit parmi la source

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

d'informations qui lui est disponible de choisir ce que sera la tendance. La tendance ne naît pas du néant mais de signaux qu'il faut détecter.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

En effet le renouvellement de certains produits est très important. Mais la majorité des objets que nous achetons ont une durée de vie de plus de 5ans. Même parfois il devient difficile de changer un produit, un emballage une marque tellement ils font partie intégrales de la marque. Même si la croissance de consommation a besoin de nouveautés, rares sont celles que l'on trouve dans nos linéaires. On crée même de la nouveauté en changeant la couleur d'un produit [ex : la Wii black de Nintendo]. Une tendance est définie par des signaux venant d'origines différentes et convergeant vers un objectif, et/ou une philosophie commune.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

L'architecture vit une véritable révolution qui nécessite des orientations pour s'adapter au mieux aux défis écologique, social et économique de demain. Les transports viennent ensuite avec des défis similaires à l'architecture. Les projets n'ont jamais été aussi nombreux que maintenant dans ce domaine. Ensuite vient la communication qui va envahir l'ensemble de notre environnement avec l'internet des objets, la réalité augmentée, la dématérialisation et le télétravail. Les perspectives dans ce domaine sont incertaines car les cartes sont redistribuées très rapidement entre les différents acteurs du milieu.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Est-ce que suivre la tendance est Etre dans la tendance ? Ou ne peut suivre la tendance s'est la solution pour se démarquer de la tendance ? Le mieux bien sûr est d'être à l'origine de la tendance, car la visibilité est nettement meilleure que d'être dans la tendance. Cela permet d'avoir une exclusivité qui se peut se monnayer par un prix plus élevé ou par une fidélisation du consommateur.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Le profil des sociétés cherchant à décoder les tendances est évidemment celles qui innovent le plus. Le décodage des tendances est utile pour des renouvellements de gammes fréquents. Apple est, je pense, une société qui s'adapte rapidement aux tendances du marché. Les innovations qu'elle lance ne sont pas vraiment révolutionnaires pour les initiés, mais le marketing les vendent comme telles. Les consommateurs s'arrachent donc ces produits exclusifs qui entraînent un véritable effet de mode et d'appartenance.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Voici trois personnes d'horizons différents qui ont des visions différentes de notre devenir.

- ▽ Mathieu Lehanneur designer qui a fait réfléchir sur l'utilité de plantes dans notre habitat.
- ▽ Jean-Michel Cornu prospectiviste pour la FING, véritable renifleur de tendances de l'internet et des technologies qui nous informe des dernières recherches dans ces domaines.
- ▽ Theo Jansen sculpteur d'œuvres dynamiques autonomes.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Pour moi c'est d'abord ma base de blogs qui j'alimente régulièrement. Ce sont ensuite des outils de scan de l'internet. Enfin la communauté de bloggeurs spécialisés dans ce domaine.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ La première tendance sera un retour à la nature est à la réinterprétation de ce qui a été fait par nos aînés.
- ▽ La deuxième tendance est la communication entre l'ensemble des objets manufacturés qui vont nous donner une somme d'informations exponentielles en temps réel sur notre [nos] environnement[s].
- ▽ La troisième tendance est la possibilité de créer ses produits soi-même chez soi à l'aide d'une imprimante 3D. Chacun pourra s'improviser fabriquant.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Sciences et Avenir,
- ▽ L'usine nouvelle,
- ▽ Le Point,
- ▽ Intramuros

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Alltrends,
- ▽ le blog de designboom,
- ▽ Internetactu,
- ▽ trendsnow,
- ▽ novate,
- ▽ nouvo

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Paris,
- ▽ Amsterdam,
- ▽ New York,
- ▽ Barcelone

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority Report,
- ▽ Avatar,
- ▽ Nos amis les terriens,
- ▽ 5^{ème} élément

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Homo Disparitus,
- ▽ 2100 l'Odyssée de l'espèce,
- ▽ Deception point,
- ▽ La fabrique du futur

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Jean-Michel Cornu,
- ▽ Eric Seuillet,
- ▽ Thierry Gaudin,
- ▽ Joël de Rosnay

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Environnement,
- ▽ Communication,
- ▽ Personnalisation,
- ▽ Communautés,
- ▽ Hédonisme

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Expo universelle de Shanghai 2010,
- ▽ Dubai,
- ▽ Magasin Merci

Le Storytelling de Stéphane Galienni

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Galienni
Prénom : Stéphane
Fonction : Chef d'entreprise / Directeur d'agence
Organisme/Firme : Balistik*Art
Blog[s] / site[s] : www.buzz2lux.com
Ouvrages
Mail [optionnel]
Votre pays / ville : Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Curieux, tout simplement. Sur un scope limité : celui de mes centres d'intérêts [personnels & professionnels]. Je pense faire de la prospective dans ces 2 sens, à mon niveau.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

D'abord intuitif et artiste [mon précédent métier] puis prospectif et communicant, l'engouement pour les découvertes du passé, l'excitation du contemporain, le fantasme d'imaginer le futur [Des auteurs ont imaginés 1984, 2001, 2010 : L'inconscient et les fantasmes de l'avenir prédomine souvent sur la conscience du futur.]

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Aujourd'hui sur la sociologie des médias digitaux, la prospective luxe, et par passion, tout ce qui me donne de l'émotion [art, design, idée, etc...]

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Fréquenter différents réseaux d'origine et de culture différente, mettre en opposition les idées des uns et des autres, sentir le signal social capable de les réunir !

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

L'observation visuelle, dans la rue, l'organisation de lectures internet, l'écoute d'amis experts. Et puis, la somme de cette récolte, à un point donné [quand 2 neurones se rencontrent, probablement]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Etre ouvert au monde contemporain, comprendre [un minimum] l'histoire passée, écouter des gens de différentes cultures, sans jugement mais avec des clés sociologiques, ne pas se disperser dans les projets, en gros, prendre le temps du recul, nécessaire à la réflexion. Le voyage forme la jeunesse, comme on dit. Sinon, chasseur de tendances, pour moi, ce n'est pas un métier - en tous cas je pense pas qu'il soit suffisant à lui-même - sans concrétisation opérationnelle.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Les deux forment un équilibre. Préférer celui qui constitue davantage la personnalité, mais ne pas négliger l'autre versant, il sera davantage structurant et stable pour l'individu. Toujours se remettre en question, apprendre des autres. Mais toujours penser par soi-même !

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Au Maroc, j'ai vu un type rester des heures regarder le soleil disparaître derrière l'horizon. C'était un très beau spectacle, mais je le regardais lui, car j'étais impressionné par cette capacité à vivre le temps qui passe. J'aspire à autre chose, à transformer les temps morts en temps forts, mais au fond de moi, je sais pertinemment que j'ai tort. C'est ce type qui a raison, encore faut-il avoir cette force de destin.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Il ne faut pas être snob, on se fait tous manipuler par l'information, plus ou moins. Même un type sincère peut témoigner d'un fait divers avec son ressenti, son histoire personnelle. Ce n'est pas la réalité. La réalité, c'est l'oxygène.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance, c'est vers ce quoi on tend, non ? Donc l'accélération du monde est une tendance, point. La tendance d'après [ou contre-culture] c'est souvent une réaction à l'effet de saturation du premier mouvement. Finalement, c'est très rationnel et mathématique, tout ça.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Je sèche. Joker. Je lirais les autres !

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

ÊTRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

La vision est la matière première de la tendance à venir, je pense. Qu'elle soit inspirée ou utopiste, elle reste la locomotive.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Les banques.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Tendance qui se fabrique en même temps qu'on peut la comprendre : internet. Pour la tendance futur : des magazines pointus qui ne dégagent pas ou peu de profits.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Géo-localisation.
- ▽ Réalité Augmentée.
- ▽ Pocketweb.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Je ne lis plus vraiment de magazines ! Mais traquer l'information c'est un sport de combat ! Musée, magazines, web, sorties nocturnes...etc. il faut être jeune, célibataire, connecté à différentes tribus. J'ai un peu décroché, j'avoue. Mais du coup on rate la vague, ou on surfe dans l'écume des tendances. On apprend alors un autre sport, qui permet de rester en poste de vigie, ailleurs, au calme, loin de là où ça se fabrique, mais toujours avec un œil pointu.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ <http://www.businessoffashion.com>
- ▽ <http://viacomit.net/>
- ▽ <http://www.theluxechronicles.com/>
- ▽ <http://www.lemodologue.fr/>

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ New York,
- ▽ Paris,
- ▽ Essaouira,
- ▽ Rome,
- ▽ Bruxelles

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Matrix, 2001, la trilogie. C'est *l'allégorie de la caverne* de Platon, remis à jour avec des effets spéciaux et des acteurs bankables, donc accessible à tous !

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Luxe & Co + Luxe oblige sont les deux derniers livres que j'ai lu. Je n'ai pas d'ouvrages fétiches et je ne suis pas un grand lecteur, faute de temps.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

Steve jobs, fatalement. Mais surtout sensible au discours alarmant de Nicolas Hulot [je met Al gore dans la boucle & co] sur le réchauffement climatique.

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ∇ Environnement,
- ∇ Géo-localisation,
- ∇ Paiement mobile,
- ∇ Multi-écrans,
- ∇ Personnalisation de services.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

Boom-Boom + The standard Hotel + Meat Packing district > à New York, ce qui me vient à l'esprit pour y avoir été récemment.

Le Storytelling de Pierre Fraser ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom FRASER

Prénom Pierre

Fonction Essayiste

Organisme/Firme Travailleur autonome

Blog[s] / site[s] Théorie des tendances – <http://www.theoriedestendances.com>

Ouvrages Tendances – Savoir les décrypter. De plus, une dizaine d'autres ouvrages en sociologie, pédagogie et informatique.

Mail [optionnel] fraserpierre@gmail.com

Votre pays / ville Québec, Canada

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Prospectiviste

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

En fait, ce qui a été le déclic, c'est il y a une quarantaine d'années en lisant la trilogie Fondation de l'auteur de science-fiction Isaac Asimov. Dans ces trois romans, il y avait un scientifique qui était en mesure d'anticiper l'avenir d'une civilisation sur plusieurs milliers d'années. Par la suite, j'ai poursuivi mes études universitaires en linguistique et intelligence artificielle au niveau de la maîtrise, et en sciences cognitives pour le doctorat. Mon but était d'arriver à identifier comment nos comportements collectifs par les discours que nous tenons influent sur les tendances.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Les tendances sociales en général. Je m'intéresse surtout à la mécanique qui les sous-tend.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Analyse à partir d'observations empiriques

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Nos comportements collectifs.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Étudier la psychologie humaine dans ses moindres détails ainsi que les sciences cognitives.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Ce ne sont là que des étiquettes. Les études en sciences cognitives ont largement démontré que ces notions ne sont que des croyances populaires. Par contre, je pense qu'il faut être en mesure de doser rigueur intellectuelle, intuition et analyse systémique.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Anticiper tout simplement par une analyse rigoureuse les tendances de fond.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Distance critique. Tous les critères de sélection doivent être soumis à un processus de mise en différenciation. Il faut éviter d'être pris dans le piège des idées reçues.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance est avant tout le fruit d'une mécanique implacable. Ce sont tous les milliers de gestes anodins de désistement et d'ajustement envers une tendance qui font qu'une tendance s'effrite ou s'effondre.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Tous les secteurs sans exception. Aucun secteur ne peut être épargné par la mécanique des tendances. Dès qu'un secteur est touché, les autres en subissent systématiquement les contrecoups. L'égocasting est actuellement l'un des puissants moteurs parmi d'autres qui « tire » les tendances.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Prendre le risque de voir plus loin en appliquant une grille d'analyse rigoureuses fondée sur un modèle théorique solide.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

▽ Le secteur des hautes technologies et de la finance.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Artistes,
- ▽ Sociologues,
- ▽ universitaires.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Aucun de ces outils et tous à la fois. Aucun ne peut prétendre à l'exhaustivité, mais surtout, ils ne peuvent être considérés comme des outils fiables. L'outil de prédilection demeure l'observation empirique.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Adaptisme [s'adapter aux changements climatiques plutôt que les combattre]
- ▽ Néopuritanisme [montée en puissance du zéro défaut dans nos vies]
- ▽ Egocasting [diffusion de soi par technologies interposées]

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Aucun...

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Nassim Taleb

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ San Francisco,
- ▽ New York.

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Les Temps modernes,
- ▽ Blade Runner,
- ▽ Minority Report,
- ▽ 2001 Odyssée de l'espace,

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ La Troisième Vague,
- ▽ Les cartes du futur,
- ▽ Fondation,
- ▽ The Black Swan,
- ▽ Panic.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Montaigne,
- ▽ Francis Bacon,
- ▽ Hume,
- ▽ Voltaire.

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Effritement du culte de la performance,
- ▽ Effritement de l'écologisme,
- ▽ Effritement des discours apocalyptiques,
- ▽ Effritement des discours sur la santé.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ San Francisco,
- ▽ New York
- ▽ Londres.

Le Storytelling de Laurent Marcoux ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Marcoux

Prénom : Laurent

Fonction : Designer de produits et chercheur de tendances

Organisme/Firme : Je suis consultant, donc en freelance.

Blog[s] / site[s] : www.leprojetinspire.wordpress.com

Ouvrages : Le Meilleur des Deux Mondes [roman]

Mail [optionnel] : laurent.marcoux@hotmail.com

Votre pays / ville : Québec, Canada

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Chercheur de tendances. Je ne chasse pas, je trouve !

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Je suis diplômé en design industriel. J'ai donc eu à travailler sur des produits demandant une étude de marché, une analyse des tendances du moment et une recherche d'inspiration. En particulier, j'ai étudié les jeunes pour un lecteur Mp3 et les femmes pour un produit de luxe, une monture de lunettes. Par ailleurs, je suis une personne créative qui s'intéresse à toutes les formes d'art. J'ai découvert la recherche de tendance en consultant des experts en marketing et communication, en lisant beaucoup et en comprenant la dynamique de la mode et du design. J'ai eu le déclic avec la tecktonik, un mouvement de danse de rue qui a monté en flèche et en cherchant le cyberpunk, une attitude qui est en hausse, celle de s'entourer de technologies et de gadgets pour être « branché ».

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Je m'intéresse particulièrement au design, mais aussi à ce qui influence nos modes de vies. Par exemple, je cherche comprendre les mécaniques sociales qui donnent naissance à des modes vestimentaires ou architecturales, ce qui influence énormément le reste de l'industrie. Je m'intéresse aussi beaucoup aux nouveaux matériaux et aux nouvelles technologies et à leur impact sur la culture.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Rien ne vaut de fouiller dans les zones d'ombres... Oui, en quelque sorte, je cherche les coins les moins éclairés d'une ville ou d'un centre d'achat et je regarde ce que les gens font et comment ils le font. C'est étonnant combien de comportements de consommateurs sont visibles dans le fait de manger un hamburger en plein après-midi, se regrouper en gang pour aller fumer ou simplement se remaquiller. Ces comportements traduisent des besoins : affectifs, culturels, personnels. Je vous

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

dirais en secret que je vais aussi dans les librairies pour fouiller gratuitement dans toutes les revues sur les présentoirs et que j'ai accumulé plus de 200 adresses de sites Web sur les tendances. Je vais aussi parfois espionner les foules en allant regarder des matchs de hockey.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Je suis capable de voir une tendance quand un certain public la développe. Les jeunes filles, les gens qui aiment la musique beaucoup plus que la moyenne, les parents de jeunes enfants, les gens très compétitifs et les personnes sincères sont des panneaux publicitaires qui crient : regardez la nouvelle tendance ! J'entends aussi souvent une nouvelle tendance dans l'autobus. Il faut écouter ce que les gens se disent au cellulaire et ce qu'ils ont écrit sur leur T-shirt et ce qu'est leur fond d'écran.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Je lui proposerais immédiatement de faire beaucoup de voyages et de se créer un énorme dossier des tendances selon les pays. Les tendances circulent de pays en pays. Si c'est impossible, je lui dirais de créer un groupe de créateurs dans sa région et de lancer des projets amateurs pour vérifier si les tendances qu'elle croit percevoir attirent l'attention des gens.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Je pense qu'il faut être attentif aux détails et aux choses insignifiantes et savoir les décoder. Je donne l'exemple du parfum. Il existe des gros changements de mentalités et d'habitudes par rapport au parfum, mais personne ne le remarque, parce que le parfum, c'est invisible. Il faut être capable de décoder les affiches publicitaires des géants et remarquer comment les consommateurs réagissent au changement. Si j'ai à engager un chasseur de tendances, je choisis quelqu'un qui aime écouter, observer et qui a un bon sens de l'analyse. Il faut aussi savoir se fier à son intuition et à son bon sens et aimer se mélanger à différents groupes culturels, souvent underground.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

À court terme, je souhaite travailler avec des entreprises en tout genre et éventuellement lancer un livre qui fera le résumé de mes recherches. Je dois amener les gens du Québec à comprendre l'importance de ces recherches de tendances. À moyen terme, je veux développer mon expertise en travailler à contrats pour des besoins plus précis. Puis, je souhaite développer mon expertise et faire des voyages pour évaluer les tendances fortes à travers le monde. Je rêve d'être engagé par de grandes entreprises, des agences et des studios et partager ma passion et mon talent.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Il faut se fier à des personnes clés. Si la tendance existe, elle existe. Pour savoir si elle va progresser, il faut se fier aux grands joueurs, aux gens d'expériences et aux grands critiques. Si une tendance ne résiste pas à un souper entre amis quand vous en faites la promotion, c'est qu'elle manque d'effet Wow ! Elle s'essouffle. À Québec, il y a en ce moment une tendance pour tuques en forme d'animal qui sont habituellement très sympathiques et jolies. Pourtant, je peux vous dire qu'après avoir vu

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

une imitation d'une de ces tuques en version chapeau sur lequel est assis un singe gris et rouge, je peux vous dire que cette tendance s'essouffle. Pourquoi ? Parce que les gens qui portent des tuques laides en forme de singe pour avoir l'air cool, ce sont ceux qui tuent lentement les tendances. Ce produit devra être remis au goût du jour. On ne peut tolérer les tendances qui s'adressent à n'importe qui et qui ne sont pas représentatives de mythes ou de rêves. Les gens qui ne s'assument pas et qui imitent tuent les tendances.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

D'après mes recherches, la mode évolue aux deux semaines pour les vêtements, quatre mois pour les décors, un mois pour les sites Web, six mois pour les équipements sportifs et trois ans pour l'architecture. Par contre, si vous augmentez l'offre, vous augmentez le nombre de tendances potentielles et donc le besoin de renouveler les produits. Aujourd'hui, Twitter et les blogues sont d'excellents moyens de cibler les tendances de certains groupes de gens. De même, il existe un truc pour trouver les tendances dominantes d'un marché qui vous permet d'identifier les sujets les plus chauds des magazines : le mur d'inspiration. Une tendance en 2010, c'est tout ce qui peut être un complément à une tendance devenue un classique. Par exemple, la ceinture Diesel est tendance parce qu'elle est un complément inspiré au classique complet cravate de Dolce & Gabbana. De même, le skateboard avec un graphisme « pop » est tendance parce qu'il accompagne bien l'ensemble du skateboarder devenu un classique en 2000.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

À mon humble avis, on ne devrait pas parler de secteur d'activité, mais de secteur géographique. Les territoires suivants sont à observer : Californie, Australie, Singapour et pays Scandinaves. Je prédis un changement du pôle d'où sont solidifiées les tendances. Avant, on parlait de coins comme Milan, Paris et New-York, mais je pense que ce sera de plus en plus des coins touristiques et intéressants pour les petits entrepreneurs dans des marchés très compétitifs. À l'époque du nomade, pourquoi pas des villes tendances et d'autre pas ?

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

On doit avoir, à mon avis, un moyen d'évaluer les tendances lourdes des tendances légères. Les tendances lourdes en ce moment [automobile, Internet, musique sur appareil, pétrole] ne seront pas les tendances lourdes dans 25-30 ans. De même les tendances légères en ce moment [peur des germes, intérêt pour Haïti, besoin de jouer en dehors de la maison et de participer à la communauté] ne seront pas les tendances légères dans un an. Et comme tout va plus vite, on peut noter qu'il existe des tendances moyennes qui sont, elles, vraiment difficiles à reconnaître et qui demandent une excellente connaissance des marchés dominants et des opportunités pour faire de l'argent dans ce monde. Moi, je catégorise les tendances que j'observe dans un dossier top secret !

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Les agences de pub, les entreprises du domaine des cosmétiques, des vêtements, de la musique et de l'art ont toujours besoin de chercheurs de tendances, mais ce sont les graphistes, designers,

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

entreprises de gastronomie, de voiture, de produits manufacturiers et de tourisme qui sont les clients les plus intéressants il me semble. On différencie ces entreprises par le goût de l'innovation, leur esprit de camaraderie et leur implication dans la culture.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Anne d'Arche, publicitaire, enseignante et chroniqueuse à www.bazzo.tv
- ▽ Renan Chastelier, auteur de *Tendancologie*, livre culte du chercheur de tendances
- ▽ Provokat, agence de publicité, <http://blog.provokat.ca/>

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Twitter
- ▽ Youtube
- ▽ Flickr

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Plus de cyberpunk, soit de plus en plus de gens qui portent fièrement leur appareil technologique, leur gadget, et qui en font un objet de mode qui les suit au quotidien [peut-être implanté dans la peau ou insertion dans les vêtements].
- ▽ Plus de grosses peurs vécues par beaucoup de gens et donc de plus en plus de médication, de besoins pour la santé et de besoins d'être isolé des autres et en communauté sur Internet.
- ▽ Plus de baby-boomers âgés qui vont brasser les idées, changer la manière dont on perçoit la vieillesse et qui s'exprimeront beaucoup au sujet de la mort, de la vie et des grandes questions comme l'écologie.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Grafika [les graphistes font la mode]
- ▽ Tetu [les gays sont toujours à la mode]
- ▽ I.D. [les designers analysent les consommateurs]

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ <http://www.au-secours-jai-un-blog.com/>
- ▽ <http://www.trendhunter.com/>
- ▽ <http://www.buzzfeed.com/>
- ▽ <http://successblog.wordpress.com/>
- ▽ <http://failblog.org/>

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Californie
- ▽ Australie
- ▽ Singapour

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority Report
- ▽ Back to the futur II
- ▽ The Matrix

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ *Ce que marque veut dire* de Marie-Claude Sicard
- ▽ *Tendancologie* de Ronan Chastellier
- ▽ *I want to change the world* de Karim Rashid
- ▽ *Comportement du consommateur* de Pierre Balloffet, Naoufel Daghfous, Christèle Boulaire et Alain d'Astous
- ▽ *Brand Design : Construire la personnalité d'une marque gagnante* de Saverio Sbalchier, Marco Bassani, Kamel Ben Youssef et Stéphane Magne

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Jacques Fresco, designer et architecte
- ▽ Ross Lovegrove, designer industriel
- ▽ Martin Ouellet, directeur de l'agence de publicité Provokat

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Cyberpunk
- ▽ Vieux et heureux
- ▽ Écologiste furieux
- ▽ Communauté [furry, geek, girlie, conspirationistes...]
- ▽ Amour sur le Web

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Le Moulin à Images [installation multimédia extérieure réalisée par Robert Lepage et Ex Machina]
- ▽ Huangbaiyu Village [projet architectural écologique]
- ▽ Burj Khalifa [le plus haut gratte-ciel au monde]

Le Storytelling de Thierry Gaudin ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Gaudin
Prénom Thierry
Fonction
Organisme/Firme Prospective 2100
Blog[s] / site[s] <http://gaudin.org>
Ouvrages voir site
Mail gaudin@2100.org
Votre pays / ville Bruxelles ou Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Prospectiviste

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Lorsque j'étais supposé construire une politique d'innovation dans les années 70.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Interaction technique-société-sens [ethnotechnologie]

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Tous ces éléments ont leur pertinence, mais il faut surtout travailler sur les fondements et les résultats de la Science [climat, biodiversité, sciences cognitives...]

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La mauvaise mine des gens dans le métro, la désinformation des médias, la remise en service des potagers, le désir de retour à la terre, les médecines alternatives, les monnaies complémentaires...

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

D'essayer partout de comprendre pourquoi les choses sont ce qu'elles sont par exemple, pourquoi y a-t-il des villes ?

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

L'insatisfaction, le doute, le besoin d'affiner sa perception du sens des choses.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Plutôt le long terme, mais la lecture des crises est aussi nécessaire

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Se demander qui dit quoi et surtout pourquoi il ou elle le dit. Savoir aussi que certaines civilisations sont plus portées que d'autres à propager la désinformation, et que chacune le fait avec son style.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Il me semble que « l'accélération de l'histoire » est un effet d'optique. Chaque époque a l'impression que les choses vont plus vite que par le passé. En réalité, nous ne vivons pas très différemment d'il y a 20 ans

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Le logiciel,
- ▽ L'alimentation bio,
- ▽ Le design

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Le yoga et la discussion avec les pairs

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

L'industrie du luxe, le tourisme, ce sont même des créateurs de tendance [voir le livre de Vincent Bastien].

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Jean Claude Ameisen,
- ▽ Valentin Lacambre,
- ▽ Coline Serrault

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

... et les rencontres d'Autrans où se retrouvent les explorateurs du web
il y a de plus en plus de vidéos intéressantes, par ex sur TED

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ Pauvreté,
- ▽ Empathie,
- ▽ Retour des services publics

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Courrier International,
- ▽ Science et Vie,
- ▽ Sciences humaines

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Techno-sciences.net,
- ▽ rue 89,
- ▽ FT,
- ▽ Le Temps

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

Tous les pays ont quelque chose à m'apprendre ; c'est l'occasion du voyage qui permet de concrétiser

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Volem rien foutre al pais,
- ▽ Océan,
- ▽ Le salon de musique,
- ▽ Yeelen yeelen

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Que dites vous après avoir dit bonjour [Eric Berne]
- ▽ L'empathie [Berthoz]
- ▽ Le rapport Lugano [Susan George]
- ▽ André Breton par Julien Gracq
- ▽ Fictions [J. L. Borgès]

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Alvin Toffler
- ▽ Nelson Mandela [pour l'opération vérité réconciliation]
- ▽ Werner Von Braun
- ▽ Vannevar Bush

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Autrans,
- ▽ Cerisy,
- ▽ Strate college

Le Storytelling de Stéphane Dangel ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Dangel
Prénom : Stéphane
Fonction : Consultant en storytelling
Organisme/Firme : Stéphane Dangel
Blog[s] / site[s] : <http://storyable.posterous.com>
Ouvrages : « Storytelling, le guide » [Editions du Désir]
Votre pays / ville : France / Strasbourg

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Gratteur. Ce terme, je l'emprunte au rugby. Gratter un ballon signifie au rugby faire réapparaître le ballon qui a disparu sous un amas de joueurs empilés les uns sur les autres et n'arrive plus à ressortir. Cette phase de jeu ne se passe jamais en douceur : le gratteur de ballon est même amené à faire preuve d'une action très musclée. Pieds et mains [presque poings] sont sollicités. C'est, je trouve, une belle métaphore.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

J'ai fait Sciences Po, puis des études en journalisme et en communication. J'ai ensuite commencé par enchaîner les missions en entreprise, en acceptant tout ce qui se présentait dans le domaine de la communication, même pour de courtes durées -on m'a parfois traité de mercenaire, réputation injustifiée car l'argent n'était pas un facteur. Surtout : cela m'a appris à ne plus avoir peur du changement mais à le prendre comme une opportunité. Et donc à le rechercher dorénavant, sous différentes formes, par différents moyens.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Je cible particulièrement les innovations qui peuvent permettre aux entreprises d'améliorer leurs modes de fonctionnement : cela inclut les technologies, le marketing, le management...

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

J'utilise un prisme unique et universel pour analyser les tendances : il s'agit du storytelling. Tout est histoire, tout raconte une histoire. J'analyse donc tout ce que je rencontre, que ce soit sur le web, dans les médias traditionnels, dans la rue, d'un point de vue narratif. Quelle est l'histoire que raconte la tendance rencontrée ? Y'a-t-il d'ailleurs véritablement une histoire ? C'est à dire de l'inattendu, de l'étonnant, mais aussi des obstacles, de la difficulté. Si ces ressorts essentiels ne sont pas là, pour moi

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

une tendance ne raconte pas une histoire, et n'est donc pas une vraie tendance. Ce qui est linéaire ne fait pas partie du futur, c'est juste un élément du présent qui évolue, comme toute chose.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Le quotidien est une source essentielle : l'écoute des histoires basiques, de la vie quotidienne sont des indicateurs beaucoup plus pertinents que les rapports et études. Je suis nostalgique des bistrotts et des histoires sur le coin du comptoir. Les médias sociaux sur le web ont pris le relais, et les histoires de la rue, ce n'est plus forcément dans la rue qu'on les entend, mais sur de nouvelles routes conversationnelles, sur le web : il y a, dans les médias sociaux, de vrais bistrotts numériques.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

De se former au storytelling, pour se doter d'un outil d'analyse des tendances. Ensuite, de cibler sa veille, puis de l'organiser, en agrégeant ses sources et en opérant leur tri de la manière la plus automatisée possible. La multitude des sources pompe énormément de temps, d'où le risque que le temps disponible pour un travail de réflexion ne soit réduit à portion congrue. Or c'est bien cela la plus value : pas le rassemblement d'un maximum de contenus qu'on stockerait à un endroit dans l'attente de trouver le temps de les analyser.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Il faut avoir l'instinct, je dirais, plus que du chasseur, celui du découvreur de trésors, du chercheur d'or. Quand il tombe sur quelque chose, il creuse, gratte, avec une grande rapidité [avidité ?], ce qui lui permet de savoir très vite si ça vaut la peine de continuer. Ou de passer à tout à fait autre chose : autre chose qui ressemble à une pépite, mais peut ne pas en être une en fin de compte. C'est un rebond perpétuel, car c'est une quête jamais satisfaite. Le chercheur de tendances ne se satisfait pas d'en trouver une, deux... tout comme le chercheur d'or. Il y a l'instinct, mais il va de pair avec l'effervescence [jouissance ?] de la découverte. C'est une drogue qui réclame sa dose régulière.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le court terme, car je veux participer – assister à la diffusion de la tendance, à sa normalisation – assimilation.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Il faut se méfier de la quantité. Ce n'est pas parce que tout le monde en parle que c'est une tendance. Ce peut être juste un sujet de discussion : un peu moins d'envergure, quand même ! C'est là que le prisme des histoires révèle son efficacité. Dans le storytelling, on a l'habitude de dire que d'essayer d'établir la recette de cuisine permettant de raconter une bonne histoire n'est pas une priorité : il vaut mieux savoir détecter quelque chose qui ressemblerait à une histoire mais n'en est pas une. La meilleure façon de faire la part des choses, pour moi, est celle-ci : histoire ou pas d'histoire.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance est-elle forcément quelque chose qui s'inscrit dans la durée ? Une bonne histoire a la faculté de pouvoir durer. Mais ce n'est qu'une éventualité. Car il y a plusieurs niveaux, à mon sens : les tendances matières premières et les « produits finis », qui se nourrissent des précédentes. Les produits finis peuvent sembler plus nobles, plus dignes d'intérêt, mais sans les matières premières, ces tendances-là n'auraient pas pu naître. Leur point commun, c'est leur faculté de modifier le cours des choses, certaines le feront de manière éclair mais décisive avant de disparaître, ou plutôt de donner naissance à autre chose, un autre morceau de tendance ou à quelque chose de plus structuré. L'éphémère n'est pas à craindre tant qu'on arrive à percevoir ce à quoi il peut donner naissance en s'agrégeant avec d'autres contenus de même nature pour faire un bond qualitatif vers une tendance plus fondamentale.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Les meilleurs décodeurs actuels :

- ▽ Les acteurs du web : un Google, un Apple et d'autres ne font pas que décoder les tendances pour les accompagner, ces firmes s'en servent pour générer de nouvelles tendances dont elles seront la source.
- ▽ La publicité : l'organisation traditionnelle, conservatrice, des agences de publicité n'est absolument plus pertinente, car elle les rend aveugles aux tendances ; les acteurs traditionnels de la publicité qui n'intègrent pas cet état de faits sont peu à peu remplacés par de nouveaux acteurs qui ne visent pas forcément les grands prix de pub mais la mise en œuvre des tendances.
- ▽ La téléphonie mobile : on retrouve deux acteurs déjà cités, Google et Apple.

Dans les 10 ans à venir :

- ▽ Les médias : par nécessité, actuellement ils sont à la rue, et l'intégration des tendances révolutionnera leurs pratiques, mais c'est une question de survie
- ▽ Le luxe : l'enjeu est de tirer parti de la crise économique pour renforcer la légitimité des marques [ce n'est pas antinomique : c'est une opportunité]
- ▽ L'automobile : trop de flux contraires font faire du surplace à l'industrie automobile actuellement ; elle va rebondir en s'engouffrant dans les tendances
- ▽ Le storytelling a et aura sa place dans chacun de ces scénarios.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

On peut vouloir être le premier, mais une tendance n'acquiert de valeur que si d'autres s'en emparent, la valident, la diffusent, d'abord dans le cercle des chasseurs de tendances puis dans d'autres cercles pertinents. Ce n'est pas plus noble d'être le premier, que d'être l'un de ceux sans qui la tendance n'aurait pas acquis sa force motrice. Cela fait juste plaisir.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Plus qu'une traque institutionnalisée, avec des structures dédiées, c'est pour moi une attitude, un réflexe permanent, individuel qui est le plus pertinent dans le monde de l'entreprise. Cela tient aussi au climat favorable ou non mis en place dans l'entreprise, mais même cela, ce n'est pas à institutionnaliser. Cela ne passe donc pas par des moyens financiers, mais une philosophie d'entreprise, une ouverture aux tendances détectées à tous les niveaux de l'entreprise, quel que soit l'auteur de la « découverte ». C'est au final un encouragement global au leadership moderne : c'est à dire sans aucun lien avec la hiérarchie.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Il y a des gens que j'admire beaucoup :

- ▽ Eric Dupin [Presse Citron et compagnie],
- ▽ Frédéric Canevet [Conseilsmarketing],

mais je ne suis pas sûr qu'ils aient besoin d'aide ! Et... René Duringer ! [mais je ne suis pas sûr non plus qu'il ait vraiment besoin de moi !].

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ L'agrégation : j'utilise personnellement Netvibes pour agréger les contenus de blogs qui m'intéressent
- ▽ Le micro-blogging : Twitter évolue vraiment bien vers un outil de veille du fait de l'évolution des contenus mis en ligne par les utilisateurs
- ▽ Les réseaux sociaux mais uniquement lorsqu'ils sont interfacés entre eux par des applications pertinentes

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

Le storytelling digital performant notamment pour des fonctions d'audit, la conquête du management français par le storytelling, la diffusion du storytelling dans la société française, dans tous les domaines [thérapeutiques, judiciaire...]. Car le storytelling a cela de particulier que ce n'est pas seulement une méthode pour chasser les tendances, il est également lui-même une tendance !

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Actuel : le magazine n'existe plus depuis des lustres, mais en tant que fidèle abonné de l'époque, je me plonge dans les archives régulièrement, pour comparer les prévisions d'il y a 20 ans aux évolutions en cours aujourd'hui. C'est extrêmement instructif.
- ▽ Harvard Business Review : le must pour réfléchir sur les tendances du business et du management de l'entreprise
- ▽ Huffington Post : on n'y parle que de sujets dont tous les autres journaux parlent ou ont déjà parlé, mais... on y dit autre chose, vraiment autre chose !

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

C'est un peu atypique comme sélection de magazines, pour la traque de tendances. On ne va effectivement pas forcément y trouver des tendances, mais leur lecture va introduire un climat de réflexion, confronté à la lecture de contenus plus « classiquement » orientés chasse aux tendances.

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Presse-Citron
- ▽ Trendsnow
- ▽ Culture-Buzz

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Londres et Grande-Bretagne en général
- ▽ Italie
- ▽ Islande

Vos 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Blade Runner
- ▽ C'est arrivé près de chez vous
- ▽ Delicatessen

De bonnes histoires, à défaut d'être belles

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Pas 5 : beaucoup plus, les livres de Jack Kerouac et Charles Bukowski [tous ! Même s'ils sont de valeur littéraire forcément inégale]

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Steve Jobs
- ▽ Barack Obama

Ces deux-là sont très classiques.

Le troisième l'est moins : Steve Denning : ses interventions et ses travaux ont permis au storytelling de décoller en qualité de discipline

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Storytelling,
- ▽ Collaboratif,
- ▽ Nano,
- ▽ Réseau,
- ▽ Agrégation

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

Les lieux qui m'ont le plus ébouriffé sont ces lieux éphémères mais forts de sens qui ont vu le jour dans le cadre du volet événementiel de campagnes de communication : la veine de l'anniversaire de Citroën illustre bien cela, la transformation de deux stations de métro parisiennes désaffectées pour un lancement de marque...

Le Storytelling d'Yves Lusignan

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom	Lusignan
Prénom	Yves
Fonction	Prospectiviste
Organisme/Firme	Ciblexpert inc.
Blog[s] / site[s]	www.ecoherence.ca
Ouvrages	À venir
Mail [optionnel]	ylusignan@ciblexpert.com
Votre pays / ville	Montréal / Canada

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Prospectiviste

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Ingénieur entrepreneur en technologie [il y a 25 ans] j'ai réalisé que les subventionneurs ne comprenaient rien à la valeur de la technologie, ils subventionnaient des plans d'affaires. J'ai, par la suite [il y a 15 ans], entrepris de développer une approche générique pour l'évaluer cette technologie et comme cette valeur dépend de l'évolution du contexte d'utilisation de la technologie j'ai développé une plateforme d'analyse pour modéliser les facteurs déterminant l'évolution de ces contextes d'utilisation.

De là, j'ai généralisé la méthode d'analyse pour modéliser l'ensemble de la société et ainsi je suis devenu prospectiviste.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Ma démarche consiste à considérer la société comme une infrastructure dont la fonction est de transformer les ressources de la biosphère et de la planète pour assurer la survie et le bien-être des humains.

Dans ce contexte je modélise comment la société occidentale devra se transformer, se métamorphoser pour réussir à maintenir la qualité de vie de ces citoyens en diminuant par un ordre de grandeur la quantité de ressources nécessaires pour atteindre cet objectif. Je m'intéresse prioritairement aux transformations de nos modèles économique, de consommation et d'affaires qui interviendront pour adapter la société au nouveau contexte de rareté de ressources dans lequel nous entrons

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Je commence par modéliser les changements inéluctables de la prochaine décennie puis je précise les scénarios de déploiement de ce futur et je met sous surveillance les indicateurs qui annoncent ou indique le développement relatif des scénarios entre eux.

Opérationnellement de fais des recherche sur internet, je monitore une grande variété de sites significatifs, j'anime des atelier de prospective avec des industriels et des leaders industriels et je formalise les résultat dans des conférence de synthèse.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Je pose des questions à tous le monde. Je suis intéressé à connaître les perceptions de tous le monde sur tout car pour moi, c'est le changement des modèles de références qui composent l'intelligence collective des sociétés qui indiquent et déterminent les changements qui interviendront dans le futur de ces sociétés.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Oubli une partie de ce que l'on t'a enseigné et arête de concevoir le présent comme une suite du passé mais considère le plutôt comme ce qui précède le futur. Dès lors ton regard et tes cadres de référence deviendront ceux en devenir plutôt que ceux en disparition.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Je voie deux qualités prédominantes

Premièrement il faut être intensément curieux. Il faut avoir le réflexe de toujours demander pourquoi, de toujours vouloir établir les structures de causalités qui explique l'état des choses.

Deuxièmement il faut avoir un goût et un talent pour la synthèse. Il faut être intrigué par les liens indirects qui expliquent tant de situations. Il faut avoir comme activité intellectuelle prédominante le goût de comprendre comment il se fait que les choses et situations sont ce qu'elles sont et quelle seraient les impacts d'éventuels changements dans les structures de causalités. Il faut mettre plus d'énergie à rechercher les bonnes questions que les bonnes réponses.

Par rapport à la question je répondrais qu'il faut être plutôt balancé en terme de gauche ou droit, je crois que visuel ou auditif ne fait pas de différence mais je crois qu'il faut en même temps être intuitif, créatif et rigoureux.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Je crois que la métamorphose de la société occidentale se fera en 25 ans. Je travaille plus attentivement à définir la situation dans 10 ans, je crois qu'une discontinuité systémique interviendra avant 2015 et je mets beaucoup d'énergie à cartographier les séquences de

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

discontinuité qui interviendront dans les prochaines années et à déduire des événements qui devraient advenir dans l'année courante, puis dans le prochain mois.

COMMENT FAIRE POUR ÊTRE NE PAS ÊTRE PIÉGÉ PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATÉGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ÉCHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITÈRES DE SÉLECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ÊTRE INTRANSIGEANT ?

C'est tout l'intérêt d'une approche qui permet de traiter le global long terme en premier puis d'itérer vers le local court terme car ça permet d'éviter que des mouvements ponctuels, parfois provoqués, qui sont incohérents avec l'ensemble puisse nous berner.

Pour moi le monde est cohérent et la masse critique de la conscience collective est le principal facteur déterminant donc si je ne peux pas relier d'une manière quelconque l'événement ou l'information à l'ensemble alors je n'en tiens pas compte, sans toutefois l'oublier.

AVEC LES PHÉNOMÈNES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'ÉPHÉMÈRE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DÉFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Pour moi, nous sommes à une frontière de civilisation. À la fin d'un monde qui a permis le développement du mode de vie moderne mais, aussi à l'orée de celui qui permettra la consolidation de ce mode de vie mais dans une forme qui permette de le rendre accessible à l'ensemble des citoyens de la planète et cela sans provoquer la destruction de la biosphère.

Donc la situation est particulièrement embrouillée parce qu'actuellement, deux mondes coexistent et que les tendances qui en découlent sont complètement différentes et souvent contradictoires. Résultat il y a les tendances du passé que l'on promet pour relancer le système et celle du futur qui prennent leur sens dans un modèle de société qui ne domine pas encore la scène publique mais que le temps confirmera.

De plus il y a l'émergence des natifs numériques qui viennent tout mélanger avec leurs cadres de références complètement différents.

Résultat, le décodage des tendances est devenu particulièrement difficile.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ÉCONOMIQUES QUI INTÈGENT LE MIEUX LE DÉCODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATÉGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DÉCODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS À VENIR ?

Ici il faut noter que je vous écris du Québec

Je crois que le secteur de l'agroalimentaire est un de ces secteurs. Alors que la fonction sociale de l'alimentation est sujette à changer pour devenir beaucoup plus santé les entreprises et les réseaux entreprennent une transformation de leurs usages en conformité avec l'émergence de critères plus près des créatifs culturels.

L'autre secteur qui accélère cette prise en considération de tendance est celui du transport. Les pressions augmentant les consommateurs deviennent de plus en plus soucieux de l'impact environnemental de leur transport et alors qu'il y a peu les gros et puissants véhicules étaient perçus comme un démonstrateur de succès aujourd'hui ce sont de plus en plus les plus petits et efficaces véhicules qui deviennent des démonstrateurs de conscience et de sens des responsabilités.

Le troisième serait celui de l'énergie. Il m'apparaît que l'incertitude grandissante par rapport à la disponibilité des énergies fossiles de même que par rapport à leurs acceptabilités environnementales induit une charge de transformation des critères d'achats des équipements notamment et que l'industrie de la distribution devra apprendre le plus

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

fidèlement possible ces transformations et l'émergence de nouvelles tendances pour transformer son offre et s'y ajuster.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Moi je mets une partie significative de mon énergie à expliquer l'importance de quitter l'univers de la simple prévision, rayonnante et extrapolée pour entrer de plein pied dans celui de la prospective, convergente et interpolée car c'est la meilleure approche dans les temps plus chaotique ou la turbulence est très forte.

Donc, pour moi l'heure est à la posture d'innovateur et il faut intégrer dans nos vies l'habitude de voir plus loin si l'on veut aspirer à une certaine sécurité et à une pérennité.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

- ∇ Les entreprises qui font de la recherche et développement et qui par conséquent doivent figurer l'atterrissage de leurs projets
- ∇ Les entreprises qui participent à la fabrication des équipements de transport
- ∇ Les entreprises qui dépendent de modèles d'affaires fortement dépendant de la culture de consommation

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ∇ Geoffroi Garon, un anthropologue du web social
- ∇ Gaston Marcotte, le président du Mouvement humanisation
- ∇ Fabien Deglise, un journaliste du devoir

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ∇ Les **newsletters sectorielles** qui annoncent l'émergence et la pénétration des nouveaux modèles
- ∇ Les **blogs** qui permettent l'émergence de nouveaux paradigmes
- ∇ Les **communautés** qui catalysent la consolidation des nouveaux modèles de référence.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ∇ Fin du contrôle des ressources par l'occident et du dollar américain comme monnaie de référence et fin du Américan Way of Life comme modèle de réussite des civilisations.
- ∇ Introduction généralisée de la notion de produits vivants qui seront conçus pour évoluer et pour une durée illimitée en tant que tout. Les composantes auront une fin de vie programmée mais pas le tout.
- ∇ Régionalisation intensive du mode de vie. Remplacement d'une portion importante des déplacements physiques par des déplacements virtuels. Réduction par plus de 50% du transport aérien et du commerce international.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Le Devoir
- ▽ Le Courrier International
- ▽ The Economist
- ▽ Le monde diplomatique

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Matthew Simmons qui s'exprime sur le pétrole
- ▽ Paul Jorion qui s'exprime sur l'économie
- ▽ Alain Gourhant qui s'exprime sur la psychothérapie intégrative

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

La je suis plutôt casanier alors il y a :

- ▽ Montréal évidemment ou je suis souvent
- ▽ Il y a aussi l'arrière pays du Québec ou j'aime bien aller mais pas pour me recharger en idée mais plutôt en énergie
- ▽ Mais il y aurait aussi le Vietnam, la Mongolie ou les Antilles pour les mêmes raisons

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

En premier il y a Blade Runner qui représente ce qu'il faut éviter...
Home qui représente l'important devenant urgent !

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ La série des mondes du non-A de Van Vogt traduit par
- ▽ La série de Fondation de Isaac Asimov
- ▽ L'âge de la connaissance - de Marc Halévy
- ▽ La mort de la globalisation - de John Saul
- ▽ Beyond oil - de Kenneth S. Deffeyes

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Marc Halévy avec sa révolution noétique
- ▽ Emmanuel Todd avec le rôle de l'éducation et son impact sur la démocratie
- ▽ Hans Rosling concernant la ré-émergence de l'Asie

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Décroissance
- ▽ Gouvernement mondial
- ▽ Coût de l'énergie
- ▽ Rareté des ressources
- ▽ Régionalisation de l'économie

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

Copenhague avec son mode de vie franchement écohérent

Le Storytelling d'Emmanuel Racca ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Créatif avant tout, ce questionnaire à brosse un portrait déjà au plus près de ma personne, tout en écoutant GUSH à fond, un groupe français qui vient de sortir un premier album. Les vibrations sont très positives un pop rock offrant la part belle aux voix et aux instruments...Nous allons vers la simplicité et le vrai tout ce que j'aime...

Plus personnel je vais orienter ma création vers les entreprises et je mijote quelque chose mais chut pas encore sur le gaz pour l'instant...Sinon je participe à la rédaction d'un livre blanc avec des managers de l'internet sur : Que sera l'internet dans deux ans...

Nom Racca

Prénom Emmanuel

Fonction DG Directeur de Création

Organisme/Firme Agence Nouveau Sens/création de marque

Blog[s] / site[s] <http://www.designverbal.fr>

<http://www.speednaming.com/>

<http://www.nouveausens.com>

Ouvrages/ Retour à Cancale [nouvelles sur l'enfance]

Mail [optionnel]

Votre pays / ville France/Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Prospectiviste innovant.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Parcours atypique, droit des affaires droit du travail, en passant par le marketing, et la création publicitaire...Puis comédien et scénariste...Formation/Ecole des cadres du commerce et affaires économiques, Ecole supérieure de publicité et marketing Paris.

Je pense que l'on est et que l'on naît avec...J'ai toujours été attiré enfant par les nouvelles choses, tant au niveau de la consommation que sur différents moyens d'expression comme la musique la photographie, la mode...il n'y a jamais eu de déclic chez moi je suis en perpétuel renouvellement...Et chasse les curiosités et les nouveautés...

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Je n'ose dire que je m'intéresse à tout...Mais c'est en fait le cas, bien que mon domaine d'activité soit la création de nom de marque, j'ai un faible pour le design, l'aménagement de l'espace [l'architecture intérieure], l'identité visuelle, la mode...Mais l'on ne peut se détourner des autres secteurs qui peuvent s'imbriquer par jeux de liens...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Dans un premier temps il y a la représentation d'un « bouillon » généralement « sale » symbole de la saturation d'un quotidien, d'une fatigue, d'une lassitude et ce dans le domaine concerné, qui strate par strate va s'épaissir jusqu'à déborder. C'est au moment ou ce débordement s'amorce [phase d'attente, de manque] que naissent les visions les tendances...En parallèle il faudra observer les comportements, lire la presse magazine mondiale afin de recouper les orientations, passer des heures de veille sur le web pour analyser débusquer des transformations...Le langage...Détermination des axes d'orientations suivant la thématique, nourrir ses visions de tendances sur l'ensemble des domaines, analyser le comportement des jeunes leurs aspirations avant et après débordement, c'est eux l'avenir...

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Les discours dans les lieux publiques sont des signaux intéressants, à la terrasse d'un café au restaurant, dans un train...les paroles d'une chanson sur une musique nouvelle composée d'une certaine façon donne un nouveau sens, de nouvelles pistes à explorer, la matière première vivante va être le catalyseur de la réflexion...

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Aucun ! Sauf celui d'être lui-même de sentir les choses de lui-même, s'il a des résultats c'est qu'il a du « nez » et qu'il faut exploiter cette voie...

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

J'ignore si il y a des prédispositions, mais l'avantage sera à celui pouvant utiliser l'hémisphère gauche de son cerveau plutôt masculin et occidental ainsi que son hémisphère droit plutôt féminin et oriental, afin d'entrer en résonance avec les deux ...Et avant tout il faut être curieux, curieux et avoir une soif d'intérêt, si l'on est créatif à mon sens c'est mieux c'est que l'on est un peu plus sensible que la moyenne et plus à même de sentir avant tous le monde...Et donc aussi de créer de nouvelles pistes...

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Désormais c'est 3 à 5ans en ce qui me concerne, en regardant sur les trois à cinq dernière années on se rend compte du décalage qu'il y a alors qu'avant il fallait 10ans pour un changement sensiblement identique...Mon horizon de prédilection varie en fonction des thématiques généralement, c'est 3-5ans, puis très long terme 15-20ans [changement biologique, et comportemental].

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Se mettre en retrait du « bruit », ne pas prendre en compte certains signaux, ne pas se laisser soi même entrainer dans la « danse de la tendance » pour cela ne pas changer son cap, vérifier ses sources, épurer l'information au lieu de l'étirer...

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance se chasse certes, mais celle-ci se révèle et se réveille d'elle-même également, elle devient une évidence...Une tendance en 2010 se traduit par un comportement et une attitude ou la réflexion est l'arcane majeure, une tendance en 2010 fait moins la part belle à l'impulsion...[Achat bon marché par exemple] Ce qui se ressent dans pas mal de domaines notamment dans la grande distribution qui en pleine effervescence...

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ∇ Mode, Agro alimentaire, Cosmétique.
- ∇ Grande distribution, Agro alimentaire, Transport.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRES, INTELLECTUELS, ETC

- ∇ David Genzel mon professeur de communication, aujourd'hui créateur de l'excellent blog influenceur parisien David et Céline...
- ∇ René Duringer pour la pertinence de ces articles et son remarquable travail sans cesse mis à jour...
- ∇ Laurence Simon artiste peintre, pour ses toiles grands formats et vibratoires...

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

L'ensemble de ces outils...

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ∇ L'atrophie de la mémoire va croître chez certains notamment les plus défavorisés, elle sera supplantée par des « machines » payantes faisant office de mémoires annexes sorte d'avatar personnel qui archivera les données...L'homme sera porteur de son propre avatar mémoriel...
- ∇ Intégration corporelle des données [bio data], carnet de santé, fiche d'état civil, passeport, sécurité sociale...
- ∇ Paiement généralisé via mobile pour les paiements pratiques de petits achats [parking, horodateur, timbres, journaux, cigarettes, boissons, pain...]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ ELLE,
- ▽ L'OFFICIEL,
- ▽ VOGUE,
- ▽ AD,
- ▽ INFLUENCIA,

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ? LE BLOG DE DAVID GENZEL « DAVID ET CELINE »,

- ▽ Minute Buzz,
- ▽ Facebook,
- ▽ Google,
- ▽ l'observatoire des tendances.

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Groix,
- ▽ Cannes,
- ▽ Rome...
- ▽ Los Angeles

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Persépolis,
- ▽ 2001 l'odyssée de l'espace,
- ▽ Soleil Vert,
- ▽ la grande bouffe,
- ▽ Capricorne One.

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Peter Brook l'espace vide,
- ▽ Spinoza,
- ▽ Paroles Zen,
- ▽ le Yi King,
- ▽ DALI.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Joël de Rosnay,
- ▽ Marc Halévy,
- ▽ le Corbusier.

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

- ▽ Neuronal,
- ▽ Dé formatage,
- ▽ Sur mesure,
- ▽ Individu,
- ▽ Qualité.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ La Gare de Saint Pancrace à Londres,
- ▽ L'hôtel color design à Paris,
- ▽ L'Hôtel Mama Schelter à Paris.

Le Storytelling de Matthieu Bourguignon ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Bourguignon
Prénom : Matthieu
Fonction : Entrepreneur, Blogueur, & Consultant indépendant
Organisme/Firme : En cours de lancement
Blog[s] / site[s] : eWatcher.fr
Ouvrages
Mail [optionnel]
Votre pays / ville : Sèvres [92]

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Pisteur d'opportunités, tour à tour premier de cordée ou sherpa en fonction des projets.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Formation en Ecole de Commerce, j'ai principalement travaillé à l'étranger, d'abord dans l'industrie des cosmétiques puis chez un lessivier US. La prospective est une seconde nature pour un professionnel du marketing. Dans ma vie d'entrepreneur elle est devenue une première nature car c'est elle qui fait avancer.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Faire progresser les notions d'intelligence collective, accessibilité des savoirs et création de valeur sociale.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Chasser les tendances est un état d'esprit. Je pars du principe que tout le monde à la faculté de développer ce talent. Envie de faire bouger les lignes, curiosité naturelle et soif de connaissance voilà ce qui me plaît dans cet exercice. Ce n'est pas mon activité principale mais juste une parenthèse indispensable pour sortir le nez du guidon et réajuster le cap à suivre quelle que soit la « météo ».

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

« Ah ! Que la vie est quotidienne » dirait Jules Laforgues. Mais l'entrepreneur n'est pas un poète du déclin. Bien au contraire il sait faire de son quotidien une source inépuisable d'opportunités pour trouver ses calebasses. En Afrique la calebasse est investie d'un pouvoir considérable. Pourtant au

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

premier abord le calebassier ferait tout juste du bois de chauffe étant donné que son fruit n'est pas comestible. Le visage des villages africains ne serait pas le même sans elles. Son utilité est à la fois fonctionnelle [récipient], ludique [instrument de musique] et spirituelle dans la culture traditionnelle. Pour trouver ces Calebasses dans son quotidien, il faut de l'écoute avant tout, mais aussi patience et humilité, car l'émetteur utilise rarement la même fréquence que vous.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Choisir des thématiques de prospection qui correspondent à ses centres d'intérêts profonds. Un passionné de monde virtuel, déploiera son travail sur une prospective sociale. Si ce sont plutôt les enjeux écologiques qui le passionnent, on se dirigera vers des flux d'information et d'interaction sur l'environnement. La chasse aux tendances peut être ingrate. Elle doit donc être avant tout une affaire de plaisir, car on peut attendre parfois dans le brouillard.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGoureux, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

On peut tous imaginer le monde de demain, sans pour autant s'appeler Jules Vernes. Un chasseur de tendance ne sera pas pour autant un futurologue. On peut avoir un sens aigüe de ce qui fera vibrer le cœur des femmes en matière de mode vestimentaire l'été prochain sans pour autant être capable de se projeter dans ce même univers à 10 ans. Il y a donc tout à la fois besoin d'une dose d'intuition mais aussi de logique à confirmer ce qu'on ressent. Au final l'absence de compétence particulière, c'est ce qui permet à des autodidactes de capter des indices imperceptibles par tout à chacun pour leur permettre de prendre la meilleure décision. Si les éléments techniques s'apprennent toujours, l'intuition est innée même si elle se cultive au quotidien.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

La distance de projection varie en fonction du projet et de ma connaissance des enjeux du secteur. En général j'ai une prédisposition pour me projeter à moyen terme. Il m'est donc indispensable d'être entouré et de collaborer avec des personnes qui ont des lunettes de visée plus courtes.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Surinformation et désinformation, sont les plaies en matière de prospective et de prise de décision. Le problème du tri se pose assez vite quand on est confronté à un volume important de données à traiter. Car très vite on peut devoir faire face à un véritable mille feuilles d'information totalement ingérable. Deux approches possibles qui peuvent fonctionner en parallèle : 1/ la méthode dure : technique de la terre brûlée qui consiste à tout écraser pour reconstruire des flux épurés ou 2/ la méthode douce : faire évoluer son suivi en fonction des nouvelles technologies. A mon niveau je suis passé depuis 2 ans d'une veille active de type flux/alertes/logiciel, à la création d'une communauté d'expert dans les thématiques qui m'intéressent. J'abandonne progressivement Netvibes qui devient chronophage, intrusif et restrictif. Cette solution me permet de travailler en étroite collaboration grâce à Twitter, Facebook ou LinkedIn avec mes contacts sans être intrusifs. Je peux du coup valider la pertinence de certaines informations en cas de doute.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Le futur s'invente ici et maintenant. Le trend-setter créé une rupture dans un univers connexe à son milieu d'origine. Quand Andy Warhol mélange des célébrités, des marques et des couleurs, il devient le porte drapeau d'un mouvement qui le dépasse puisqu'à l'origine c'est un publicitaire. En 2010 le Pop Art fait vendre alors qu'un vent de contestation souffle pour dénoncer les dérives de la société de consommation, du culte de l'individu et de cette quête de la célébrité. Pepe Jeans ne s'y est pas trompé avec le lancement récent d'une gamme Warhol. Dans ce retro-marketing, le consommateur se sent rassuré. Vie héroïque qui retrace la vie de Gainsbourg surfe sur cette vague contestataire. Après la crise financière, c'est un tsunami économique qui déferle. Les dégâts sociaux seront irréversibles pour les peuples et les plus fragiles. Malgré les effets d'annonce l'influence des Etats englués par le poids de leur dette ne peut que régresser. Le « people power » est de retour. Un nouvel ordre culturel est en marche, il lui reste à trouver ses théoriciens, son iconographie et ses Warhol. Les applications économiques suivront. Pour l'heure les fondations, dont l'un des piliers est technologique, se mettent en place.

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

3 secteurs économiques qui intègrent le mieux le décodage des tendances dans leur stratégie :

- ▽ Cosmétique
- ▽ Mode
- ▽ Agro alimentaire

3 secteurs qui doivent se réinventer dans les 10 ans à venir :

- ▽ Construction
- ▽ Financier
- ▽ Transport/Automobile

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Un follower est toujours en retard. C'est la différence avec un entrepreneur qui doit apprendre à regarder les deux yeux ouverts en permanence : l'un pour le doigt et l'autre pour la lune. Mais l'exercice est périlleux car les paramètres de l'écosystème dans son secteur varient constamment. Prenons un exemple totalement virtuel, et imaginons que je réfléchisse actuellement au lancement d'un service qui propose d'appliquer le covoiturage au transport aérien. L'opportunité est réelle puisque la plupart des jets privés qui sillonnent la planète sont vides. Cette offre n'existe pas et je considère que l'opportunité est vraiment belle à horizon 5 ans. Le contexte est favorable puisque des sites généralistes proposent de la location de particulier à particulier, et le covoiturage se développe. Cependant personne n'a encore proposé cette solution dont le concept reste à inventer. J'ai donc la possibilité d'être un leader sur ce marché en devenant. Après avoir levé tous les freins, je décide de me lancer. A priori tous les indicateurs sont au vert. Or juste avant le lancement du site début 2011, 3 offres concurrentes qui arrivent de nulle part sont lancées : un constructeur d'avion privé, Google parce que l'un de ses dirigeants est passionné de voltige et une société indépendante avec un boîtier technique qui fait la différence. Echec et mat ? Pas sûr même si ce sera plus compliqué que prévu et ça l'est toujours quel que soit le marché. Pourtant vous avez vu au-delà du follower de tendance.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vous avez participé à la création d'un service et donc d'une tendance dans un secteur donné. Pour l'entrepreneur la notion de tendance est toute relative dans un monde qui bouge de plus en plus vite. Une tendance quand elle est publiée en tant que telle, a déjà perdu beaucoup de son potentiel.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

S'offrir les moyens d'une vigie capable de suivre les tendances est un luxe énorme. Rares sont les sociétés qui ont les moyens de se payer un département prospective. A priori c'est le rôle du marketing, mais la plupart du temps ce dernier est englué dans l'opérationnel et passe au final peu de temps à essayer de se projeter au-delà de 3 ans. Les comptes sont publiés tous les trimestres, les résultats doivent donc être immédiats. Dans ce contexte il n'y a pas d'entreprise type même si toutes les multinationales le font. Pour les autres ça dépend beaucoup du profil des dirigeants et des cycles de ventes.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Facebook avec un travail de profiling
- ▽ Flux RSS grâce à Netvibes
- ▽ Newsletters ciblées et Alertes Google paramétrés avec les mots clés des thématiques, projets et marchés sur lesquels je travaille

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ « People power » dans toutes les dimensions de la vie sous l'impulsion de la crise : démocratie locale et participative, entrepreneuriat individuel, et bien sûr l'auto-apprentissage.
- ▽ Emergence d'une nouvelle forme de culture engagée et contestataire qui frémit mais se cherche toujours ses Warhol.
- ▽ Retour en force de la valeur solidarité plus localement sur une terre meurtrie et dans un monde en quête de sens.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Le Monde
- ▽ Le Figaro
- ▽ Rue89
- ▽ Silicon Alley Insider
- ▽ Entrepreneur.com

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Transnets
- ▽ ZDNet
- ▽ Mashable US
- ▽ TED : Ideas worth spreading
- ▽ Cyberpresse

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ New York
- ▽ Bruxelles
- ▽ Casablanca

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Brazil
- ▽ Avatar
- ▽ We feed the world
- ▽ Une vérité qui dérange
- ▽ Let's make money

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Les pensées - Marc Aurèle
- ▽ Après la démocratie – Emmanuel Todd
- ▽ L'axe du loup – Sylvain Tesson
- ▽ Les 7 habitudes – Stephen Covey
- ▽ Les entretiens de Confucius

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Nicolas Hulot
- ▽ Muhammad Yunus
- ▽ Stefan Sagmeister [tout récemment vu sur TED]

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Effervescence
- ▽ Tensions
- ▽ Solidarité
- ▽ Limite
- ▽ Espoir

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ New York
- ▽ Londres
- ▽ Johannesburg

Le Storytelling de Jean-Yves Prax ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom PRAX
Prénom Jean-Yves
Fonction Président
Organisme/Firme Groupe Polia
Blog[s] / site[s] www.polia-consulting.com
<http://www.management-solidaire.com/>
<http://www.polia-editions.com/>
<http://community.webshots.com/user/jyprax>

Ouvrages

http://www.amazon.fr/s/ref=nb_sb_noss?_mk_fr_FR=%C5M%C5Z%D5%D1&url=search-alias%3Dstripbooks&field-keywords=jean+yves+prax&x=0&y=0

Mail [optionnel] jean-yves.prax@polia-consulting.com
Votre pays / ville Paris

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

- ∇ Imposteur légitime
- ∇ Chasseur de déviances.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Doctorat en Géologie. 10 ans dans une société d'exploration pétrolière, comme géophysicien puis manager. 2 ans comme Directeur Général d'un Apple Center. Puis fondation de CorEdge mon premier cabinet de conseil en Knowledge Management en 1993. Premier livre édité en 95 chez Armand Colin. Depuis j'en ai écrit 8, dont un en japonais. J'ai enseigné à Sc Po, suis maître de conf. à l'ENA et intervient aussi à Hitotsubashi Tokyo.

Quand j'ai lancé l'idée du KM en 1993, c'était un coup de pot : le hype [venu des US] sur le sujet est arrivé en France vers 98 environ, m'a rattrapé et m'a « consacré » pionnier dans le domaine a posteriori... C'est là que j'ai compris l'intérêt et le pouvoir d'anticiper les émergences.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

- ∇ Management & organisations : Knowledge Workers et « post-capitalisme »
- ∇ Processus d'innovation
- ∇ Les territoires à l'ère des réseaux
- ∇ Les Organisations de Solidarité internationale
- ∇ Société et notamment interculturalité et intergénération

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Je ne suis pas chasseur de « tendances », mais plutôt de « déviances »

Je ne fais jamais de veille [de façon intentionnelle], je ne vais jamais dans les salons, je lis peu de revues dans mon domaine professionnel. Je fréquente des milieux très insolites, notamment dans le domaine artistique : graffeurs [tags], théâtre Kabuki japonais, calligraphie chinoise, troupe de musique baroque, jazz bien sûr...

Je cherche beaucoup à m'exposer à des situations où je suis « illégitime », car je crois que pour innover, il faut lutter contre cette chape de plomb du jugement des autres qui regardent d'abord votre « statut » [CV, titres, etc...] avant d'écouter vos propos. Les mêmes qui, en face d'une idée innovante, déclareront de manière péremptoire « ça ne marchera jamais ! ».

Si vous êtes un expert-consacré et reconnu, alors ils applaudiront à toutes vos grimaces. Si vous ne l'êtes pas, alors tout ce que vous pourrez dire d'impertinent sera retenu contre vous, au premier degré.

Comme disait Marc-Antoine Charpentier, compositeur de la fin du XVII^e siècle dont le génie a été éclipsé par Lully, dans son épitaphe :

« J'étais musicien, jugé bon par les bons, et ignare par les ignares ; et comme beaucoup plus grand était le nombre de ceux qui me méprisaient que de ceux qui me louaient, la musique me fut d'un petit bonheur et d'une grande charge ... »

En ce qui concerne le processus « épistémologique » qui conduit à une émergence, je crois beaucoup au principe des 5 niveaux de « Pourquoi » et à remonter aux « attentes fondamentales » [donc souvent implicites] des clients [ou des clients des clients].

Prenons un exemple en partant du haut - En France, il est incontestable que :

1/ la population est vieillissante [en volume et en âge],

2/ le coût de la prise en charge hospitalière va grandissant et est déjà « insupportable ».

On peut en déduire une « attente fondamentale » pour les 10-20-50 années à venir en matière de MAD-HAD [médicalisation/hospitalisation à domicile], -> dont on peut déduire une multitude de services, technologies, offres innovantes...

[cet exemple n'est pas un scoop, mais il a l'avantage d'être assez parlant – supposons maintenant qu'on le décline sur le « milieu carcéral »... on peut arriver à des scénarios assez décalés].

Cela dit, il faut se méfier d'un artefact bien connu chez les innovateurs, quand on les interroge sur le chemin qui les a menés à leur gloire ! En psychologie, on l'appelle « l'identité narrative » [concept introduit par Paul Ricoeur] :

Supposons qu'un inventeur-entrepreneur ait eu un parcours chaotique, une suite d'erreurs, de fausses pistes, d'errements, des couples produits/marché qui n'étaient pas le bon, et puis dans toutes ces branches buissonnantes, un facteur exogène [c'est-à-dire absolument pas sous son contrôle] fait que, a posteriori, une des branches explose sur le marché, - succès énorme et lui-même est requalifié de précurseur génial. Sous le regard des autres il va progressivement modifier sa posture, et **d'imposteur illégitime il deviendra un héros...**

Quelques années plus tard, au faite de sa gloire, quand on lui apportera un questionnaire comme le votre, il risque fort, au nom du principe d'identité narrative, de reconstruire un processus très rationnel, répondre de manière assertive à des questions [alors qu'à l'époque il faisait n'importe quoi...]. C'est tout juste s'il ne raconte pas qu'il a été interpellé dans son sommeil par une voix...

Ce n'est pas par malhonnêteté, il a tout simplement oublié que cela ne s'est pas passé comme cela, et les médias n'aiment pas trop qu'on réponde à leurs questions en disant « j'étais là au bon moment ».

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS

Des conseils qu'il aura mission de ne pas suivre.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOUREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Qualités d'un innovateur :

- ▽ Créativité et énorme sens critique, soit folie et rigueur à la fois
- ▽ Ambition et humilité, soit voir grand et loin, agir petit à petit.
- ▽ Pugnacité et pugnacité et pugnacité.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

C'est confidentiel ☺ !

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Ne pas s'intéresser aux rumeurs, infobésité sur les tendances, stratégies d'influence des marques, effets d'échos, buzzs. C'est trop « rase-moquette », il faut s'élever ; l'avenir de notre planète, de nos Sociétés ne manque pas de sujets de préoccupation qui peuvent occuper toute une vie..

La culture [art, histoire des civilisations, nature] est une mine d'or inépuisable pour inspirer notre créativité et faire face à des enjeux et défis contemporains.

Les architectes japonais mélangent l'hyper-modernité, la haute technologie, avec la plus pure tradition shintoïste, des matériaux naturels, et des ambiances zen. Quand *Fumihiko Maki* introduit dans les années 1970 le « métabolisme de la convertibilité » en architecture, qui permet de modifier l'utilisation des espaces en les adaptant aux besoins du moment, il ne fait que reprendre des éléments des constructions japonaises traditionnelles.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Ce qui est en flux tendu ce sont les buzz, les hypes médiatiques, les seins de Paris Hilton : ca se gonfle et ca se dégonfle... peu d'intérêt donc. Certes il y a une accélération, mais si vous prenez un sujet comme la *pile à combustible*, -qui est incontestablement une énergie non polluante pour demain, - qui répond à des enjeux considérables, -sur lequel tous les grands pays et constructeurs [sauf la France] investissent des milliards de dollars... vous vous apercevrez vite que le principe physique a été mis au point par Grove en 1839 !

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Evolution du monde professionnel, de l'emploi salarié, du rôle social des grandes entreprises...
interpénétration croissante des mondes -économique, -sociétal, -environnement et solidarité, -
éducation.

**ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT
REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?**

Prendre des risques ! On ne vit que deux fois !!

**EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR
TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ? D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU
BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC**

Mes enfants, 19, 21 et 25 ans

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Tokyo
- ▽ London
- ▽ Afrique

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ *La Méthode* d'Edgar Morin
- ▽ *The knowledge creating Company*, d'Ijukihiro Nonaka et Takeuchi
- ▽ *Kafka sur le rivage* - Haruki Murakami

**QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE
PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?**

- ▽ Peter Drucker
- ▽ Abraham Maslow
- ▽ Leif Edvinsson
- ▽ Emmanuel Todd
- ▽ Manuel Castells

Le Storytelling de Geoffrey Delcroix ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom Delcroix
Prénom Geoffrey
Fonction Chargé de mission
Délégation à la Prospective et à la Stratégie du Ministère de l'Intérieur, de l'Outre Mer et des Collectivités
Blog[s] / site[s]
bientôt sur :
<http://future-newswire.tumblr.com/>
Mail : geoffrey.delcroix@gmail.com
Paris, France

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Prospectiviste.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Sciences po Grenoble, un Dess de défense et géostratégie à Paris. Pendant cette formation, j'ai rejoint Futuribles comme rédacteur et chargé d'études junior. J'y suis resté comme consultant et chargé d'études. Je pense que mon intérêt premier pour les questions de sécurité et défense et pour les politiques publiques et la réforme de l'État ont fourni le « terreau » à un intérêt pour la réflexion de long terme, structurelle.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Géopolitique et défense, initialement, ainsi que réforme des institutions publiques. Mais je pense qu'aujourd'hui, la question des territoires et celle des usages des technologies de l'information sont au cœur de mes préoccupations.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Par principe, ce travail est multicanal, sinon il ne saurait être... Mais je pense qu'on finit par oublier l'essentiel : ne pas faire que chasser les tendances, mais aussi creuser l'analyse en profondeur, pour ne pas réinventer ! Je suis souvent frappé par la réapparition régulière de thèmes « nouveaux », qui en fait reviennent tous les 20 ans. Donc je dirais : sillonner le web, rencontrer des gens en dehors de mes domaines de prédilection, scruter tous les médias, mais aussi se perdre dans ma bibliothèque, et lire autant de livres et de revues que possible.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Surtout les rencontres et l'analyse de toutes petites news, parfois anecdotiques, mais que l'on peut faire monter en généralité, pour voir en quoi elles pourraient être des « *faits et idées porteurs d'avenir* » [Pierre Massé]. Ça demande beaucoup de curiosité, mais ensuite de faire passer l'intuition au crible de la raison.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Ne pas se cantonner à un domaine de savoir et garder une partie du temps pour des sujets « annexes » par rapport au travail quotidien. Il faut appliquer en quelque sorte la méthode des « googlers » : 70% du temps pour la charge de travail principale, 20% du temps pour un projet secondaire et 10% pour des sujets réellement iconoclastes... Au minimum !

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

A mon sens, la qualité principale sera l'ouverture d'esprit et la capacité à traduire, ou « surcoder » des idées ou informations venant d'un domaine vers un autre.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Cela dépend nécessairement du sujet, il n'y a pas « d'horizon » plus pertinent a priori, mais le plus souvent, les travaux intéressants explorent l'horizon des 15 à 25 prochaines années. Plus court, on élude souvent les questions de valeurs et modes de vie, plus loin, on peut se perdre dans les conjectures...

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Le premier critère est de vérifier la source, et si possible de remonter autant que possible la « chaîne » vers la source primaire. La seconde... c'est d'être à la fois spontanément ouvert aux nouvelles idées et terriblement méfiant. Surtout avec ce sur quoi tout le monde semble d'accord, en particulier donc les consensus d'experts!

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Ces phénomènes d'accélération sont réels, mais je reste persuadé qu'on a toujours dit ça. Je suis certain qu'en fouillant chez Pascal ou Descartes, on trouverait l'équivalent... Donc « ère du vite », bien sûr, mais tout ne change pas à chaque instant au même rythme. Les valeurs par exemple sont lentes à évoluer en profondeur, même si les modes de vie individuels bougent relativement rapidement. Et certaines de nos infrastructures de transport sont toujours posées sur des axes similaires aux voies romaines.

Ceci étant dit, cette accélération rend encore plus indispensable le travail de veille dans le travail de prospective.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Une tendance reste pour moi une évolution d'un phénomène, d'une variable, que l'on est en mesure de qualifier [plus, moins, ...] en fonction d'un certain ancrage dans le passé dont on pense qu'il la rend « robuste » [dans ce cas il s'agit d'une tendance lourde, dotée d'une certaine inertie, sans pour autant qu'elle soit immuable] ou en fonction de sa « résonance » avec un certain nombre de facteurs dynamiques qui conduisent à penser qu'elle s'accroîtra en importance, même si elle paraît encore négligeable [dans ce cas, il s'agit d'une tendance émergente].

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Les meilleurs décodeurs de tendances actuels

- ▽ Nouveaux usages d'internet [web services, web 2.0]
- ▽ Mode [mais d'une manière qui me paraît trop séparée du « reste du monde », autarcique]
- ▽ Automobile [mais sans conscience de la révolution en cours...]

Ceux qui en auront le plus besoin [mais je ne suis pas certains qu'ils le comprennent, surtout en France]

- ▽ « Industries » culturelles
- ▽ Les transports
- ▽ Les pouvoirs publics

ÊTRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Réponse similaire à la question 9 : trouver un bon équilibre entre la créativité et l'imagination d'une part, et le décryptage et l'analyse structurels d'autre part. En cela, il faut être à l'image des « T men » : associant largeur de vue et ouverture d'esprit à profondeur d'analyse dans leur domaine... C'est particulièrement compliqué, d'autant que dans la vie professionnelle quotidienne, à court terme, l'un des deux volets seulement est réellement demandé généralement, selon le secteur et le poste.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Celles qui ne sont pas englués dans une monoculture, qu'elle soit d'ingénieurs ou de financiers. Plus une structure sera diverse et « métissée », moins elle regardera son nombril ! Si tous les membres du Codir ont le même profil [age, sexe, origine et diplôme], c'est mal parti :-]

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

- ▽ Daniel Kaplan et la FING
- ▽ Céline Laisney [Ministère de l'agriculture]
- ▽ Hugues de Jouvenel [Futuribles]

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

- ▽ Les blogs et les flux RSS
- ▽ Des outils de visualisation de données dynamiques, comme ceux de google « public data »
- ▽ Les réseaux sociaux et le micro-blogging, en particulier twitter

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ▽ La connexion très haut débit mobile pour tous dans les pays riches et ses usages qui bouleversent l'ke quotidien [manière de travailler, de consommer, ...]
- ▽ La mort du clavier
- ▽ Une hausse importante du prix du pétrole

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Futuribles
- ▽ Wired
- ▽ Foreign Policy
- ▽ Le Monde

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ internetactu.net
- ▽ TED.com
- ▽ sigmascan.org

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Berlin
- ▽ Londres
- ▽ Tokyo [malheureusement pas réellement pour le moment !]

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority report
- ▽ Children of Men
- ▽ L'armée des 12 singes
- ▽ Blade runner
- ▽ Ghost in the shell

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ « The Tale of the Next Great War » de I. F. Clarke
- ▽ «le cycle d' « Hypérion » de Dan Simmons
- ▽ « Early Warning » de Ben Gilad
- ▽ « Out of the Blue » de J. Petersen

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

▽ « La Guerre au XXeme siècle » de Robida

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Peter Schwartz
- ▽ Hugues de Jouvenel
- ▽ Charles Leadbetter

Pour l'innovation et la création de technologie : Pranav Mistry [à TED, créateur de « Sixth Sense »]

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Pervasivité
- ▽ Ubiquité
- ▽ Résilience
- ▽ Sobriété
- ▽ Fonctionnalité

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ Est un lieu? Mais les conférences ted
- ▽ Le design council britannique
- ▽ Demos [à londres]

Le Storytelling de Charles Wassmer ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom WASSMER
Prénom CHARLES
Fonction FONDATEUR DIRIGEANT DE L'ŒIL PROSPECTIF
Organisme/Firme
Blog[s] / site[s] <http://www.oeilprospectif.fr>
Ouvrages
Mail [optionnel] charles.wassmer@wanadoo.fr
Votre pays / ville PARIS

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Label ? Marketeur prospectif, marketeur de l'anticipation

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Études : Sciences Po et Sociologie. Débuts professionnels comme attaché de recherche au CNRS [Cadis, laboratoire d'Alain Touraine, EHES] ensuite, Directeur d'études dans des sociétés d'étude marketing [2 ans] et enfin, avant de fonder L'Oeil Prospectif [mi 2008], 20 ans passés à PSA Peugeot Citroën. D'abord comme responsable Études et Stratégie marketing Citroën, ensuite comme responsable du marketing prospectif et stratégique PSA.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Il n'a pas de secteur véritablement préférentiel, dans la mesure où ce qui m'occupe prioritairement concerne les transformations sociologiques et culturelles et leur impact sur les différents secteurs et modes de consommation

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Ma démarche consiste à croiser macro évolutions [cette nouvelle modernité qui vient....] et micro faits, micro changements du quotidien. D'où ma façon de travailler : lecture croisée
C'est-à-dire, le matin : lecture des bons [et mauvais] auteurs en prospective, sociologie ...
L'après-midi : lecture de la presse [Le Monde, Elle dont Roland Barthes disait déjà que c'était un « Trésor Mythologique ». Le soir : fréquenter les lieux insolites [les vrais et accessoirement les plus branchés].

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Tout, dans la mesure où ce n'est pas ce que l'on voit qui est le plus important, mais la manière dont on regarde et on associe.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

De ne pas partir sans bagages et de ne pas imaginer que la chasse aux tendances s'apparente à la chasse aux papillons

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGoureux, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Plutôt cerveau droit au départ, avec une certaine rigueur et discipline de travail Et au delà la capacité de penser sur un mode systémique, de savoir dissocier temps court et temps long [au risque sinon de tomber dans la tendance de mode voire de prendre sa vessie pour une lanterne]

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Le moyen long terme, dans la mesure où il s'agit en permanence de mettre en perspective temps court et temps long En d'autres termes, le changement opère à la manière de plaques tectoniques [socio économiques, culturelles, générationnelles] qui glissent lentement les unes sur les autres, se mélangent pour produire du changement [et parfois des séismes, en période de mutation, ce qui semble actuellement le cas].

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

C'est le piège dans lequel peut tomber facilement celui qui se veut et se proclame chasseur de tendances. Ne pas savoir distinguer l'arbre de la forêt, et parfois croire voir la lune alors qu'il ne voit que son doigt En ce sens, parfois savoir décrocher du Net, des blogset se constituer une bonne culture générale, sociologique, prospective. voire s'intéresser à l'Histoire, science qui a l'avantage de travailler sur les cycles longs, et permet de regarder en perspective, et donc de relativiser

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance n'a de vérité autre qu'éphémère, que quand elle commence à se diffuser hors des cercles restreints qui lui sont dédiés. En d'autres termes, quand elle s'inscrit dans un mouvement de société plus large et porteur L'individu devenu connectif, plutôt que collectif est une tendance profonde et durable... FaceBook est une tendance de mode qui durera quelque temps

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Ce qui en tout cas feraient bien de s'y intéresser, ce sont tous les secteurs actuellement en crise dont la culture, les modèles économiques, marketing, industriels sont hérités de la Révolution industrielle et des 30 Glorieuses. On les reconnaît [Automobile, Presse, Syndicats, Partis Politiques...] à ce que la moyenne d'âge de leur clientèle est largement au dessus de 50 ans, et va être emportée par le départ massif et prochain à la retraite des baby boomers et le renouvellement des générations

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Avoir trop d'avance n'est pas toujours propice, si l'on veut vivre du métier de prospectiviste Les tendances déjà vieillissantes où tombées dans le domaine public font moins peur aux annonceurs et en ce sens sont plus rentables... Encore faut il en donner le bon mode d'emploi marketing, ce qui est moins évident et suppose d'avoir plusieurs casquettes

Voir plus loin est indispensable, mais est plus aléatoire, dans le sens où si les grands courants de la société 2030 sont déjà là, la façon dont ils peuvent s'incarner ou s'exprimer est moins prévisible

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Clairement, les grandes entreprises multinationales Dommage que les PME innovantes qui sont celles qui auraient beaucoup à y gagner aient peu de moyens à y consacrer

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, sociologues, universitaire, intellectuel, etc

▽ Gilles Lipovetsky,
▽ Michel Serres
parmi les plus connus

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Toutes sont indispensables Ce ne sont pas tant des outils et des techniques [on a trop tendance à privilégier l'aspect technicien des études] qui comptent que la manière dont on met en œuvre une problématique de recherche et une démarche

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

Inégalité et fragmentation socio économique et culturelle croissante, la grande classe moyenne des Trente Glorieuses est définitivement derrière nous.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

▽ ELLE,
▽ LE MONDE,
▽ COURRIER INTERNATIONAL

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Il y en a trop

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ ISTAMBUL [Orient Europe],
- ▽ SHANGAI [à condition de ne pas s'arrêter à la vitrine futuriste]
- ▽ NEW DELHI, etc

VOS 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Wall E,
- ▽ Soleil Vert.

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Temps des crises [Michel Serres],
- ▽ les Temps hypermodernes [G Lipovetsky]
- ▽ La marque du sacré [J P Dupuy]
- ▽ Anthropologie de la mondialisation [M Abeles]

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Thierry Gaudin,
- ▽ Edgard Morin

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

Le dernier lieu en date : le kare magic

Le Storytelling de François-Xavier Alexsens ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom BELLEST

Prénom François-Xavier

Fonction Sémiologue

Organisme/Firme ALEXSENS

Site <http://www.alexsens.fr> & Blog: <http://www.alexsens.com>

Ouvrages « Réenchanter le futur par la prospective RH »

Mail [optionnel] alexsens @ gmail.com [publié en césure]

Votre pays / ville France & Canada / Paris & Montréal

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Sémiologue

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Psycholinguiste de formation, avec option sémiologie appliquée à l'entreprise et aux marques. Dans l'étude des signes et du sens, en fonction des lois qui régissent notre vie sociale, nous sommes, sémiologues, dans l'obligation de porter un intérêt évident sur les comportements de demain, les attitudes naissantes. D'où un déclic avéré pour la tendance et la prospective, à la limite même de ce qu'on pourrait appeler le profiling.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Pas de territoire de réflexion de prédilection. Ceux-ci diffèrent selon mes prospects et clients.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ? VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

L'éventail pour décrire la chasse à la tendance est large. Ce n'est pas un process, mais des process. Pareillement, ceux-ci varient en fonction des problématiques rencontrées chez mes prospects et de mes clients. Les problématiques, qui une fois résolues, ne m'éloignent pas pour autant des sujets abordés pendant la mission ou en amont. C'est un travail permanent. Il est évident que le quotidien est emplit de lectures [magazines, hebdomadaires, quotidiens nationaux/internationaux, web], de rencontres, de voyages, d'observation des comportements de consommateurs, etc. Tous ces regards permettent de nourrir la réflexion et de dégager des grandes lignes.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Tous les signes qui peuvent être étudiés et qui font sens. Les méthodes de sémiologie permettent de nourrir la réflexion sans porter d'à priori ou de préjugés.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

D'être curieux sans porter de préjugés ni sur les choses ni sur les individus. De tenter de comprendre pourquoi l'évolution se ainsi faite. De savoir s'intéresser à tout y compris aux choses, ou aux comportements que nous n'aurions pas regardés car n'y portant pas d'intérêts personnels.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Avant tout être curieux ! D'avoir une ouverture d'esprit très large, toujours sans préjugés. Savoir porter un intérêt pour tout et son contraire. Il faut être autant intuitif qu'intellectuel, autant créatif que cartésien, autant visuel qu'auditif que sensitif. L'idéal est de savoir mettre en action, en musique, ses cinq sens pour « comprendre le Monde ».

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

Tendances à moyen/long terme.

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Toujours croiser ses informations.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Une tendance pour être définie comme telle doit répondre à des critères. C'est une projection du passé immédiat. C'est donc un mouvement d'ensemble, ou plus précisément, une orientation qui se dégage de l'examen, de la comparaison d'un certain nombre de faits et de leur évolution, sur une période donnée.

Cependant, j'utilise plus facilement des procédures liées à la discipline de la prospective. Concevoir et tenter de représenter le mieux les mutations et les formes possibles d'organisation socio-économiques d'une société ou d'un secteur d'activité dans un avenir économique est porteur de sens.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- 1^{er} Secteur : Mode/Luxe
- 2^{ème} Secteur : Industrie/Automobile/Énergie
- 3^{ème} Secteur : Grande Distribution

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

L'humilité et justifier pour quoi passé et présent engendre des avenir envisageables

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Les secteurs précités.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Tout dépend de l'environnement et de l'objectif du buzz.

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Avant tout, l'intelligence de l'Homme car point de technologies sans intelligence humaine.

- ∇ La lecture de Blogs, Magazines, documentaires, radios, tv, etc.
- ∇ L'écoute et la réflexion
- ∇ Les outils de mesure et le décryptage des grandes stratégies.
- ∇ La qualité des signaux faibles et la possibilité d'alternatives non prévisibles.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

- ∇ Du service, toujours plus de services mais avec l'excellence et la qualité.
- ∇ De la prise de conscience des catastrophes en tout genre, liés de près ou de loin aux dérèglements, devrait naître une responsabilité citoyenne plus forte, plus engagée qu'elle ne l'est aujourd'hui.
- ∇ le « e » rattaché au learding, working, etc...

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Vos 3 à 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ AMC,
- ▽ ARTRAVEL,
- ▽ DIPLOMATIE,
- ▽ IDEAT,
- ▽ LSA,
- ▽ WAD,
- ▽ WIRED

Vos 3 à 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

Pas de blogs ou de sites chouchous, sinon mon point de vue pourrait s'y limiter...

Vos 3 à 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

Villes européennes, canado-étatsuniennes, d'Amérique du Sud, australiennes, asiatiques...

Vos 3 à 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Aucun

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Aucun, je ne suis pas fétichiste...

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Edgar Morin,
- ▽ Umberto Eco,
- ▽ Victor Hugo

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Collaboratif,
- ▽ Converger,
- ▽ Énergie,
- ▽ Mobile,
- ▽ Responsable.

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

- ▽ 1 ville : Vancouver [Canada]
- ▽ 1 manifestation : L'Observateur Design [Paris & Europe]
- ▽ 1 avancée technologique : the witracity

Le Storytelling de Geoges Fulgencio ©

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom : Fulgencio

Prénom : Georges

Fonction : Co fondateur Ecovibio, coordination globale, accompagnateur

Organisme/Firme Ecovibio, réseau social de l'habitat durable.

Blog[s] / site[s] : <http://www.ecovibio.com> et <http://georgesfulgencio.blogspot.com>

Ouvrages

Mail [optionnel]

Votre pays / ville Paris

Co fondateur d'Ecovibio, nous avons mis en ligne un réseau social de l'habitat durable, mon constat, il est nécessaire de décroiser, de créer de l'ouverture entre toutes les parties prenantes. L'objectif du réseau social ECOVIBIO est de susciter les échanges entre professionnels et particuliers autour de la thématique de l'habitat durable. Mais je me qualifie également de consultant accompagnateur. Je crois fortement à l'accompagnement, afin d'établir une cohérence vers le développement durable, il est à mon sens, nécessaire de revenir à des fondamentaux, tout en s'adaptant à la modernité. Ma réflexion est portée vers l'intelligence collective, en ce sens, j'ai ouvert un blog afin de partager, de débattre,

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

Visonmanager, en cohérence avec mon activité, co fondateur d'Ecovibio.

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Ma formation et mon parcours sont liés, de par le fait d'être un autodidacte passionné par son métier, en effet c'est par les expériences sur le terrain et les échanges riches en relations que j'évolue dans le contexte de plusieurs univers, le bâtiment, l'habitat durable, le web 2.0, contexte large, le développement durable.

C'est au cours de l'année 1999, que je deviens entrepreneur, création et direction d'une entreprise, de bâtiment, rénovation et construction à la fois classiques et écologiques.

Dans la continuité de mes prises de consciences, en cohérence avec l'habitat durable, une nouvelle orientation, en 2008, fondateur et animateur d'un éco – réseau, que je qualifie de physique, puis le développement naturel, tel un éco système d'un réseau social de l'habitat durable, Ecovibio, dont je suis co fondateur, j'exerce la fonction de coordinateur globale, accompagnateur.

Le déclic et l'intérêt pour l'avenir, s'est déroulé naturellement, dans un premier temps par une rencontre déterminante, puis des lectures. Cela s'est confirmé par la véracité de faits, de tendances.

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

Le domaine qui m'intéresse est celui du web 2.0 et de l'habitat durable, et pour être plus large, le développement durable.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Mon territoire de réflexion est la philosophie sociétale, en appui, sur les trois piliers du développement durable, qui sont indissociable. Et celui des êtres humains, et leurs habitations, la mutation que nous opérons à chaque changement fondamental dans notre civilisation. Ensuite, je suis intéressé par tous les domaines, des ponts sont possibles entre chaque univers, mode, sociologie, informatique, technologie, sport.

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

Le process s'opère en harmonie avec la pléiades de mes sens et en complément, de ce qui se passe dans la réalité de la vie, la rue, les villes, les rencontres, l'observation des modes de vies, les salons, les conférences.

Et aussi se retrouver dans ma bibliothèque, de lire les magazines, puis le regard sur les comportements, les émotions des êtres humains.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

Ce qui me nourrit, c'est l'échange avec les personnes, l'observation des comportements dans le contexte globale de la vie de tous les jours, une sorte d'intelligence relationnelle que nous avons en chacun d'entre nous.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

De faire confiance à son intuition, à son guide intérieur, la connaissance de soi.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Cela est propre au fonctionnement de chacun, selon ses canaux de perceptions, les sens développés. Je ne sais si il y'a des prédispositions, je serais porté par le développement de cette hypothèse, les sens sont naturellement plus développés, chez certains, comment les ont t-ils approfondies ? Parfois, c'est héréditaire, il est bien possible que lors de son enfance, ses différents sens soient naturellement plus sensibles, et ils sont d'autant plus stimulés. Ce qui permet par la suite de percevoir des signaux, atmosphères, capter des couleurs, des tendances. Mais, je pense que chacun peut les développer.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

L'intelligence collective, la cohérence entre le monde et sa nouvelle vitesse temporelle, et notre adaptation, notre comportement, quelles vont être nos évolutions dans ce contexte ? Nouvelles technologies, notre intelligence d'adaptation, relationnelle, émotionnelle, les interactions entre ses différents contextes.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

Se faire confiance, et suivre sa ligne directrice, propre à chacun, la cohérence entre son idée, son intuition, marcher dans la réalité. Dans cette cohérence, pas de piège, puisque une liberté s'installe.

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Par ce que profondément, nous ne pouvons vivre dans l'éphémère, cela ne dure qu'un temps, mais nous avons à nous recréer dans ce rapport aux temps, à priori, les tendances sont plus courtes, les cycles de changements plus courts, la réponse est-elle en cohérence avec un développement durable ? C'est un mélange de genre, et c'est dans tout cela que nous pouvons rechercher les tendances, à nous de créer une nouvelle réalité, question, qu'allons nous créer ?

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

Les secteurs économiques qui consomment le plus d'énergie, et leurs interactions entre les nouvelles technologies, dans l'objectif de modérer les énergies, et de diminuer les consommations CO2, bâtiment, transport, agriculture, industrie.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

De marcher sur terre et de d'observer le ciel, puis la lune. C'est un consensus intérieur, et extérieur, aller trop loin oui, mais s'adapter à la réalité de maintenant aussi, de toute façon, sans passé pas de présent, et encore moins de futur.

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Surement, une entreprise sans projection dans le futur, ne peut anticiper, se préparer dans ce monde en perpétuelle mouvement, changement. Alors, mettre des moyens pour le faire, c'est construire un développement durable, à mon sens.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Cette réponse m'est délicate, de nombreux personnages contribuent à m'alimenter, c'est dans le flux de la vie.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

C'est assez proche d'une randonnée mais elle s'effectue dans le web, je me laisse porter par mes recherches, de liens en liens, il est possible qu'ils se trouvent dans des supports différents utilisés dans le web, de plateforme communautaire, à des sites, ou blogs.

VOS 3 ANTICIPATIONS POUR LA PROCHAINE DECENNIE ?

Mes trois anticipations pour les trois prochaines décennies, l'intelligence collective, l'habitat durable et la mobilité, le nomadisme, le sociétal de demain, l'interaction entre toutes les nouvelles technologies.

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

Management, Challenges, et surtout des magazines de différents horizons, journaux.

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

En fait, je navigue sur le web selon mes besoins.

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

La ville de Paris, une base de loisir dans les Yvelines, mon imagination.

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

- ▽ Minority report,
- ▽ les deux trilogies Star Wars.

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

Tout ce qui touche à la vie, philosophie, psychologie, religions, politiques, société.

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

Je suis ouvert à toutes visions, après j'active le libre arbitre, choix.

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Mutation,
- ▽ Adapter,
- ▽ Comment,
- ▽ Collectif,
- ▽ Valeurs,
- ▽ Sens,
- ▽ Direction.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ?

La rue, les villes, les ambiances.

Le Storytelling de Jean-Lou Bourgeon ^{CT}

PARLEZ-NOUS DE VOUS... VOS SITES, BLOGS, OUVRAGES, PROJETS, ŒUVRES ETC ? WHAT'S UP ?

Nom BOURGEON

Prénom Jean-Lou

Fonction Vice-Président Quimper Innov'action dans la vraie vie - cadre de base dans industrie textile

Organisme/Firme ARMOR-LUX

Blog[s] / site[s] :

<http://entrenoussoidit.blogspot.com>

<http://ipad-plaisir.blogspot.com>

twitter/jeanloub

facebook/jeanlou Bourgeon

Linked In

Ouvrages - pas encore mûr pour propulser - mes blogs / comments sont mon seul ouvrage

Mail [optionnel] jeanlou.bourgeon@gmail.com

Votre pays / ville QUIMPER

QUEL SERAIT VOTRE LABEL VOUS DEFINISSANT LE MIEUX ? CHASSEURS DE TENDANCES, FUTUROLOGUE, PROSPECTIVISTE, TENDANCEUR, ETC ?

- Catalyseur
- Facilitateur
- Propulseur

VOTRE FORMATION, VOTRE PARCOURS, EN QUELQUES LIGNES ??? COMMENT VOUS ETES VENUS A VOUS INTERESSER AU FUTUR, AUX TENDANCES, A L'AVENIR ? QUEL A ETE LE DECLIC ?

Aucun diplôme à part le certificat d'études et le BEPC - Sollicité sur le groupe Chasseur de Tendances sur Linked In. Spécialisé dans le livrel et la version 2.0 de l'Homme [sous son angle humaniste]. Initié par Bruno Rives en 2004 aux technologies émergentes. Passionné par Steve Jobs et mes business model. Ardent « scrutateur » des initiatives expérimentales telle celle de François Bon [publie.net]. Défenseur jusqu'au boutiste des droits d'auteurs, je prône une remise à plat de la convention de Berne, une remise à plat du système de répartition des revenus issus de la vente des créations et un ré-équilibre des recettes liées à la vente des ouvrages [print et livrels]. Initiateur de « numér'île, un observatoire et propulseur de la problématique de l'avènement du livre électronique et d'un changement de civilisation émergent consécutif aux flux [tel que le définit Thierry Crouzet].

DANS QUELS DOMAINES, SECTEURS D'ACTIVITE, THEMATIQUES VOUS INTERESSEZ-VOUS AU FUTUR, AUX TENDANCES ? QUEL EST VOTRE TERRITOIRE DE REFLEXION : FOODING, MODE, GEOPOLITIQUE, TECHNOLOGIES, LUXE, ARCHITECTURE, DESIGN, ETC ???

- Livre électronique et les flux
- Nanotechnologies [technologies]
- Humanisme

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

COMMENT DECRIRIEZ-VOUS VOTRE PROCESS DE TRAVAIL POUR CHASSER LES TENDANCES, ANTICIPER LE FUTUR ?

VOTRE TRUC C'EST : RENCONTRER DES INNOVATEURS, DES ARTISTES, DES DESIGNERS, SCRUTER LE WEB, DECODER CE QUI SE PASSE DANS LA RUE, VOYAGER, INTERVIEWER DES CONSOMMATEURS, LIRE DES REVUES, FREQUENTER DES LIEUX INSOLITES, OBSERVER LES MODES DE VIE AUTOUR DE VOUS, ALLER DANS LES SALONS OU EVENEMENTS POINTUS, VOUS PERDRE DANS VOTRE BIBLIOTHEQUE, ETC ?

- ▽ Veilleur et observateur
- ▽ Lecture quotidienne des thématiques technologie depuis Le Monde / Le Figaro / Libé / Les échos / Challenges Slate / Rue89 / Wired / New York Times Wall Street Journal / nombreux blogs et tweets / Facebook.
- ▽ Participe à quelques groupes de discussion sur Linked In.
- ▽ Initiateur dans le cadre du Salon international du livre insulaire de Ouessant d'une section dédiée au numérique depuis 2008, organisateur d'une série de conférences-débats sur le livrel avec des experts reconnus.
- ▽ Enfin, modeste blogueur sur l'ensemble des thèmes évoqués ci-dessus.

EN QUOI LA VIE QUOTIDIENNE PEUT VOUS ALIMENTER EN SIGNAUX FAIBLES ? QUELS SONT LES CHOSES PARTICULIERES DU QUOTIDIEN, DE LA RUE, DU MONDE REEL AU JOUR LE JOUR, QUI VOUS NOURRISSENT DANS VOTRE REFLEXION ?

La lecture des grandes marques traditionnels [presse] - participation à des forums s- échanges et points de vues - quelques blogs et réseaux sociaux.

SI UN JEUNE VOULAIT DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES, QUELS CONSEILS LUI DONNERIEZ-VOUS ?

Ecouter, lire, réagir et AGIR.

QUELLES SONT LES COMPETENCES PARTICULIERES POUR DEVENIR UN CHASSEUR DE TENDANCES ? IL FAUT ETRE CERVEAU GAUCHE OU CERVEAU DROIT ? PLUTOT AUDITIF, VISUEL, ETC ? INTUITIF, CREATIF, RIGOREUX, ETC ? EST-CE QU'IL Y A DES PREDISPOSITIONS INDISPENSABLES ?

Aucune, tout le monde peut le devenir - juste une motivation/implication.

VOTRE HORIZON DANS LEQUEL VOUS VOUS PROJETEZ ? TENDANCES A COURT, A MOYEN OU LONG TERME ? C'EST QUOI VOTRE HORIZON DE PREDILECTION ?

- ▽ Le livre électronique, l'outil
- ▽ l'humaniste, l'objectif
- ▽ le don et le partage, les moyens, la philosophie

COMMENT FAIRE POUR ETRE NE PAS ETRE PIEGE PAR LES RUMEURS, L'INFOBESITE SUR LES TENDANCES, LES STRATEGIES D'INFLUENCE DES MARQUES, LES EFFETS D'ECHOS, ETC ? QUELS SONT LES CRITERES DE SELECTION DE L'INFORMATION SUR LESQUELS IL FAUT ETRE INTRANSIGEANT ?

La presse établie n'est pas une source suffisamment fiable [très souvent des approximations, des erreurs, des remontées d'infos qui ne reflètent pas la réalité].

Le presse tradi a une tendance à relayer les enfumages des politiques qui, eux sont trop souvent godillots pour décider avec pertinence et en connaissance de cause [ex : Hadopi].

Il faut lire, analyser mais également prendre le pouls des blogueurs pionniers, de twitterers et des animateurs sur les réseaux sociaux et communautaires.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

AVEC LES PHENOMENES D'ACCELERATION DU MONDE, DE VITESSE, DE L'EPHEMERE ... EN QUOI CELA MODIFIE LE CONCEPT DE TENDANCES, DE FUTUR ? ALORS QUE TOUT SEMBLE EN FLUX TENDU, COMMENT CHASSER UNE TENDANCE ? D'AILLEURS, COMMENT DEFINIR CE QU'EST UNE TENDANCE EN 2010 ?

Tout ce qui a rapport à l'Homme est la tendance 2010 ! Le livre électronique y pourvoit de par l'aspect : diffusion de masse et accès à l'info, les savoir et la connaissance. Refaire l'Encyclopédie de Diderot et d'Alembert semble être une piste « satisfaisante »

QUELS SONT LES 3 SECTEURS ECONOMIQUES QUI INTEGRENT LE MIEUX LE DECODAGE DES TENDANCES DANS LEUR STRATEGIE ? VOTRE PRONOSTIC SUR LES 3 SECTEURS QUI FERONT LE PLUS APPEL DU DECODAGE OU DE L'ANTICIPATION DE TENDANCES DANS LES 10 ANS A VENIR ?

- ▽ Le Développement Durable, Solidaire Et Ethique
- ▽ L'accès Pour Tous A La Connaissance
- ▽ L'émergence Des Technologies De L'information [Rich Média, Réalité Augmentés, Ces Tes Types De Tendance Sans Oublier Le Web Des Objet [3.0] Et Les Date-Linked.

ETRE UN FOLLOWER DES TENDANCES QUE TOUS DECODENT OU PRENDRE LE RISQUE DE VOIR PLUS LOIN... COMMENT REUSSIR A RESOUDRE CE DILEMME ? QUELLE POSTURE PRECONISEZ-VOUS ?

Dans le moment, un mix des 2 - trop jeune pour dégager une « loi » du genre !

- 1 - Il faut suivre pour découvrir/savoir
- 2 - Propulser l'analyse

EST-CE QU'IL Y A UN PROFIL TYPE D'ENTREPRISE PRETE A METTRE DES MOYENS CONSEQUENTS POUR TRAQUER/DECODER LES TENDANCES DE SON SECTEUR ?

Trop court pour en désigner un - nous sommes encore trop dans le vieux monde 1.0
Nous devons franchir un cap vers l'ère des flux. Les lignes bougent / vont bouger. Il faut changer de « logiciel ». Nous passons du XXe siècle au 3ème millénaire. Nous changeons de monde. La civilisation amorce un virage qui sera tangible dans 100 ans environ, lente mais fulgurante transmutation de nos pensées. Est-ce du reste un modèle d'entreprise qui est à même de porter cet ADN ? ou un groupement associatif [ou tout autre type de structure/réseau ???] Ne nous accrochons pas aux modèles désuets du vieux monde - autre chose viendra ! En son temps, mais la mutation est déjà en mouvement.

SI VOUS DEVIEZ BUZZER POUR 3 PERSONNAGES DE VOTRE ENTOURAGE ??? CELA PEUT ETRE D'AUTRES CHASSEURS DE TENDANCES OU DANS CE MILIEU, OU BIEN DES ARTISTES, DESIGNERS, SOCIOLOGUES, UNIVERSITAIRE, INTELLECTUEL, ETC

Aucun pré-requis, il peut s'agir de scientifiques, d'artistes, de penseurs, qu'importe. Je remarque de nombreux « lambdas » qui se dérident et s'expriment au-delà de toute retenue sans faire cas de ses intérêts liés à son statut social ou son rôle dans l'entreprise. Sur Linked In certains cadres supérieurs ou indépendants s'expriment en toute liberté, toujours avec sincérité, pertinence et conviction. C'est une base « honorable »... et un préambule plutôt prometteur !!!

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELLES SONT LES 3 TECHNOLOGIES INDISPENSABLES POUR TRAQUER LA TENDANCE, LE FUTUR ? LE MICRO-BLOGGING, LES RESEAUX SOCIAUX, LES BLOGS, LES COMMUNAUTES, LES OUTILS DE MESURE DE REPUTATION, LES OUTILS COLLABORATIFS, GOOGLE TRENDS, ETC ?

Encore une fois, une multitude, rien de très « bordé ». Tout participe. Il n'y a pas d'ordre préférentiel mais :

- ▽ Blogs : relayer, diffuser et commenter, propulser
- ▽ Réseaux sociaux et micro-blogging
- ▽ Veille visites / blogs / forums

VOS 3 A 5 MAGAZINES INCONTOURNABLES ?

- ▽ Wired / NYT : la couche US
- ▽ Le Monde
- ▽ Enjeux / Les échos
- ▽ Blogs de mes potes [c'est pour moi au même niveau que Le Monde...]
- ▽ Toutes les versions on-line d'une vingtaine de titres...

VOS 3 A 5 BLOGS OU SITES CHOUCHOUS ?

- ▽ Transnets Francis Pisani = Wired
- ▽ les blogs de Bruno Rives + La feuille [Hubert Guillaud]
- ▽ les blogs univers Apple [Mac4ever, MacGeneration, MacPlus]
- ▽ Urbanbike [JEan-Christophe Courte]
- ▽ les groupes de discussion Linked In
- ▽ Un 6e [pourquoi s'imposer une limite ?]? tous les blogs « technos »

VOS 3 A 5 VILLES OU PAYS OU VOUS AIMEZ HUMER L'AIR DU TEMPS OU VOUS RECHARGER EN IDEES ?

- ▽ Montpellier/ Sètes
- ▽ Ouessant + toutes les îles
- ▽ San Francisco + Sausalito
- ▽ Quimper où je vis, respire, pense et travaille
- ▽ Paris [tous mes incontournables potes]
- ▽ encore un 6e : la blogosphère... sans aucun doute ma ville préférée

VOS 3 A 5 FILMS CULTES SUR LE MONDE DE DEMAIN ?

Je ne vais jamais au cinéma [sauf Avatar] - je ne regarde plus la télé depuis 2 ans 1/2 - le net est mon cinoche préféré/unique : c'est à lui seul le pls beau ds films. Koyaanisqatsi mes semble le film-culte référence avec 2001, Odyssée de l'espace, ce sont les exceptions ! Soleil Vert les conférences TED... The Sixth Sense technology [chez Ted]

5 OUVRAGES FETICHES/CHOUCHOUS ?

- ▽ Free de Chris Anderson
- ▽ Effondrement de Jared Diamond
- ▽ Comment le Web change le monde de Francis Pisani
- ▽ tous les ouvrages de Joël de Rosnay
- ▽ l'encyclopédie de Diderot/D'Alembert

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

QUELS SONT LES 3 CONFERENCIERS, PERSONNALITES, INTERVENANTS, ETC QUI DE VOTRE POINT DE VUE VOUS ONT LE PLUS IMPRESSIONNE PAR LEUR VISION DU FUTUR ?

- ▽ Steve Jobs
- ▽ Bruno Rives
- ▽ Francis Pisani
- ▽ Free Anderson
- ▽ Lorenzo Soccavo
- ▽ François Bon + Olivier Ertzscheid

QUELS SONT LES 5 TAGS QUI POURRAIENT ILLUSTRER LE MIEUX LA PROCHAINE DECENNIE, LES TENDANCES EMERGENTES QUE NOUS ALLONS VIVRE ENSEMBLE ?

- ▽ Don
- ▽ Partage
- ▽ Humanisme
- ▽ Flux
- ▽ Energie[S] / Environnement
- ▽ ... Tous Les « Isme » :-]]]]

QUELS SONT LES 3 LIEUX LES PLUS TENDANCE, INNOVANTS, SPECTACULAIRES, FUTURISTES, AVANT-GARDISTES, INSPIRANTS, DECALES, ... QUI VOUS ONT MARQUE CES DERNIERES ANNEES ? -

- ▽ Ouessant
- ▽ Cupertino
- ▽ Paris

TYPOLOGIE DES CHASSEURS DE TENDANCES

Le chasseur de tendances revêt de multiples visages aussi complémentaires que d'apparence parfois opposés. Une chose pourtant les unit la quête de la découverte, une saine curiosité pour devancer les tournants du futur. Grâce à lui la valeur de l'innovation et de la créativité augmentent.

AGENT DE PROJET MARKETING

Ma mission, si je l'accepte, consiste à développer des produits novateurs après avoir identifié et compris les besoins, les objectifs et l'environnement technique de mon client. J'assure la coordination entre mes clients et des équipes dédiées. Je définis des plans média adaptés et je sais parfois créer des besoins. Si je n'ai pas su analyser le marché, le comportement des consommateurs, les nouveaux marchés, innover et fidéliser ma clientèle, je disparaiss.

AGITATEUR D'IDÉES

SECOUEZ- MOI ! Pour comprendre, une situation très complexe, la seule stratégie sera de mettre ensemble tous les points de vue pour observer une situation dans sa totalité. Les transformations ne se perçoivent plus du haut en bas, au contraire, il faut donc les agiter, les mettre en mouvement. Pas secouer seulement, mais remuer pour mieux les observer, et voir ce qu'elles peuvent nous apporter quand on leur donne une petite accélération. Agiter les idées, c'est croire que les pensées ne sont pas figées et qu'on peut toujours en tirer quelque chose en les prenant autrement. Agiter les idées, c'est savoir céder à la surprise et à la curiosité.

AGITATEUR DE TENDANCES/DE CONCEPTS

Créer le concept , inspirer l'imaginaire des clients avec les tendances fortes ou faibles reniflées au hasard du chemin en tenant compte de leurs besoins et objectifs, leur permettre d'adopter une vision nouvelle pour développer de nouveaux projets.

ANALYSTE DU COOL

Le décrypteur de toutes les sources de créativité actuelles et à venir, idées, modes, tendances fortes pour des entreprises en recherche de nouveaux produits.

ANTICIPATEUR/TRICE

Le visionnaire au service des projets d'avenir.

AVANT-GARDISTE

Etre en avance sur son époque dans tous les domaines de la sphère économique, politique ou artistique et annoncer ce qui vient, ce qui est précurseur. Entreprendre des actions nouvelles ou expérimentales en particulier dans les arts et la culture en refusant toute affiliation avec les prédécesseurs.

BUTINEUR

C'est une tentative d'adaptation du mot websurfer en français.

Je virevolte de nectar en nectar, de lavande à ronce en passant pas le châtaignier, je m'imprègne, je récolte, de multiples parfums.

Même si l'on dispose à l'heure actuelle d'outils informatiques très performants, le jugement humain reste indispensable. Le butineur/websurfeur parcourt le réseau mondial à l'aide de différents outils d'investigation informatiques [moteurs de recherche, agents intelligents, ...].

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Il recherche des informations et les traite, les critique, les répertorie. La méthode utilisée pour traiter l'information dépend de l'objectif initial de la recherche.

Mais aussi : Programme permettant de consulter les pages web disponibles sur Internet.

Un navigateur Web est un logiciel conçu pour consulter le World Wide Web. D'autres métaphores sont ou ont été utilisées. Le premier terme utilisé était *browser*, comme en anglais. Par la suite, on a vu *fureteur* [surtout utilisé au Québec], *butineur* et *brouteur*, attestés par l'Académie française, *arpenteur*, *fouineur* ou encore *explorateur* [inspiré d'Internet Explorer].

CATALYSEUR

Lieu virtuel ou non qui repère les nouvelles pratiques, les analyse assemble et synthétise de nouveaux courants des tendances montantes. Le catalyseur de tendances fonctionne par le biais des réseaux sociaux le plus souvent et peut proposer un accompagnement personnalisé pour les porteurs de projets innovants à fort potentiel de développement.

CHASSEUR D'INFLUENCES

Il interpréter les courants porteurs et crée lui même les influences à partir de ce qu'il a chiné dans les tendances, les habitudes et les goûts actuels ou en devenir. La spontanéité et le sens artistique occupent une grande part dans cette vision du marketing qui s'oppose aux études classiques souvent trop éloignées de la réalité.

CHASSEUR DE FUTUR

A l'image du chasseur tapi dans les buissons, il est à l'affût de ce que sera demain. Il détecte les usages ou comportement émergents, imaginant un futur désirable dans l'optique de le réaliser.

CHASSEUR/CHASSEUSE DE TENDANCES

Observer, écouter, renifler l'air du temps, faire une veille active, repérer les tendances plus ou moins émergente à plus ou moins long terme, par le benchmark, assembler des profils de personnes différents et les faire parler, traduire et formaliser les axes conceptuels dans un document utile aux stratégies de développement des entreprises sur des marchés porteurs.

Détecter les tendances est un métier très contemporain mais qui a toujours existé. Moins marketing, mais déjà très communication. Le chasseur est à l'affût de tous les détails que l'on ne voit plus et qui font l'air du temps. Tous les trucs qui dérangent l'attirent. Il observe ses contemporains, ses amis dans leur façon d'être. Il échange avec des professionnels qui travaillent dans de nombreux domaines : économistes, psychologues, philosophes, archéologues... Il est comme une éponge, il absorbe et lorsqu'on appuie dessus, des choses ressortent. C'est un savant mélange de signaux faibles un peu abstraits et de données objectives.

CHERCHEUR DE TENDANCES

Expert de l'évolution des marchés et de l'apparition de nouvelles modes et de nouveaux besoins
Tête chercheuse de tendances : analyse, recherche et synthèse des mouvements de mode, décoration, phénomènes sociaux culturels, évolution du corps et comportements du consommateur...

COACH EN PROSPECTIVE/ANTICIPATION

IL aide les entreprises à mieux appréhender le processus d'innovation pour créer et les accompagne dans le développement d'innovations viables dans son domaine d'activité.

COMMUNITY MANAGER

Le gestionnaire de communauté:

- Organise et favorise les échanges d'expériences au sein de la communauté

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

- Précise / anime l'objectif des échanges au sein de la communauté
- Rappelle les règles de bonne communication [Nétiquette]
- Développe la visibilité d'une marque au sein de communautés sur le web : Identifier les communautés sur le web pouvant faire connaître la marque [blogueurs, forums, listes de discussion, groupes...]. Fixer les objectifs de la communauté : test de produit, communication et promotion autour de la marque. Définir les indicateurs de mesure permettant de valider les objectifs atteints. Animer des actions de recrutement de nouveaux membres.
- Améliore la cohésion de la communauté : Faire des membres existants des relais d'information au sein de la communauté. Lancer des sujets permettant de susciter le débat ou le partage d'expérience, de pratiques entre les internautes / consommateurs. Veiller à la qualité des réponses et relancer la discussion. Assurer la fidélisation des membres à travers l'organisation d'événements on-line [chats, interviews, newsletter, jeux, concours...] et off-line [barcamp, conférences, meetings...]. Faire respecter les règles éthiques de la communauté par la modération des contenus produits par les internautes. Veiller au respect des conditions générales d'utilisation du site.
- Améliorer la plate-forme technique de la communauté : Gérer l'historique et l'archivage des contenus produits par la communauté. Accompagner le développement des fonctionnalités de la plateforme utilisée par la communauté. Signaler les dysfonctionnements du site et veiller à la disponibilité technique de la plateforme. Transmettre aux équipes techniques les améliorations à apporter au site de la communauté.

CONCEPTEUR

UN **CONCEPTEUR** EST UNE PERSONNE QUI IMAGINE, CONÇOIT ET RÉALISE DANS DIFFÉRENTS DOMAINES.

En informatique, un **concepteur** est une personne qui est chargée d'identifier les besoins des utilisateurs et de les spécifier. Son rôle consiste en particulier à expliquer les concepts à des experts non informaticiens. Il invente et réalise un logiciel, un système d'exploitation ou un ordinateur. Les logiciels et les systèmes d'exploitation sont bien souvent fabriqués par des équipes de développeurs.

CONCEPTOROLOGUE

Spécialiste dans le développement de concepts produits ou services.

DECRYPTEUR

Celui qui à l'image de Champollion avec les hiéroglyphes réussit à rendre lisibles les informations qu'il récolte.

DECRYPTEUR DE TENDANCES

Celui qui à l'image de Champollion avec les hiéroglyphes réussit à rendre lisibles les tendances émergentes quel que soit le domaine.

COOL DECRYPTEUR

Celui qui à l'image de Champollion avec les hiéroglyphes réussit à rendre lisibles les tendances émergentes dans les domaines de la créativité artistique et culturelle.

COOL HUNTER

Professionnel du marketing qui observe les tendances dans la sphère culturelle dans les courants existants ou en devenir, les compile et propose les tendances du futur qui peuvent être transformées en avantage stratégique de manière virale.

COOL TRENDER

Il fait la traque des tendances et micro-tendances du cool, mode design, marketing, culture.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

CREATEUR/CONCEPTEUR DE TENDANCES

Personne particulièrement intuitive et douée d'inventivité capable d'initier sans cesse de nouvelles tendances et de les renouveler.

DECODEUR

Celui qui décode, qui rend un texte compréhensible.

Mais aussi dispositif électronique effectuant un décodage instantané d'émissions radioélectriques codées afin de restituer une émission radiotélévisée

En prospective, personne capable de rendre lisibles des tendances encore peu discernables voire hermétiques en tendances à ne pas perdre de vue pour anticiper sur des marchés porteurs.

DECOUVREUR

Celui qui découvre, qui fait apparaître ce qui était caché, inconnu.

Les Grandes découvertes aux XVe et XVIe siècles ont permis d'établir une géographie du monde plus fidèle à la réalité que celle qu'on lui connaissait jusqu'alors. Les découvertes scientifiques ont également aidé l'Homme à comprendre l'environnement qui l'entoure et le fonctionnement de son propre métabolisme. Aujourd'hui, les découvertes modernisent notre quotidien et marquent le progrès de l'humanité.

Après Jacques Cartier découvreur du Canada, qui d'entre vous mettra son imagination et son intuition au service de nouvelles découvertes, de nouveaux espaces encore vierges qui seront les creusets de tendances futures ?

DEFRICHEUR

Pionnier, précurseur, éclairer, innovateur

Mais aussi celui qui défriche, qui rend un terrain en friche apte à la culture ou encore celui qui dégrossit un sujet, qui commence l'étude d'un nouveau domaine au travers des dernières tendances représentatives d'un domaine. Il permet ainsi de CORRELER DES PISTES POUR TRACER LA ROUTE A SUIVRE VERS DE NOUVELLES RESSOURCES.

DESIGNER INTERACTIF

Un métier prometteur et en plein essor : **DESIGNER INTERACTIF**. Celui-ci occupe effectivement une position charnière entre la création et le développement. *L'INTERACTIVITE, PERMET LA COLLABORATION ENTRE DESIGNERS ET INGENIEURS QUI VONT S'ASSOCIER POUR PRODUIRE UN OBJET DE DESIR ET DE PLAISIR AUTANT QU'UTILE.*

Le designer recherche les scénarios d'usages, les interactions et les formes appropriées pour donner corps à cette relation des interfaces et des objets : numériques [interfaces graphiques], physiques [terminaux, appareils], analogues [robots, objets connectés] ou totalement immatériels [workflows]. Cette diversité de formes que peut prendre le design numérique fait qu'il s'appuie sur de nombreuses pratiques spécialisées : le web design, l'architecture de l'information, l'expérience utilisateur, le design interactif, l'utilisabilité [et l'ergonomie web], le design logiciel... Chacune, d'ailleurs, dans la chaîne du processus, étant plus ou moins en recoupement. Si le design numérique est un champ relativement nouveau, il est présent à travers de nombreux secteurs économiques, loin de se limiter à l'électronique et aux Technologies de l'information et de la Communication.

EARLY ADOPTER

Les early adopters, ces fans de technologies qui essayent avant tout le monde les nouveaux programmes et les nouveaux gadgets,

"**EARLY ADOPTER**» utilisateurs qui seront les premiers à adopter des technologies, à les tester, et les cautionner dans la plupart des cas à faire un travail de prescripteur.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Les Early Adopters sont classiquement définis comme les individus les plus rapides à essayer les nouveaux produits. Cependant, ces mêmes individus sont bien souvent aussi des « Early Abandoners ». Leur intérêt pour un nouveau produit est souvent passager car motivé par la nouveauté – une fois l'effet de nouveauté passé, leur intérêt s'éteint. C'est pourquoi les Early Adopters peuvent tout autant être à l'origine de modes passagères que de tendances réelles.

EARLY ADOPTER HUNTER

A l'affût des nouveautés, je les dissèque, je les teste et je professionnalise mon expertise.

ECLAIREUR DU FUTUR

Celui qui permet de comprendre un monde en marche. Il observe, analyse, digère pour fournir au plus grand nombre les voies du possible.

ELECTRON LIBRE

EN PHYSIQUE, ELECTRON qui n'est attaché à aucun atome.

Mais aussi personne ou organisation qui affiche son indépendance d'esprit et sa liberté de parole face aux conventions du groupe auquel ils appartiennent.

FACILITATEUR

Le facilitateur crée les conditions nécessaires pour que :

1. l'envie de participer des acteurs ne soit pas freinée,
2. l'équilibre participatif au sein du groupe soit assuré,
3. le respect des uns par les autres soit suffisant,
4. les textes et illustrations produits soient correctement organisés,
5. l'accès aux prestations devienne possible, compte tenu de la complexité des réseaux et de leurs diversités.

Pour ce dernier point, le facilitateur doit avoir une très bonne connaissance du terrain professionnel dans lequel il travaille. Il doit assurer un rôle de plaque-tournante, d'interface et de conseiller entre l'utilisateur, ses besoins et les prestataires de services. "Facilitateur" est directement traduit de l'anglais 'facilitator'. En bon français, on facilite le travail, la réflexion, l'échange, la créativité, etc. La personne qui anime, régule, facilite ce processus est donc simplement un "faciliteur". Il y a à la fois des éléments communs et des différences avec les rôles d'animateur, de médiateur et de passeur.

Avec la complexité croissante des produits, le **TRAVAIL COLLABORATIF** ENTRE DE **MULTIPLES SPECIALISTES**, AU SEIN DE L'ENTREPRISE ET DE SES PARTENAIRES, DEVIENT UNE REGLE INCONTOURNABLE DANS L'INDUSTRIE. SEULEMENT, QUI DIT COLLABORATION, DIT BIEN SOUVENT... INTERETS DIVERGENTS ENTRE LES DIFFERENTS SPECIALISTES.

D'OU UN BESOIN INCESSANT D'**ARBITRAGE**. C'EST L'UN DES ROLES DU FACILITATEUR.

Le facilitateur doit posséder : Un bon esprit de synthèse ; Une capacité d'extrapolation ; Une expérience de plusieurs années dans différents secteurs.

FILTREUR

Qualifie des animaux dont le rôle est de sélectionner et détruire tout élément allant à l'encontre de la survie du groupe auquel il appartient. On peut aussi citer le **FILTREUR EN AEROPORT DONT L'OBJECTIF DU PREMIER CITE**.

C'EST AUSSI UN ORGANISME QUI FILTRE L'EAU DE SON MILIEU POUR EN EXTRAIRE SA NOURRITURE. ON PEUT DONC DEFINIR LE FILTREUR D'IDEES OU DE TENDANCES COMME UNE PERSONNE APTE A PASSER DANS SON FILTRE INTUITIF LES MICROS TENDANCES EN SUSPENSION DANS L'AIR DU TEMPS.

FORMATEUR/FORMATRICE EN ANTICIPATION

« C'est au cœur de l'acte de connaissance que se trouve l'acte d'anticipation » - A. de La Garanderie. Pour les élèves de l'enseignement maternel et primaire, c'est dans des situations globales où on utilise des savoir-faire et des savoir-être, a priori, que germe l'acte d'anticipation : anticipation aux différents gestes mentaux et anticipation de leur appropriation sur des supports éducatifs. En se découvrant lui-même, une dynamique mentale se crée et projette l'enfant vers un avenir de compréhension plus large, plus ouvert à l'acquisition d'autres connaissances. Ces transferts mentaux aident l'élève à anticiper sur d'autres situations d'apprentissage et à s'y projeter. Ces situations pédagogiques préparent l'avenir en s'appuyant sur le passé réellement vécu avec intensité. Ainsi il va encourager une flexibilité des comportements, une capacité à prévoir les situations.

FREE-RIDER

« PASSAGER CLANDESTIN » VOIRE RESQUILLEUR EN TRADUCTION MOINS COURANTE, c'est un utilisateur d'un bien, d'un service ou d'une ressource, qui ne paie pas le « juste » prix de son utilisation. LE PROBLEME DU PASSAGER CLANDESTIN SURVIENT LORSQUE L'EXISTENCE DE PASSAGERS CLANDESTINS ENTRAINE LA SOUS-PRODUCTION D'UN bien public, LA surconsommation D'UN bien commun OU LA surexploitation D'UNE ressource naturelle.

C'est Mancur Olson, socio-économiste américain, qui modélise ce phénomène en 1965 dans son ouvrage *Logique de l'action collective*. Pour lui, seul doit être pris en compte l'individu rationnel. Il prend ainsi l'exemple du syndicalisme. Si tous sont bénéficiaires des avantages obtenus par le syndicat, quel intérêt de cotiser, il suffit d'attendre du syndicat les bénéfices sans s'engager ni payer.

C'EST AUSSI UN JEU DE « RIDE » un parcours en ligne droite que l'on doit terminer et si possible en le moins de temps possible ! Mais le jeu devient encore plus intéressant quand on peut soit même créer sa map ou prendre une des plusieurs centaines de maps postés par les internautes du site !

FUTURE SHAPER

Consommateur éclairé dans la même catégorie que les socio-transmetteurs qui recherchent ou achètent Authenticité et Originalité.

Bien Informés et impliqués :

- Ils font les choses à leur façon – et attendent des fabricants qu'ils fassent de même.
- Ils ont Peu de temps disponible et apprécient tout ce qui peut leur en faire gagner.
- Ils sont Socialement Responsables et exercent leur conscience éthique dans leurs choix.
- Ils sont Curieux – réceptifs et ouverts aux nouvelles idées.
- Ils assurent la Promotion des idées nouvelles.

Les Future Shapers, tels que définis par le modèle FutureView™, font preuve de la même curiosité, mais en plus :

- Se font les avocats des nouvelles idées en les propageant
- Sont des nouveaux consommateurs dont les attitudes et les comportements les mettent à la tête des principaux courants de fond, qui influencent de façon globale les comportements des consommateurs.

Cette définition plus spécifique fait en sorte que les Future Shapers ont un impact sur le marché dans la durée et non pas simplement de façon passagère. En conséquence, ils sont un véritable atout pour les annonceurs. Ils sont à l'avant-garde pour l'adoption des nouveaux produits.

FUTUROLOGUE

Discipline se fixant pour but la prévision à long terme des besoins sociaux et leur planification. Synon. usuel prospective. Toute prévision est aussi planification; la futurologie, comme toutes les sciences sociales, est engagée.

Futurologue, subst. Spécialiste de cette discipline. Le futurologue se propose de projeter dans l'avenir l'état actuel du monde, c'est-à-dire d'en drainer l'évolution, en distinguant ce qui est d'ores et déjà inéluctable et ce sur quoi on peut agir [Revue intern. des sciences sociales, Unesco, vol. XXI, 1969, « La Futurologie » ds Vie Lang. 1970, n^o 220, p. 391]

FUTUROPHILE

Passionné de futur et de science-fiction, voire de surréalisme mais dont l'imagination débordante peut déboucher sur des réalités avérées...

GEEK/GEEKETTE

Terme qui dans les temps les plus reculés désignait une espèce de fou ou de monstre de foire, le terme « geek » a commencé à désigner des individus qui investissent beaucoup de temps dans une passion dévorante pour le domaine de l'informatique, aux dépens de leur vie sociale.

Un geek est quelqu'un qui passe son temps à être "sociable" sur un ordinateur. Quelqu'un qui utilise un ordinateur seulement pour raisons professionnelles mais ne passe pas son temps libre "on line" n'est pas un geek. La plupart des geeks sont des adeptes de la technique et vouent un grand amour aux ordinateurs, mais tous ne sont pas des magiciens de la programmation. Certains connaissent juste assez Unix pour lire leurs e-mails et télécharger leurs MUD préférés.

Les geeks préfèrent la compagnie d'autres geeks. Les geeks constituent leur propre société underground hyper-informée et alphabétisée. La communauté accepte les gens de toutes origines du moment qu'elles ont accès à Internet et les capacités pour s'en servir. Les geeks ont un esprit plutôt ouvert au sujet des modes de vie hors normes. On ne peut pas reconnaître un geek en le regardant car il n'a pas de codes vestimentaires.

Le terme de hacker se réfère à la portion de geeks qui programment le plus. "Hacker" a surtout maintenant des connotations négatives se reportant au piratage et à l'accès illégal à des ordinateurs ou comptes.

Geek se décline aussi en tant que verbe. "Geeker" consiste à se connecter au réseau et lire du courrier, des news, discuter et tout ce qui peut faire passer du temps devant un clavier. Ce "geekage" [ou cette "geekation"] dure plusieurs heures, même si l'intention de base était "je me connecte juste pour voir mes e-mail".

L'archétype le plus célèbre du *geek* est celui du jeune [ou de l'adulte resté jeune] féru de sciences/maths/logique, qui s'intéresse également aux nouvelles technologies et aux univers fantastiques [comics, science-fiction, heroic fantasy, etc.]. Cette passion s'applique concrètement par de nombreuses activités, telles que le jeu de rôle, le cinéma, les jeux vidéo ou encore la programmation informatique. Il y a souvent confusion entre les geeks et les nolifes, bien que ceux-
Par exemple, une personne jouant 24 heures sur 24 aux jeux vidéo sera considérée comme un nolife mais pas comme un *geek*.

La principale différence entre les *geeks* et les nolifes c'est que le *geek* forme une communauté, qui se regroupe sur Internet et dans le monde réel, et conserve ainsi une certaine vie sociale. Le nolife lui ne tient pratiquement pas ou plus de relation avec le monde "extérieur", et il empiètera sur ses relations sociales pour se livrer à son activité sans pour autant avoir les connaissances techniques en informatique traditionnellement associées au geek.

En outre, il est important de différencier les termes nerd et *geek*. Ces deux termes peuvent parfois se recouper mais ne sont pas pour autant synonymes. En effet, le terme nerd fait d'avantage référence aux passionnés d'informatique ou de sciences que le terme geek qui englobe d'autres passions. Le nerd est donc une catégorie de geek.

S'il y avait un sujet qui rassemblait toutes les catégories de geeks, ce serait l'informatique. En effet, la plupart des geeks, qu'ils soient particulièrement adeptes de programmation ou non, entretiennent un rapport étroit avec l'informatique et les nouvelles technologies, et sauront se servir d'un ordinateur à un niveau plus élevé qu'un individu moyen.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

HYPE-TRENDER

Chasseur de tendances hyper- branchées pour un public restreint au départ mais qui par une forte médiatisation se répand.

ICONOCLASTE

Qui est ennemi de toute tradition, qui cherche à faire disparaître tout ce qui est le passé et se positionne contre la pensée dominante ou les idées communément reçues.

INFLUENCEUR

Un influenceur ou influencer est un individu qui par son statut ou son exposition médiatique peut influencer les comportements de consommation dans un univers donné. Son rôle est moins direct en terme de recommandation que celui d'un prescripteur mais son influence peut être plus étendue. La notion d'influencer est surtout utilisée sur Internet car ce média est un vecteur d'influence pour de nombreux individus [blogueurs par exemple].

INNOVATEUR

Celui, celle qui innove, qui fait des innovations.

Une étude menée récemment par les écoles d'Harvard, de l'INSEAD et de Brigham Young University, révèle les **cinq compétences** qui caractérisent les innovateurs ou les personnes dotées d'une grande créativité :

- l'associativité
- le questionnement
- l'observation
- l'expérimentation
- le réseautage

Les **innovateurs** se distinguent en effet des autres personnes par leur capacité à imbriquer, combiner plusieurs idées émanant de différents domaines entre elles. Ce mode de pensée, qualifié d'**associativité** par les auteurs, permet d'être dans un esprit permanent d'imagination et d'innovation.

Chacun d'entre nous, d'après cette étude sérieuse reposant sur des entretiens menés auprès de plus de 3000 cadres et 500 **entrepreneurs**, peut ainsi, en adoptant et/ou en améliorant ces cinq compétences, se révéler être un porteur d'idées innovantes, à l'image d'un Steve Jobs [fondateur d'Apple] ou d'un Michael Dell [fondateur de Dell Computer].

INNOVENTEUR

Celui ou celle qui allie les capacités d'innovation et d'inventivité, de l'idée au produit.

INSIDER

« L'initié » : personne ayant des connaissances spécifiques ou ayant accès à des informations confidentielles déterminantes avant que le grand public en ait connaissance.

Le facteur de l' « insider » ou de l'initié dans le marketing viral vise à offrir à une Personne reconnue comme leader d'opinion et particulièrement apte à faire passer « le message », une réelle récompense, utilitaire, originale, ludique ou nouvelle.

INVENTEUR/TESTEUR DE TENDANCES

Je suis à l'affût de tout ce qui bouge et change un peu partout dans tous les domaines, un brin original, j'adopte les styles les plus opposés au gré de mes envies, auxquels je ne manque pas d'ajouter des touches personnelles, du jamais vu. J'ai toujours de l'avance initiant ainsi autour de moi un effet de mode autour de nouvelles tendances. Je passe parfois pour un hurluberlu mais j'aime ça !

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

JET-TENDANCEUR

Chasseur de tendances qui s'intéresse plus particulièrement au monde de la Jet-set.

MARKETEUR

Le marketeur comme accélérateur de la compétitivité doit faire preuve d'intelligence, d'innovation et d'interactivité. Il crée de la valeur et du désir pour le client et met en lumière le capital client pour l'entreprise. Il mobilise les énergies et fait adhérer les équipes pour faciliter la réussite.

MODELISTE

À partir du croquis réalisé par le styliste, **le modéliste** [à ne pas confondre avec le modiste qui crée des chapeaux] **élabore un patron et construit le prototype du vêtement.**

Il travaille sa toile directement sur **un buste d'atelier** pour trouver le volume et l'aplomb désirés. Mais il utilise aussi de plus en plus **les logiciels de CFAO** [conception et fabrication assistées par ordinateur] pour **ajuster les formes** après essayages sur mannequin et **réaliser les opérations de coupe ou de gradation** [c'est-à-dire pour construire différentes tailles de vêtements à partir d'un premier modèle] en vue d'une production en série.

La patience est l'une de ses principales qualités – avec le **bon maniement des aiguilles** – car le styliste peut exiger plusieurs **retouches**, jusqu'à ce que le modèle « tombe » exactement comme il l'avait imaginé.

Dans **la haute couture et chez les créateurs de mode**, la fonction du modéliste est beaucoup plus **créative** que dans le prêt-à-porter.

NOVATEUR/NOVATRICE

Qui a le sens de l'innovation et un esprit créatif.

OBSERVATEUR DE L'AIR DU TEMPS

Doué d'une capacité à repérer les mouvements en marche au cœur du quotidien.

OLFAC-TENDANCEUR/OLFAC-TRENDER

Chasseur de tendances dans le domaine des odeurs et des parfums.

OLFACTEUR

Personne douée d'une capacité pointue à analyser des odeurs, des parfums.

PLANNER STRATEGIQUE

Le planner stratégique est souvent issu d'une formation généraliste à orientation littéraire ou sciences humaines voire d'écoles de publicité.

Ce métier, encore assez peu répandu dans l'Hexagone, et pour l'instant presque exclusivement exercé dans les grandes agences, peut revêtir divers aspects. Le planner stratégique est l'un des premiers [si ce n'est d'ailleurs le premier] à intervenir dans la longue chaîne qui conduira à la fabrication d'une publicité. Sa mission consiste à étudier les différents paramètres qui concourront à l'efficacité de la campagne. Il étudie, décortique, analyse, dissèque la marque [son identité, ses concurrents...] et détermine son positionnement.

Mais que l'on ne se fie pas aux apparences ; cet analyste est aussi un homme de terrain qui n'hésite pas à « aller au charbon », afin d'étudier le comportement des consommateurs par rapport à la marque qu'il est en train de suivre. Ses outils de travail : les tests et les enquêtes qu'il doit décortiquer et analyser.

Le planner stratégique doit consigner les résultats de ses investigations et de ses réflexions dans un rapport appelé copy strategy. Ce compte rendu obéit à un schéma bien précis et doit comporter divers éléments qui définiront, par exemple, le contexte dans lequel intervient la campagne, le [ou

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

les] problème[s] à résoudre, les objectifs visés, les contraintes imposées, etc. Ce document servira de support au travail des créatifs.

PROPULSEUR

Il permet d'accroître la vitesse initiale et la portée d'un projet, d'un produit, d'une tendance.

PROSPECTIVISTE

Le prospectiviste initie une démarche qui permet de se préparer aujourd'hui à demain. Elle ne consiste pas à prévoir l'avenir ce qui est le domaine de la futurologie.

La fonction première du prospectiviste est d'aider à la prise de décision stratégique qui engage un individu ou un groupe sur une longue durée. Il prospecte et explore des domaines nouveaux, et donne des notions de point de vue et de futur, de perspective.

Il faut parler d'une démarche prospective car, une prospective efficace se fonde sur des ajustements et des corrections en boucles rétroactives dans le temps. La prise en compte de la prospective par les décisionnaires et différents acteurs de la société modifie elle-même le futur.

PSYTENDANCEUR

Chasseur de tendances dans toutes les sphères psy.

RENIFLEUR DE TENDANCES

Chasseur de tendances faisant plus particulièrement appel à ses intuitions profondes.

SOCIETEUR

Observateur des comportements et évolutions de la société totalement intégré au cœur celle-ci.

SPIN DOCTOR

Des hommes d'influence...

Un « *Spin doctor* » est un conseiller en communication et marketing politique agissant pour le compte d'une personnalité politique, le plus souvent lors de campagnes électorales. Le terme a une connotation négative : un *spin doctor* n'agit pas toujours de façon morale.

Le *spin doctor*, officiellement « conseiller en relations publiques » reçoit bien d'autres surnoms ; gourou, mentor, éminence grise, faiseur de présidents ou, mieux encore, docteur Folimage.

Aux États-Unis le *spin doctor* est un personnage bien identifié. Des livres, des sites comme sourcewatch.org ou prwatch.org tiennent la chronique de leurs opérations. Ils apparaissent dans des films ou des téléfilms. Il est vrai que la fonction existe au moins depuis les années 1930 même si le mot lui-même, « *spin* », n'a vraiment été popularisé qu'à partir de 1984 et du débat Ronald Reagan / Walter Mondale.

« *Spin* » fait allusion à l'« effet », comme celui que l'on donnerait à une balle de tennis, par exemple, ou à la façon de faire tourner une toupie. Appliquant une torsion aux faits ou à l'information pour la présenter sous un angle favorable, les *spin doctors* dirigerait donc l'opinion en lui fournissant les bons slogans, les bonnes révélations, les bonnes images, en mettant en scène les événements qui la redirigeront dans le sens souhaité. En ce sens leurs techniques d'influence proches du marketing commercial font contraste avec la vieille propagande.

En ce domaine, ils pratiquent d'abord une stratégie directe : celle qui consiste à « dire et faire dire du bien de... », à adapter le message de leur candidat aux attentes supposées de l'électorat, à « cosmétiser » l'apparence de leurs clients, à les rendre séduisant et populaires. Ils transposent les principes de la publicité ou du marketing dans la communication politique.

Mais les *spin doctors* emploient aussi des stratégies indirectes : méthodes de discrédit d'un concurrent, de désinformation, production d'événements et montage artificiel d'affaires pour défendre une cause ou pour en ruiner une autre.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Le *spin doctor* a une influence considérable sur le discours, le programme et les initiatives de son client.

...C'EST AUSSI UN GROUPE DE ROCK ALTERNATIF FORME A NEW-YORK DANS LES ANNEES 90...

STRATEGIE

En Grèce antique, c'est le commandant d'une unité militaire ou d'une flotte.

Une grande figure de la stratégie à connaître et à s'inspirer : Sun Tzu

"L'activité de l'entreprise se définit d'abord par son "offre de valeur" ; quelle fonction réalise-t-elle [quel problème résout-elle] ? Pour quels clients [quels utilisateurs] ? Comment réalise-t-elle sa prestation [quelle technologie] ?" "Une entreprise peut se spécialiser sur un créneau précis [fonction, clientèle, technologie] ou chercher à tirer parti de synergies ou d'économies d'échelle en offrant plusieurs fonctionnalités [intégration], en s'adressant à plusieurs clientèles, en utilisant plusieurs technologies." Elle peut chercher à constituer un avantage sur les coûts ou miser sur la différenciation [ou opter pour un mix des deux]. Elle peut intégrer elle-même toutes les fonctions de production et de distribution ou se concentrer sur certaines étapes de la chaîne de la valeur. Mais la stratégie consiste également à surveiller les forces qui déterminent la rentabilité de l'entreprise, à évaluer ses forces et ses faiblesses propres [au regard des facteurs-clés de succès qui ont pu être identifiés] et à envisager des scénarios d'évolution pour parer aux menaces et saisir les opportunités, le cas échéant. Elle doit également prendre en considération les alliances ou les partenariats possibles dans le cadre d'une politique de construction de réseaux. Enfin, la stratégie inclut, dans une certaine mesure, le management des compétences-clés, savoir-faire et technologies critiques.

Qualités recherchées du stratège :

- Vivacité d'esprit
- Rapidité à saisir et comprendre les enjeux
- Grande capacité d'analyse et de jugement
- Capacité d'écoute attentive
- Capacité de synthèse
- Aime les défis et les mandats variés
- Travail d'équipe

STYLISEUR

Il propose de réaliser un projet « sur mesure ».

Chaque projet est un cas unique à traiter de façon particulière. Ici commence un savoir-faire qui ne s'improvise pas, celui de l'Entrepreneur de projet, concepteur sur mesure de vos désirs.

Un art où l'imagination, l'équilibre aboutira à tirer le meilleur profit de vos objectifs, de votre environnement, de vos projets.

STYLISTE

Métier de la mode, le styliste imagine et dessine les modèles qui composent les collections de haute couture ou du prêt-à-porter. Il est le partenaire indispensable de l'entreprise pour la création des produits. Dans le domaine de la haute couture, le modèle produit peut être unique. On parle alors davantage de créateur que de styliste. Dans le domaine du prêt-à-porter, le modèle est fabriqué en série par des stylistes industriels.

Le styliste doit anticiper en surveillant les tendances de la mode et en analysant les phénomènes de société. Il intervient aussi dans les domaines du marketing, du commercial et du technique. Il travaille en étroite collaboration avec le modéliste qui réalise les prototypes et avec la mécanicienne-modèle. Il peut participer aux opérations de contrôle tout au long de la fabrication pour l'évaluation du prix de revient prévisionnel du produit. Le styliste n'est pas seulement un artiste. Moins de 20 % de son temps de travail est consacré à la création pure, le reste étant, essentiellement, du travail technique et du marketing.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Le styliste, créateur souvent solitaire, doit aussi posséder l'esprit du travail collectif et une personnalité forte pour imposer son style.

Il connaît les contraintes des techniques de production et de l'image de marque de la maison qui l'emploie. Pendant les salons et les collections, résistance physique et nerveuse sont impératives. Les journées de 12 heures ne sont pas rares.

LE STYLISTE PEUT ETRE SALARIE DANS UNE ENTREPRISE OU DANS UN BUREAU DE STYLE OU TRAVAILLER EN INDEPENDANT.

TENDANCEUR

Celui dont le métier est de repérer les futures tendances de la mode, du design.

TENDANÇOLOGUE

Personne dont le travail d'analyse, permet au plus grand nombre de décrypter les tendances de la mode, du design.

THINK TANKER

PERSONNE PROACTIVE AU SEIN D'UN THINK-TANK "RESERVOIR DE PENSEE". Son rôle est d'éclairer la réalité par la recherche en vue de l'action. Les « idées » produites sont donc des énoncés, en principe inédits, relatifs à une situation historique

Les think tanks, ces réservoirs à idées et ces sources d'influence, en principe indépendants, parfois véritables créateurs d'opinion. S'ajoutent d'autres critères touchant la fonction d'innovation [recherche à une fin qui n'est ni universitaire ni d'enseignement], à l'indépendance [parfois très théorique] à l'égard des intérêts privés ou publics, au financement [aux USA, les think tanks bénéficient d'un article du code fiscal, ce qui permet plus facilement de les identifier]...

Aux USA, les think tanks se veulent des courtiers en idées. Qui « achète » ces idées ? Le Président, le Congrès, le Sénat, l'Armée, des administrations, des entreprises, mais aussi les médias. Au bout de la chaîne le public international...

Car c'est la deuxième fonction de ces institutions : être présentes dans les médias, occuper les plateaux de télévision et les colonnes des revues, fournir des spécialistes capables d'argumenter efficacement pour leurs valeurs, leurs idéologies et leurs propositions.

Troisième fonction, presque sociologique : on recrute les élites, on repère les jeunes prometteurs, on leur assure le soutien des générations précédentes. Par ce circuit, on pourvoit également à la reconversion des intellectuels et hauts fonctionnaires, quand il y a changement de majorité.

Par ailleurs, l'Europe a favorisé l'éclosion de think tanks européens qui pensent mieux jouer un rôle d'inspiration des politiques à Bruxelles. La circulation du personnel entre les institutions européennes, la haute administration, la classe politique ou l'université de leurs pays respectifs et le think tanks contribue largement à la constitution de réseaux. Ils fonctionnent dans les deux sens : recherche d'expertise et de solutions de la part des institutions, volonté d'influencer de la part des think tanks.

Et en France ? On regroupe derrière le mot think tank des choses très différentes : des comités de revue, des clubs plus ou moins politisés, des lieux de rencontre de l'élite. Il y a ensuite en France un problème de financement. Les think tanks américains sont alimentés par des donateurs et fondations agissant comme «des philanthropes», et qui, au lieu de donner de l'argent pour le cancer, font des dons importants et défiscalisés.

Mais il reste au moins un point qui fera toujours accord : une think tank produit des idées.

A minima ceci suppose:

- Des producteurs qui ont acquis une certaine réputation par l'usage public de la réflexion [diplômes,

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

publications, participation à des débats publics], donc plus que de simples partisans de bonne volonté.

- Ils collaborent pour juger du monde tel qu'il est, voire tentent de l'expliquer. Leur rôle est d'éclairer la réalité par la recherche en vue de l'action. Les « idées » qu'ils produisent sont donc des énoncés, en principe inédits, relatifs à une situation historique.

Un think tank est censé répondre à une question.

Celle-ci peut être explicite. Tel est le cas lorsqu'une think tank travaillant sous contrat est consultée par un État ou une administration : que faut-il faire pour gérer le système de santé, assurer l'indépendance énergétique de la Nation, ou moderniser les institutions européennes ?

Mais souvent aussi la question est implicite : elle résulte soit des objectifs du think tank et de son domaine de compétence plus ou moins spécialisé, soit de sa vocation idéologique plus ou moins affichée.

- Ces producteurs d'idées sont censés juger et penser du point de vue universel ou du moins de celui de l'intérêt général. En principe du moins, car, dans la réalité, ils peuvent être engagés pour une cause ou dépendants d'intérêts qu'ils défendent.

- Leurs idées doivent se traduire en propositions explicites ou implicites, que d'autres, détenteurs du pouvoir, les politiques, les entreprises, les institutions mettront en œuvre s'ils y adhèrent. La réflexion doit donc déboucher sur la persuasion.

TREND HUNTER

Version anglo-saxonne du chasseur de tendances.

TREND SEEKER

Le chercheur de tendances qui va mettre en lumière les marchés porteurs qui vont vous permettre de développer votre business

TREND-SETTER

Personne qui lance une tendance ou rend populaire une nouvelle mode.

TREND-SPOTTER

Personne spécialisée dans l'identification de tendances émergentes. Les trend-spotters travaillent souvent dans l'industrie de la mode mais aussi dans le monde des technologies. Ce travail requiert une connaissance accrue en psychologie pour appréhender les tendances émergentes bien souvent dans la rue et pourquoi certaines de celles-ci seront plus suivies que les autres. Les trend-spotters permettent à de nombreuses entreprises de rester dans la compétition. Ils tiennent compte des cycles issus de l'histoire des tendances sachant que certaines reviennent par cycles.

TRICKSTER

C'est Paul Radin qui a rendu célèbre le **Trickster**, [littéralement « farceur »], petit personnage mythique présent dans toutes les cultures.

Le Trickster est par exemple l'équivalent du lutin dans la culture des indiens des Amériques. Le trickster, « fripon divin », fait des tours pendables, possède une activité désordonnée incessante, une sexualité débordante, etc., il est selon Paul Radin [1956] un miroir de l'esprit, un « *speculum mentis* ». Ce qui donna lieu grâce à son co-travail avec Carl Gustav Jung au développement du concept d'enfant intérieur, mais aussi d'une pratique psychothérapeutique.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Le Trickster est à la base une divinité chaotique à la fois bonne et mauvaise, c'est une forme de médiateur entre le divin et l'homme. Il passe avec facilité d'autodérision au sérieux le plus total ; mourir, renaître, voyager dans l'au-delà et conter sont certains de ses attributs. Il est indispensable à la société : sans lui, elle serait sans âme.

Le Trickster est une sorte d'individualiste solitaire contemplant les institutions telles des entités étrangères. Ne laissant personne indifférent, l'humour est son arme de prédilection, même si celui-ci peut être cruel. L'anthropologie, nous révélerait que « Nous avons tous un enfant en nous-même » et que de nombreux peuples ont exprimé ce fait.

Et d'une certaine manière le Trickster est le double, l'ambivalence, l'ombre et la lumière en somme.

Le parcours du trickster est celui d'un apprentissage par l'absurde.

Le trickster est à vrai dire tellement divers, tellement polymorphe qu'il est parfois difficile de lui conserver une réelle individualité.

C'est au terme de cet apprentissage qu'il deviendra un être humain, ce qu'il n'était pas, ou pas toujours, au départ. Et cette dernière notion est importante car elle évoque une évolution, un passage à l'état d'adulte, à celui d'homme ou de femme mature.

Cela eut aussi un développement *a priori* inattendu, celui de la notion d'enfant intérieur, utilisé en psychothérapie pour adulte. C'est-à-dire quand un homme ou une femme parvenus à ce que l'on nomme la seconde partie de la vie décident d'entreprendre un chemin de développement personnel.

Le trickster est comparé à l'ombre individuelle : ils ont tous deux un but commun, la recherche du sens. Bien que l'ombre apparaisse négative, certains de ses traits ou associations peuvent parfois indiquer une résolution positive du conflit.

C'EST AUSSI UN JEU EN RESEAU...

TROUBLEMAKER

Agent provocateur de troubles de façon délibérée.

VEILLEUR

Celui qui scrute l'horizon attentivement...

Le changement fait partie du quotidien des entreprises. Pour survivre dans cet environnement mouvant, les gestionnaires doivent anticiper les décisions de la concurrence, les tendances du marché, les changements législatifs, les découvertes qui peuvent affecter leur existence même. Même préoccupation pour les organismes sans but lucratif qui doivent pouvoir anticiper l'évolution de leur environnement, de même pour les gouvernements. Les individus aussi - dans une ère d'individualisme - doivent être capables de bien lire leur environnement pour pouvoir prendre les bonnes décisions quant à leur vie professionnelle.

Cette préoccupation du futur passe nécessairement par la gestion et l'utilisation de l'information, qui se fera à différents niveaux selon le destinataire [entreprise, organisme sans but lucratif, gouvernement, individu].

La veille est une fonction qui s'inscrit dans une pratique de gestion des ressources d'information pour rendre l'organisation plus intelligente et compétitive [1]. Le terme *veille stratégique* englobe généralement des expressions plus spécifiques telle veille technologique, veille environnementale, veille concurrentielle, etc.

La veille se distingue de l'espionnage en ce qu'elle concerne toute information *publiquement* accessible. L'entreprise peut choisir de concentrer sa veille soit en fonction de décisions immédiates [par exemple la réaction à l'introduction d'un nouveau produit par un concurrent] qui affecte les décisions courantes, opérationnelles et tactiques, soit en fonction d'une surveillance généralisée de son environnement en prévision de l'établissement de la planification stratégique à long terme. L'un des facteurs clés de succès de la veille est la proximité de la *cellule de veille* des décideurs. Parce que l'information est sensible et est déterminante dans les décisions de l'entreprise, les responsables de la veille doivent être proches des décideurs afin de bien comprendre les enjeux de la surveillance.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Cette proximité des décideurs a aussi pour résultat que l'information diffusée est bien celle dont a besoin l'organisation et qu'elle sera utile aux décideurs. Car ce qui menace les décideurs de nos jours n'est pas tant le manque d'information que sa *surabondance* qui risque de paralyser la prise de décision. La cellule de veille a donc un mandat clair : repérer et diffuser l'information stratégique *pertinente* aux décideurs de l'entreprise.

Selon le type de veille effectué, l'entreprise doit prévoir affecter les ressources nécessaires.

Ressources humaines d'abord - professionnels du secteur en veille et professionnels de l'information documentaire - et ressources matérielles. La veille aujourd'hui se fait non seulement à travers les imprimés divers, les banques de données et Internet, mais aussi lors des colloques, des expositions et des foires [les Américains ont d'ailleurs introduit le concept du *war room* qui permet de maximiser la cueillette d'information lors d'une telle activité], des voyages d'affaires, etc.

L'informatique apporte de plus en plus son support aux cellules de veille en matière de repérage et de gestion de l'information. La croissance et la sophistication des moteurs de recherche et de ce que l'on appelle les *agents intelligents* l'illustre bien. Capables de repérer l'information à travers banques de données et Internet à partir de profils d'intérêts, ils sont un atout précieux en matière de veille tout en ne remplaçant pas la matière grise des veilleurs [analyste spécialisé ou professionnel de l'information documentaire].

En outre, des logiciels tels Taiga, un logiciel français de gestion sémantique de l'information [très coûteux par ailleurs] et d'autres de même nature sont développés afin d'accélérer la cueillette de l'information.

Profession : veilleur

Le veilleur est une personne discrète qui parle peu et analyse beaucoup.

Une équipe de veilleurs est le plus souvent composée de deux catégories de personnes : les professionnel[le]s de la recherche et de la gestion de l'information et les analystes et spécialistes du domaine.

Les premiers interviennent davantage aux étapes de la gestion des données et de l'information et de l'évaluation de la validité et de la crédibilité de l'information. La personne idéale détiendra d'abord une maîtrise en bibliothéconomie et sciences de l'information puis un diplôme en gestion par exemple le MBA.

Son expertise est multiple : connaissance des sources d'information et des outils de recherche, validation des sources d'information et gestion de l'information [par exemple, création de banques de données spécialisées, indexation et synthèse].

Les seconds sont des spécialistes du secteur surveillé. Ils sont capables de discerner l'information *pertinente*, celle qui fait la différence, celle qui permettra à l'entreprise d'acquérir un avantage compétitif sur la concurrence ou de positionner avantageusement l'entreprise.

Cette équipe multidisciplinaire fait toute la force de la cellule de veille. Une cellule de veille en mode de surveillance généralisée a les yeux et les oreilles largement ouverts sur tout ce qui est susceptible d'informer l'entreprise et de l'aider à prendre des décisions stratégiques :

- surveillance de la concurrence dans toutes ses manifestations [publicité, mouvement de personnel, surveillance des médias, rapports financiers, etc.]
- surveillance des brevets
- surveillance des gouvernements et organismes de réglementation
etc.

Cette équipe est non seulement capable de repérer et de gérer l'information mais surtout de la diffuser dans un mode intelligible et utilisable par les gestionnaires de l'organisation. La proximité avec les preneurs de décision dont nous parlons plus haut prend alors tout son sens. Car c'est là le principal obstacle au succès d'une équipe de veille : perdre de vue la *finalité* de la veille qui est d'assister le gestionnaire de haut niveau à prendre une *décision*. La cellule de veille qui ne fait que repérer l'information en la diffusant tous azimuts perd de vue sa fonction première et est condamnée à disparaître à court ou moyen terme.

Veilleur technologique

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Contrairement à son nom, il ne travaille pas la nuit ! C'est un informaticien, souvent très expérimenté, qui a pour mission de surveiller l'évolution des technologies dans un domaine bien déterminé. Ce n'est ni un technicien, ni un documentaliste, mais un peu des deux à la fois. Il est à la frontière entre l'information, la recherche et le développement.

Aujourd'hui, tous les chefs d'entreprise n'ont pas le temps de surveiller la concurrence pour rester dans la course. De plus, ils n'ont pas toujours le bagage et les connaissances technologiques nécessaires pour bien comprendre une évolution et ses conséquences. Le rôle du veilleur est donc de surveiller toutes ces évolutions, de les décrypter et d'en faire le rapport aux dirigeants de son entreprise. Pour surveiller la concurrence, il y avait jusqu'à présent la presse, les congrès, les séminaires et les salons professionnels. Depuis quelques années est apparu un nouvel outil qui a complètement bouleversé la donne : internet. Aujourd'hui, c'est sur internet, formidable base de données à l'échelle mondiale, que le veilleur trouve le plus d'informations. Son rôle est donc très important puisque c'est notamment à partir de ses informations qu'est décidée la stratégie de développement d'une entreprise. Parfois, fort de sa connaissance du secteur, il peut aussi être amené à lancer des projets pilotes au sein de la cellule innovation de l'entreprise.

Il n'y a pas encore de formation de veilleur technologique. La plupart d'entre eux sont des professionnels expérimentés qui ont une vision large des différents champs de l'informatique. Ils ont le plus souvent une formation universitaire bac 5 minimum ou sont issus d'écoles d'ingénieurs. Le plus souvent, il travaille pour une entreprise précise. D'autant que son efficacité progresse avec le temps et la connaissance de son secteur d'activité. Mais il peut aussi, ce qui est plus rare, travailler pour un cabinet de conseils.

VIGIE

Être en vigie [*Marine*] Être en sentinelle.

La sentinelle en alerte pour découvrir et annoncer les nouvelles tendances qui peuvent se présenter à l'horizon.

VISIONAUTE

Par visionaute on peut entendre la définition d'une vision qui bouge, qui cherche et recherche. Et c'est peut être précisément ce qui nous occupe : la sur-veillance en tant qu'elle n'est plus une simple veille attentive aux mouvements du monde, mais bien plutôt une attention de tous les instants par rapport aux signes qui nous submergent ; être en vigie, certes, mais dans l'idée d'intercepter des idées afin de mettre au jour ce qui justement, dans ce qui se voit, n'est pas si évident.

VISIONNAIRE

Qui a l'intuition de l'avenir et une capacité d'imaginaire, capable d'apporter des solutions créatives, de se projeter au-delà du présent, au-delà du réel pour proposer un futur en devenir.

WEBACTEUR

Avec l'avènement du web2.0, les rôles ont glissés, l'utilisateur est devenu acteur ou webacteur, fournisseur de données, la production de données est partout, mais leur traitement reste centralisé. Parce que c'est l'habitude, parce que l'architecture client-serveur est plus facile à mettre en place, bien maîtrisée, et permet de mettre en avant un modèle économique, puisque l'on peut identifier un service et une entreprise.

Pourtant une autre architecture, collant mieux à un web2.0 où tout un chacun est producteur d'informations existe et ne demande qu'à être généralisée.

Êtes-vous utilisateurs de Facebook ? MySpace ? Avez-vous votre blogue personnel ? Vous êtes un Webacteur. Et sans le savoir, vous contribuez à créer de la valeur.

Au début d'internet, les utilisateurs du Web étaient des navigateurs, des Internautes. Ils se promenaient de site en site, prenaient des informations, la plupart du temps commerciales. Les

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

Internautes étaient peu appelés à réagir au contenu d'internet. En fait, seules les entreprises et les organisations s'affichaient sur le Web.

Puis, le Web 2.0 est arrivé. Dès lors, l'Internaute a changé de titre: il est devenu un Webacteur. Le Web 2.0 démocratise internet, en ce sens où l'utilisateur n'est plus un acteur passif. Il participe au contenu que l'on retrouve sur le Web, ne serait-ce qu'en donnant son avis sur un site critiquant les films. En agissant ainsi, il génère un volume colossal d'information.

Les plus actifs participent au contenu en rédigeant des articles sur leur blogue, en mettant à jour des informations sur Wikipedia, et en partageant des vidéos sur Youtube. Le Webacteur participe même à la préparation des bulletins de nouvelle ! En effet, CNN, en lançant Ireport.com, a permis aux citoyens de devenir journalistes à leur tour. Vous avez une caméra vidéo ? Vous êtes témoin d'un événement ? Soumettez votre reportage et vous courez la chance qu'il soit diffusé sur les ondes de CNN.

Bref, le phénomène du Webacteur est assez complexe. Francis Pisani et Dominique Drolet ont publié un article intéressant sur le sujet. Selon eux, les webacteurs créent de la valeur, notamment par l'économie qui est réalisée en faisant participer les acteurs du Web à la définition du contenu électronique que nous retrouvons. En effet, pour générer l'équivalent en contenu informationnel, il faudrait des armées de rédacteurs, ce qui occasionnerait un coût que peu d'entreprises ou d'organisations seraient prêts à payer. On peut donc comparer les webacteurs aux logiciels développés en *open source*; la créativité et l'assiduité de la communauté de webacteurs permet de générer un contenu informationnel au profit de tous, et non uniquement pour le bénéfice des entreprises.

Sous le vocable de chasseur de tendances : trend hunter, trend-spotter, planneur stratégique, défricheur, découvreur, tendanceur, early adopter, cool hunter, dénicheur, détecteur d'influences créatives, connecteur, trend-setter, trend tracker, chasseur de futur, précurseur, prospectiviste, influenceur, avant gardiste, geek, décrypteur de tendances, veilleur, innovateur, tendançologue, observateur attentif, spin doctor, créateur de tendances innovantes, trend maker, journaliste trendy, visionnaire, future shaper, styliste, électron libre, marketeur curieux, pionnier, influenceur créatif, décodeur d'influences, observateur de l'air du temps, agitateur d'idées, éclaireur du futur, expert en matière de trendhunting, styliste, etc

QUESTIONNAIRE XXL pour chasseur de tendances endurant

1 ||| Quel serait votre label vous définissant le mieux ? Chasseurs de tendances, futurologue, prospectiviste, tendanceur, etc ?

2 ||| Votre formation, votre parcours, en quelques lignes ??? Comment vous êtes venus à vous intéresser au futur, aux tendances, à l'avenir ? Quel a été le déclic ?

3 ||| Dans quels domaines, secteurs d'activité, thématiques vous intéressez-vous au futur, aux tendances ? Quel est votre territoire de réflexion : fooding, mode, géopolitique, technologies, luxe, architecture, design, etc ???

4 ||| Comment décririez-vous votre process de travail pour chasser les tendances, anticiper le futur ? Rencontrer des innovateurs, des artistes, des designers, scruter le web, décoder ce qui se passe dans la rue, voyager, interviewer des consommateurs, lire des revues, fréquenter des lieux insolites, observer les modes de vie autour de vous, aller dans les salons ou événements pointus, vous perdre dans votre bibliothèque, etc ?

5 ||| En quoi la vie quotidienne peut vous alimenter en signaux faibles ? Quels sont les choses particulières du quotidien, de la rue, du monde réel au jour le jour, qui vous nourrissent dans votre réflexion ?

6 ||| Si un jeune voulait devenir un chasseur de tendances, quels conseils lui donneriez-vous ?

7 ||| Quelles sont les compétences particulières pour devenir un chasseur de tendances ? Il faut être cerveau gauche ou cerveau droit ? Plutôt auditif, visuel, etc ? Intuitif, créatif, rigoureux, etc ? Est-ce qu'il y a des prédispositions indispensables ?

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

8 ||| Votre horizon dans lequel vous vous projetez ? Tendances à court, à moyen ou long terme ? C'est quoi votre horizon de prédilection ?

9 ||| Comment faire pour être ne pas être piégé par les rumeurs, l'infobésité sur les tendances, les stratégies d'influence ? Quels sont les critères de sélection de l'information sur lesquels il faut être intransigeant ?

10 ||| Avec les phénomènes d'accélération du monde, de vitesse, de l'éphémère ... en quoi cela modifie le concept de tendances, de futur ? Alors que tout semble en flux tendu, comment chasser une tendance ? D'ailleurs, comment définir ce qu'est une tendance en 2010 ?

11 ||| Quels sont les 3 secteurs économiques qui intègrent le mieux le décodage des tendances dans leur stratégie ? Votre pronostic sur les 3 secteurs qui feront le plus appel du décodage ou de l'anticipation de tendances dans les 10 ans à venir ?

12 ||| Etre un follower des tendances que tous décodent ou prendre le risque de voir plus loin... Comment réussir à résoudre ce dilemme ? Quelle posture préconisez-vous ?

13 ||| Est-ce qu'il y a un profil type d'entreprise prête à mettre des moyens conséquents pour traquer/décoder les tendances de son secteur ?

14 ||| Si vous deviez buzzer pour 3 personnages de votre entourage ??? Cela peut être d'autres chasseurs de tendances ou dans ce milieu, ou bien des artistes, designers, sociologues, universitaire, intellectuel, etc

15 ||| Quelles sont les 3 technologies indispensables pour traquer la tendance, le futur ? Le micro-blogging, les réseaux sociaux, les blogs, les communautés, les outils de mesure de réputation, les outils collaboratifs, google trends, etc ?

16 ||| Vos 3 anticipations pour la prochaine décennie ?

VOS RACINES PAR 3 ou PAR 5

Comment alimentez-vous vos neurones pour anticiper les tendances, mutations, signaux faibles ? Où allez-vous vous approvisionner pour trouver de l'inspiration, humer l'air du temps, observer ?

a ||| Vos 3 à 5 magazines incontournables ?

b ||| Vos 3 à 5 blogs ou sites chouchous ?

c ||| Vos 3 à 5 villes ou pays où vous aimez humer l'air du temps ou vous recharger en idées ?

d ||| Vos 3 à 5 films cultes sur le monde de demain ?

e ||| 5 ouvrages fétiches/chouchous ?

f ||| Quels sont les 3 conférenciers, personnalités, intervenants, etc qui de votre point de vue vous ont le plus impressionné par leur vision du futur ?

e ||| Quels sont les 5 tags qui pourraient illustrer le mieux la prochaine décennie, les tendances émergentes que nous allons vivre ensemble ?

Parlez-nous de vous... Vos sites, blogs, ouvrages, projets, œuvres etc ? What's up ?

Nom

Prénom

Fonction

Organisme/Firme

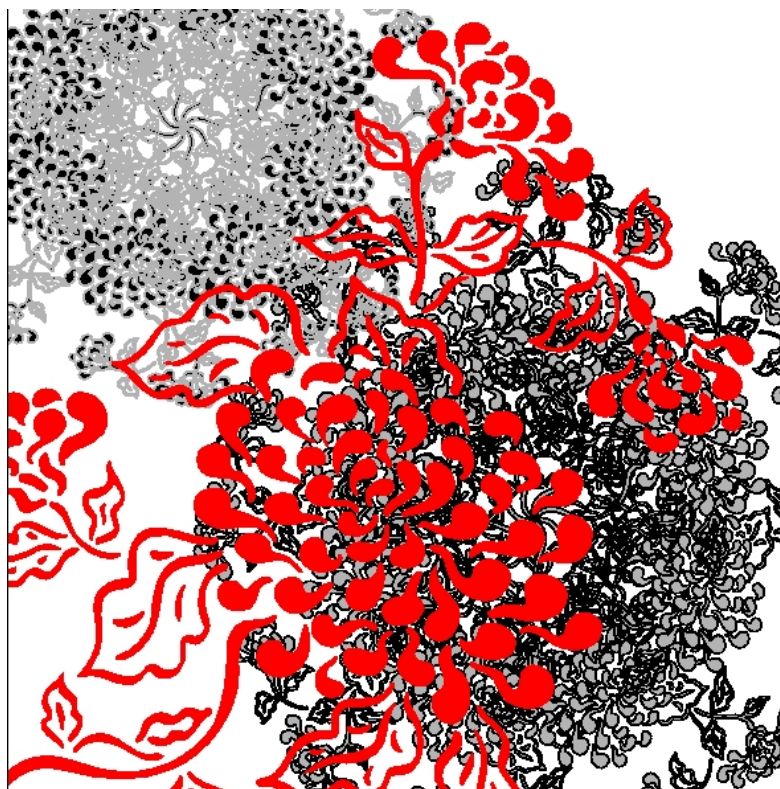
Blog[s] / site[s]

Ouvrages

Mail [optionnel]

Votre pays / ville

VOTRE CARNET DE CHASSEUR DE TENDANCES



VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

INTRODUCTION

Pour faciliter l'activité du chasseur de tendances, nous vous proposons un outil qui vous permettra de rassembler tous vos repérages prospectifs, votre propre « nanan » [food for thoughts, friandises pour votre esprit]. C'est une grille de travail pour recenser en 2010 tous ce que vous allez relever, quand vous aller humer l'air du temps, relever vos étonnements lors de vos rencontres, de vos expériences, voyages. Soyez une véritable éponge et laissez-vous guider par la sérendipité et votre intuition. Allez au devant du monde capter les signaux les plus faibles. Evitez d'être mainstream et soignez les signaux dissonants, étranges, bizarres, à contre-courant ! En cas de coup dur vous pouvez consulter à tout moment...

- ▽ Le KIT DE SURVIE SEMANTIQUE POUR LE CHASSEUR DE TENDANCES sur http://smartfutur.blogspirit.com/list/guides_a_telecharger_gratuitement/1388558673.pdf
- ▽ ou bien le KIT DE SURVIE POUR ANTICIPER L'EMERGENCE D'UN NOUVEAU MONDE sur <http://www.slideshare.net/duringer/kit-de-survie-gratuit-pour-anticiper-lemergence-dun-nouveau-monde>

- A. Mes **10** Repérages sur les nouveaux produits ou services d'avant-garde, innovants
- B. Mes **10** Repérages sur les jobs du futur, emplois de demain, métiers émergents.
- C. Mes **10** Films Cultes sur le monde de demain
- D. Mes **10** Ouvrages de référence trendy, prospectif, innovateurs
- E. Mes **10** Revues inspirantes, tendances, cultes
- F. Mes **10** News letter trendy indispensables
- G. Mes **10** Blogs à suivre
- H. Mes **10** Sites trendy, prospectifs, innovateurs....
- I. Mes **10** Profils à suivre absolument sur Twitter ou autres médias sociaux
- J. Mes **10** Artistes fétiches ayant un ADN de chasseurs de tendances
- K. Mes **10** Groupes sur les médias sociaux [Linkedin, Facebook, etc]
- L. Mes **10** Boutiques tendances, innovantes, whaouaaah
- M. Mes **10** Evénements culturels, expositions, défilés prospectifs
- N. Mes **10** Signaux étrange, dissonants, bizarres, insights,
- O. Mes **10** Repérages futuristes pour l'horizon 2020
- P. Mes **10** Repérages futuristes pour l'horizon 2030|2050

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

- Q. Mes **10** Repérages sur les technologies innovantes
- R. Mes **10** Hôtels, palaces, resorts & restaurants tendances
- S. Mes **10** Salons & congrès incontournables pour capter des signaux faibles
- T. Mes **10** Conférenciers, personnalités, intervenants, etc qui m'ont le plus impressionné par leur vision du futur
- U. Mes **10** Lieux les plus tendance, innovants, spectaculaires, futuristes, avant-gardistes, inspirants, décalés, ... qui m'ont le plus marqué
- V. Mes **10** Repérages sur les nouveaux comportements de la Génération Y
- W. Mes **10** Repérages dans la vue des nouveaux modes de vie
- X. Mes **10** Citations fétiches sur le futur, l'air du temps
- Y. Mes **10** Personnes ressources de mon réseau
- Z. Mes **10** Idées personnelles sur l'évolution du monde sous forme de tags

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

H ||| Mes **10** Sites trendy, prospectifs, innovateurs....

A series of horizontal dashed lines for writing, followed by a solid horizontal line at the bottom of the page.

V ||| Mes **10** Repérages sur les nouveaux comportements de la Génération Y

Lined area for notes, consisting of multiple horizontal dashed lines.

VOYAGE AU PAYS DES CHASSEURS DE TENDANCES

W ||| Mes **10** Repérages dans la rue des nouveaux modes de vie

Series of horizontal dashed lines for writing.



L'OBSERVATOIRE DES
TENDANCES
VOUS DONNE RDV SUR

<http://www.observatoiredestendances.com/>