

PARTICIPANTS

La formation s'adresse en premier lieu aux responsables de la conception des produits et des services, a fortiori aux responsables du marketing des entreprises mais aussi aux responsables des collectivités territoriales en charge de la politique du logement, des transports et des infrastructures commerciales. Plus généralement, elle s'adresse à tous ceux qui s'intéressent à l'évolution à moyen et à long terme des modes de vie des Français, en particulier à la consommation des ménages tant sur le plan quantitatif que qualitatif.

DOSSIER DE BASE

Un dossier de base sera remis aux participants comprenant la copie papier des principaux supports utilisés ainsi qu'un CD-Rom, quelques textes de référence et une bibliographie.

LIEU

La formation aura lieu au siège de Futuribles International, 47 rue de Babylone Paris VII^e (fond de la cour, 2^e étage) • Métros : Saint François-Xavier, Vaneau ou Sèvres-Babylone • Parking : Bon Marché ou Invalides.

PRIX

Les frais de participation sont de 1 200 € hors taxes soit 1 435,20 € TTC (TVA 19,6 % : 235,20 euros), payables lors de l'inscription à l'ordre de Futuribles International (déclaré organisme de formation). Ils comprennent la participation à l'ensemble de la formation, les deux déjeuners et le dossier de base.

INSCRIPTION

Remplir et retourner le bulletin d'inscription ci-joint à Futuribles International, 47 rue de Babylone, 75007 Paris, France. Télécopie : 33 (0)1 42 22 65 54.

ANNULATION

En cas d'annulation, formulée par écrit 10 jours avant la formation, les droits d'inscription, moins 15 % de frais de dossier, seront remboursés. Au-delà, aucun remboursement ne sera effectué et les frais seront dus en totalité mais les personnes inscrites pourront se faire remplacer.

Futuribles International est une association internationale de prospective dont le but est d'explorer quelles sont les tendances lourdes et émergentes d'évolution à moyen et à long terme, quels sont les enjeux qui y sont liés, les politiques et les stratégies pouvant en conséquence être adoptées. L'association assure au profit de ses membres une fonction de veille stratégique dans les domaines géopolitique, économique, technologique, social et culturel ainsi qu'une fonction de catalyseur de réflexions sur ce qui peut advenir (les futurs possibles) et sur ce qui peut être fait (les politiques et les stratégies).

Pour tout renseignement complémentaire, s'adresser à :

Corinne Roëls • Futuribles International • 47 rue de Babylone • 75007 Paris • France
Tél : 33 (0)1 53 63 37 71 • Fax : 33 (0)1 42 22 65 54
E-mail : croels@futuribles.com • Site Internet : www.futuribles.com

PROSPECTIVE DES VALEURS, DES MODES DE VIE ET DE LA CONSOMMATION DES MÉNAGES

Formation organisée par

futuribles
INTERNATIONAL

9 ET 10 DÉCEMBRE 2010

OBJECTIFS

L'évolution des modes de vie et de la consommation des ménages constitue une question qui intéresse tout particulièrement les producteurs de biens et de services, marchands et non marchands, donc à l'évidence tous ceux en charge non seulement du marketing mais aussi de la conception des produits et des services et tous ceux qui se préoccupent des modalités de la distribution et des formes commerciales. Mais cette question intéresse tout autant ceux qui, travaillant au sein des collectivités territoriales, se préoccupent à juste titre du logement et de son équipement, de la mobilité des personnes, a fortiori des centres commerciaux.

Hélas, sur cette question de l'évolution des modes de vie et de la consommation des ménages, il est saisissant de constater combien les points de vue diffèrent entre les tenants des analyses quantitatives, suivant qu'elles sont réalisées au niveau national par l'INSEE ou au travers de panels de consommateurs à la sortie des marchés et les tenants des analyses qualitatives, qu'elles émanent elles aussi d'enquêtes réalisées au niveau national et d'enquêtes plus spécifiques de satisfaction au regard de certains biens et services.

Cette formation repose sur un triple parti pris : d'abord, celui de croiser systématiquement les variables quantitatives et qualitatives, ensuite celui de croiser la dimension des valeurs et celle des comportements, enfin celui d'examiner la consommation et les modes de vie à l'aune tant de l'offre que de la demande. Ainsi, entend-elle contribuer au développement d'une véritable prospective des valeurs, des modes de vie et de la consommation des ménages indispensable, à nos yeux, à la conduite tant des entreprises que des collectivités territoriales.

PROGRAMME

JEUDI 9 DÉCEMBRE 2010

- 8h30 Accueil des participants
- 9h00 Introduction générale et présentation des participants
- 9h30-10h00 **LES VALEURS ET COMPORTEMENTS DANS LA PROSPECTIVE**
• Un bref rappel de la démarche prospective
• L'importance des valeurs et des comportements des acteurs
Hugues de JOUVENEL, directeur général, groupe Futuribles
- 10h00-10h15 Pause
- 10h15-12h45 **LES TENDANCES ET MUTATIONS DE LA SOCIÉTÉ FRANÇAISE**
• Évolutions des rapports sociaux
• Évolutions des rapports à l'espace
• Évolutions des rapports aux temps
Bruno HÉRAULT, chef du Centre d'études et de prospective, ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche
- 12h45-14h30 Déjeuner en commun
- 14h30-16h00 **LES VALEURS : CONCEPTS, TENDANCES D'ÉVOLUTION ET IMPACT SUR LES COMPORTEMENTS ET LES MODES DE VIE**
Jean-François TCHERNIA, directeur, Tchernia études conseil
- 16h00-16h30 Pause
- 16h30-18h00 **L'ÉVOLUTION DES VALEURS ET COMPORTEMENTS DE LA POST-MODERNITÉ**
• L'émergence de nouveaux imaginaires de société et de consommation
• La montée en puissance d'un nouveau cycle de sensibilité générationnelle : les cybergénérationnelles
• Étude de cas et exemples d'application
Charles WASSMER, directeur, L'Œil prospectif

VENDREDI 10 DÉCEMBRE 2010

- 9h00-10h30 **LES GRANDES TENDANCES DE LA CONSOMMATION DES MÉNAGES**
• Vertus et limites des enquêtes de l'INSEE
Daniel VERGER, chef de l'unité Méthodes statistiques, INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques)
- 10h30-10h45 Pause
- 10h45-12h15 **LES GRANDES TENDANCES DE LA CONSOMMATION DES MÉNAGES**
• Rétrospective et éléments de prospective à la lumière des enquêtes consommation des ménages de l'INSEE
Nicolas HERPIN, directeur de recherche au CNRS, Observatoire sociologique du changement, Sciences Po Paris
- 12h15-14h00 Déjeuner en commun
- 14h00-16h00 **LES CONSÉQUENCES DE L'ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION SUR LE COMMERCE ET LA DISTRIBUTION**
• L'évolution des pratiques de courses
• L'évolution des formes de commerce
• L'avenir du commerce à l'horizon 2020-2030
Thibault LE CARPENTIER, directeur, Obsand
- 16h00-16h15 Pause
- 16h15-18h30 **LES GRANDES TENDANCES D'ÉVOLUTION DES VALEURS, DES MODES DE VIE ET DE LA CONSOMMATION DES MÉNAGES**
• Exercice collectif animé par Hugues de JOUVENEL
• Évaluation de la formation

