

Tendances 2007



TENDANCE MEDIAS

Initiative n# 1 : Psychologies Magazine

www.psychologies.com

LA TENDANCE = l'Etre.

LE FAIT = après s'être longtemps préoccupé du « faire » [efficacité, productivité...] et de l'« avoir », avec l'apogée de la société de consommation, le consommateur est aujourd'hui plongé la notion de « paraître » avec l'essor de la communication [médias, personnes, entreprises] ; demain sera l'ère de l'« être ».

L'INITIATIVE = énorme succès de Psychologies Magazine et autres médias sur le bien être personnel [radio, TV, internet...].

Descriptif

Psychologies magazine est un magazine français consacré au bien-être et au développement personnel ciblant une clientèle plutôt féminine. Ses objectifs : être « *le Féminin qui crée du lien* » et « *une grande marque pour accompagner les femmes à « Mieux Vivre leur Vie* » ». Lancé en 1997, le magazine tire aujourd'hui à plus de 358 000 exemplaires et se décline à l'international dans six pays [Italie, Espagne, Belgique, Grande-Bretagne, Russie et Chine].

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Les consommateurs souhaitent se consacrer à leur bien-être et leur épanouissement personnel. Ce qui entraîne le développement de multiples services à la personne : formation, éducation, assistance... En trame de ce phénomène, l'allongement durée de vie : on considère aujourd'hui qu'il existe plusieurs vie personnelles et professionnelles, qu'il est possible de reconstruire sa vie grâce notamment aux développements intellectuels et culturels.

D'où la recherche de service contribuant à améliorer et développer, entre autres :

- ◆ l'éducation [en partant du principe que la famille ne peut assurer l'ensemble de l'éducation et que les parents ont besoin de déléguer !],
- ◆ la culture, en guidant les consommateurs au travers d'une offre pléthorique.

Il faut développer des formes de coaching culturel pour les étrangers, en régions... avec des thématiques définies [gastronomie ou architecture par exemple]. Globalement, c'est l'apprentissage qui est remis en question : culturel [trouver de nouveaux moyens d'apprendre de manière ludique] et inter-culturels [associations, centres touristiques], pour faciliter l'intégration des touristes ou des immigrants dans une région, en confiant cette mission aux jeunes générations.

Initiative n° 2 : Steidl Editions

www.steidl.de

www.steidlville.com/books

LA TENDANCE = le sur-mesure.

LE FAIT = un éditeur allemand édite, met en page, imprime et distribue ses livres d'art en série limitée.

L'INITIATIVE = travailler comme un artisan dans un secteur qui s'industrialise.

Descriptif

Tirés à 2 000 exemplaires au maximum, les ouvrages des éditions allemandes Steidl sont en général rapidement épuisés [jamais de réédition, sauf livres anciens].

Opportunités pour le créateur d'entreprise

Pour surprendre le consommateur, on peut choisir de faire de la haute couture là où on ne l'attend pas ! Il s'agit de miser sur une très haute qualité et une rareté dans un univers généralement habitué au mass market ! En l'occurrence, Steidl choisit une excellente impression sur du papier de très haute qualité. La démarche consiste à retrouver la passion de l'artisan et à présenter des produits irréprochables. Aussi est-il nécessaire de bien maîtriser le métier, le marché, les savoir-faire et les codes du secteur.

Initiative n° 3 : Oh my news !

<http://english.ohmynews.com>

LA TENDANCE = co-production.

LE FAIT = le consommateur devient de plus en plus un expert marketing exigeant qui zappe et sanctionne avec sa carte bancaire.

L'INITIATIVE = des quotidiens ou magazines [sur internet ou sur papier] entièrement réalisés par des consommateurs-lecteurs-journalistes.

Descriptif

Le site coréen « *Oh my news* », tout comme, le quotidien espagnol « *Qué ?* » [distribué à un million d'exemplaires dans 12 villes] propose à ses lecteurs de contribuer au contenu du journal en créant leur propre blog. Un blog par jour est ainsi sélectionné en Une. En France, le magazine Muteen fait de même en intégrant dans son comité de rédaction 5 à 6 jeunes lectrices.

Même la finance s'y met ! La banque HSBC a lancé un site internet qui ne vend aucun produit financier, mais qui propose aux internautes du monde entier de donner leur avis sur 9 sujets tels que la haute couture, les tatouages, les fans de sport mais aussi les gorilles, la danse rythmique...

Opportunité pour le créateur d'entreprise

Grâce aux téléphones mobiles équipés de caméras et à des outils comme les blogs, nous devenons tous des journalistes ! L'information est susceptible d'être relatée et transmise par n'importe quel individu... Aussi, plutôt que de demander au consommateur quelles sont ses attentes, peut-être est-il désormais préférable de lui proposer de s'impliquer dans la conception du produit ou du service qu'il consommera demain...

Et si le meilleur media était votre client ? Et si votre plus fidèle vendeur était votre consommateur ? Grâce notamment à Internet, les consommateurs deviennent ainsi, peu à peu, eux aussi des producteurs. Un Esperanto de l'innovation est peut être en train de se créer, qui réconcilie d'un côté les innovateurs *inside* et de l'autre, les clients *outside*.