



Anticiper pour agir

# VISION[S]

Contacts Sociovision  
Rémy Oudghiri – [remy.oudghiri@sociovision.fr](mailto:remy.oudghiri@sociovision.fr) LD 01 49 70 60 63  
Lise Brunet – [lise.brunet@sociovision.fr](mailto:lise.brunet@sociovision.fr) LD 01 49 70 60 35



## QUELLE SOCIÉTÉ DEMAIN ?

Depuis 2019, nous désignons comme la « Grande inversion » la mutation sans précédent à l'œuvre dans les modes de vie et de consommation.

Le choc de 2020 a, dans une large mesure, confirmé ce diagnostic.

De fait, la décennie 2020-2030 amorce une transition sociale, économique et environnementale de grande ampleur.

# VISIONS 2020 : LES PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS

**LA TRANSITION VERS UN NOUVEAU MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT se confirme et crée aussi bien de nouvelles contraintes que de nouvelles opportunités.**

- Changements de vie, mobilités géographiques, amplification des engagements sociétaux...
- Potentiel pour une mise en pratique et une activation des comportements responsables.
- Comment réinventer la fête et le plaisir d'être ensemble pendant la longue période de prudence sanitaire qui s'annonce ?
- Comment faire coïncider le maintien de soupapes économiques et la promotion de nouvelles habitudes ?

**DANS LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN, DE NOUVEAUX REPÈRES seront nécessaires pour accompagner la transition vers un monde nouveau.**

- Exigence de transparence,
- Besoin de repères clairs et de décryptage,
- Accélération numérique et maintien des liens,
- Demande de local et de proximité,
- Maintien de la continuité entre le passé et le présent.



A child dressed as a superhero or pilot, wearing a dark jacket, goggles, and large, transparent wings. The child is standing against a cloudy sky. The text is overlaid on the image.

Quelles tendances vont structurer  
les modes de vie et de consommation de demain ?

Quelles initiatives contribuent à rendre notre vision du futur  
plus confiante et plus positive dans un contexte incertain ?

# EN 2021, AU-DELÀ DES TENDANCES ÉMERGENTES, L'ACCENT SERA MIS SUR LES SOLUTIONS

---

Quelles sont les **INITIATIVES ET SOLUTIONS, COLLECTIVES OU INDIVIDUELLES** qui, dans cette période de grande mutation, **PORTENT UNE VISION POSITIVE DU FUTUR** ?

- Quelles nouvelles idées ?
- Quelles nouvelles découvertes ?
- Quelles nouvelles initiatives ?
- Quelles nouvelles personnalités ?
- Quelles nouvelles solutions ?
- Etc.



# 9 GRANDS REGISTRES D'EXPLORATION

## LA TECHNOLOGIE ET LA SCIENCE

Les avancées vers un nouveau progrès

## L'ECONOMIE ET LA CONSOMMATION

Les alternatives, les solutions

## LE VIVANT, LA SANTÉ

Les découvertes, les progrès

## LA DEMOGRAPHIE

Les scénarios positifs

## LES MOBILITÉS

Les nouveaux modes de déplacement

## L'ENVIRONNEMENT, LA NATURE

Les combats

## LES IDÉES

Les concepts, les initiatives

## LES PERSONNALITÉS QUI MONTENT

Les contributeurs

## L'URBANISME, L'HABITAT

Les modèles du futur

# VISION [S]

## L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

### ACTEURS DU CHANGEMENT

Des interviews de ceux qui innovent dans leurs modes de vie et proposent des solutions

### START-UP

Une veille des nouveaux concepts, applications, produits / services, révélateurs des nouveaux besoins et solutions

SOCIÉTÉ  
VALEURS  
STYLES DE VIE

### EXPERTS

Des interviews de spécialistes (d'un secteur ou d'un sujet) qui observent les transformations

### VEILLE

Une veille de l'actualité : ce qui se passe dans la société, la consommation, la pop culture, les arts...





NOUVEAUX ÉTATS D'ESPRIT  
NOUVEAUX MODES DE VIE  
NOUVELLES ATTENTES

# VISION[S]

DÉCRYPTER LA SOCIÉTÉ DE DEMAIN  
POUR CONSTRUIRE VOTRE PROPRE VISION

## DES PARTIS PRIS

Attirer l'attention sur des phénomènes qu'il ne faut pas manquer.  
Un outil volontairement non exhaustif mais **SÉLECTIF**.

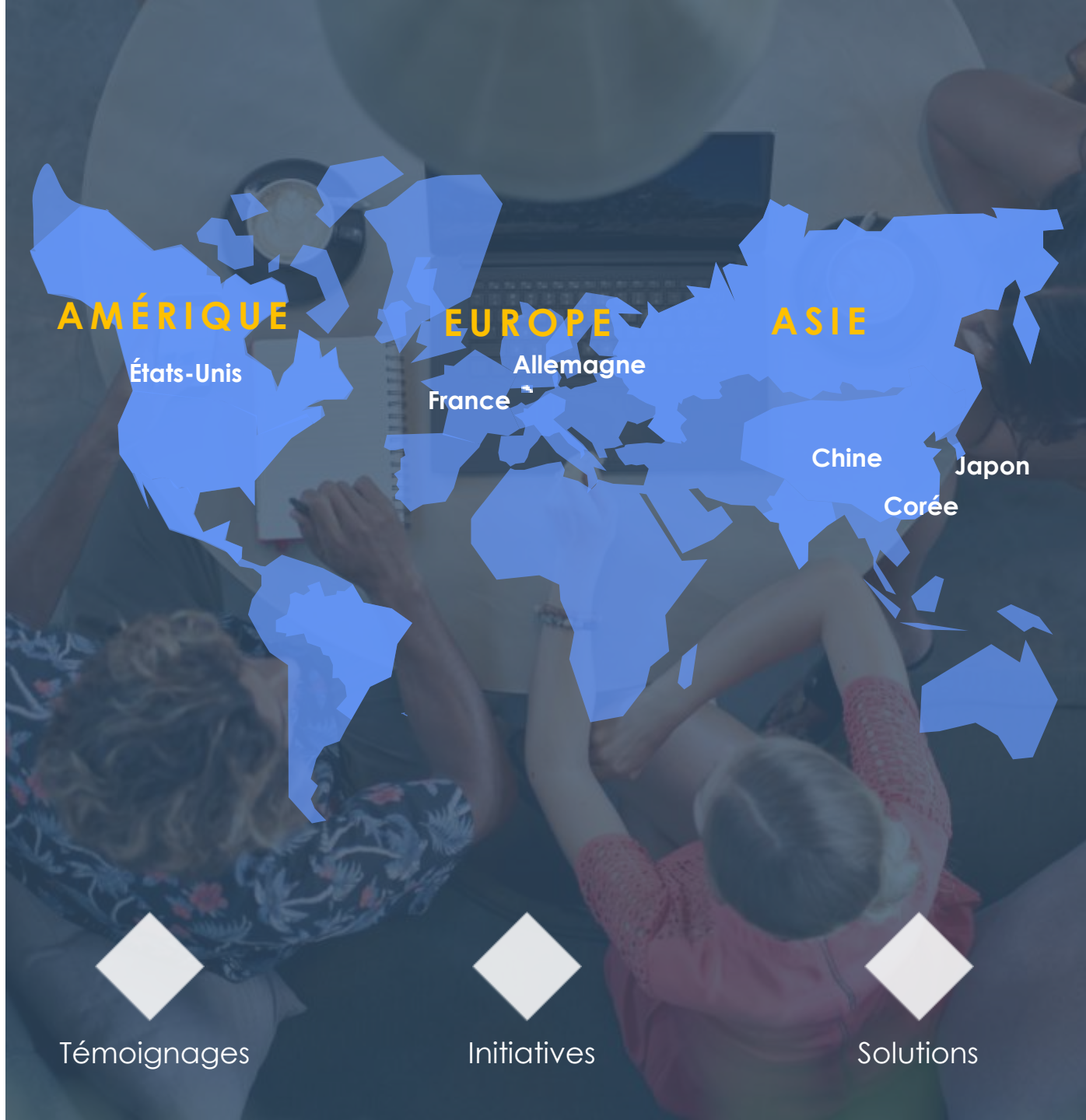
## UN DÉCRYPTAGE DES ÉMERGENCES

Un **REPÉRAGE ET UNE MISE EN PERSPECTIVE** des nouvelles manières de faire, de vivre, d'être ensemble, de penser, de travailler...

## UNE APPROCHE INTERNATIONALE

Une mise en avant des **TENDANCES** (Amérique, Asie, Europe) ayant un **POTENTIEL D'INSPIRATION ET DE DIFFUSION À L'ÉCHELLE INTERNATIONALE**.





# Une approche qualitative

## **DES ENTRETIENS EN PROFONDEUR**

... avec des influenceurs créatifs et des experts

## **UNE VEILLE DES ÉMERGENCES**

... sur les trois continents

## **UNE ANALYSE DES START-UPS**

... qui préfigurent les tendances de demain

Témoignages

Initiatives

Solutions

# PRESTATION & CONTENU

**Un document PPT de 110 pages** conçu pour être aussi bien lu que présenté

**Une présentation orale vivante et adaptable selon vos publics** : format Comex, format séminaire, format conférence, format atelier, etc.

**Les principales tendances émergentes de l'année** décryptées

**Les initiatives, solutions, exemples, bonnes pratiques** qui contribuent à porter une vision positive de l'avenir



Rapports en version anglaise  
et française



Disponibilité été 2021

# Une base de données historiques

Grâce à sa mise en perspective historique, VISION[S] donne du sens aux évolutions de la société et de la consommation

## LE TEMPS DES UTOPIES



1950  
1988

### L'UTOPIE DE LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

Croissance  
Progrès  
Optimisme



1989  
2000

### L'UTOPIE DU « VILLAGE GLOBAL »

Démocratisation  
Mondialisation  
Multiculturalisme



2001  
2008

### ACCÉLÉRATION ET FRAGMENTATION

Réseaux sociaux  
Dématérialisation  
Tourisme de masse



2009  
2017

### UBÉRISATION ET DÉGAGISME

Sentiment de déclassement  
Plateformisation de l'économie  
Disruptions politiques



2018  
2019

### L'URGENCE ÉCOLOGIQUE

Limites de la société de consommation  
Un monde à « réparer »  
Peur de l'effondrement



2020  
...

### LE CHOC SANITAIRE

Incertitude  
Réinventions  
Fragilisation économique et psychologique  
Tensions sociales



## CONTACTS



**Rémy OUDGHIRI**  
Directeur Général

01 49 70 60 63

[remy.oudghiri@sociovision.fr](mailto:remy.oudghiri@sociovision.fr)



**Lise BRUNET**  
Directrice Conseil

01 49 70 60 35

[lise.brunet@sociovision.fr](mailto:lise.brunet@sociovision.fr)

**sociovision**  
MASTERING A CHANGING WORLD

78 rue Championnet - 75018 Paris

01 49 70 60 00

[www.sociovision.com](http://www.sociovision.com)