



# Abonnement aux études de l'ObSoCo

## Des insights en continu sur les évolutions de la société et de la consommation

### SOCIÉTÉ

Raison sociale.....  
Nom.....Prénom.....E-mail.....  
Fonction / Service.....  
N° TVA Intra-Communautaire (à compléter obligatoirement).....  
Adresse.....  
Code Postal.....Ville.....Tél.....

### AU CHOIX (voir la liste des publications page suivante)

#### FORMULE PANORAMIQUE

20 000 € HT

- 3 de nos Observatoires (au choix)
- 3 numéros de la collection Études flash (au choix)
- 2 numéros de la collection « Tendances, les nouvelles cultures de la consommation » (au choix)
- 1 présentation de notre analyse des tendances sociétales : note de synthèse et séance de présentation collective par Philippe Moati, dans les locaux de l'ObSoCo

Abonnement sur 1 an  
à compter du ..... / ..... / .....

#### FORMULE L'ESSENTIEL

9 500 € HT

- 1 de nos Observatoires (au choix)
- 2 numéros de la collection Études flash (au choix)
- 1 numéros de la collection « Tendances, les nouvelles cultures de la consommation » (au choix)
- 1 présentation de notre analyse des tendances sociétales : note de synthèse et séance de présentation collective par Philippe Moati, dans les locaux de l'ObSoCo

Abonnement sur 1 an  
à compter du ..... / ..... / .....

## Nos OBSERVATOIRES

- ❑ Les consommations émergentes - Mars 2018
- ❑ Le rapport des Français aux intelligences artificielles - Juin 2018
- ❑ Le rapport des Français aux espaces commerciaux - Octobre 2018
- ❑ Les mobilités émergentes - Vague 3 - Novembre 2018
- ❑ Le rapport des Français aux formats commerciaux alimentaires - Janvier 2019
- ❑ Le rapport des Français à l'économie circulaire - Septembre 2019
- ❑ Les usages émergents de la ville #vague 2 - Octobre 2019
- ❑ Les perspectives utopiques - Octobre 2019
- ❑ Le rapport au prix (grande consommation et services financiers) - Novembre 2019
- ❑ Le rapport à la qualité et à l'éthique dans l'alimentaire - Décembre 2019

## LA COLLECTION *TENDANCES, LES NOUVELLES CULTURES DE LA CONSOMMATION*

- ❑ Désir de viande : comment sortir de la défiance ? - Juin 2018
- ❑ Le «Faire» : nouvel horizon des marchés de consommation - Juin 2018
- ❑ La quête de contrôle des consommateurs : Yuka ou le business de la défiance - Novembre 2018
- ❑ Les jeunes urbains créatifs : contre-culture ou futur de la consommation ? - Novembre 2018
- ❑ Les consommateurs et les communautés de marques : engagement ou opportunisme ? - Mars 2019
- ❑ La confiance dans les marchés de distribution - Juillet 2019
- ❑ Les petites marques alternatives - Septembre 2019
- ❑ Ubérisation : quel impact de l'emploi indépendant sur le rapport au travail ? - Octobre 2019
- ❑ Le marché de l'expérience : loisirs, culture, tourisme - Novembre 2019
- ❑ Habiter autrement : le rapport au cadre de vie - Novembre 2019
- ❑ Les consommateurs mainstream : les fidèles du modèle standard de consommation - Décembre 2019

## Nos ÉTUDES *FLASH*

- ❑ Le véganisme : de la niche à un marché plus large, quelles opportunités pour les acteurs de l'offre ? - Juin 2018
- ❑ Les alimentations alternatives - Août 2018
- ❑ Les intelligences artificielles : quels usages des consommateurs ? - Août 2018
- ❑ Les IA dans le secteur de la banque-assurance - Août 2018
- ❑ Les IA dans le secteur des services à la personne - Août 2018
- ❑ Les IA dans le secteur des transports - Août 2018
- ❑ Le rapport aux marques - Mars 2019
- ❑ Les pratiques de mobilité douce des Français - Mars 2019
- ❑ Livraison dans l'e-commerce : quelle politique pour le dernier kilomètre ? - Avril 2019
- ❑ Les aspirations à l'autonomie énergétique dans le logement - Avril 2019
- ❑ Les supermarchés collaboratifs : quelle concurrence pour quels circuits ? - Mai 2019
- ❑ Que font les consommateurs dans les centres commerciaux ? - Juin 2019
- ❑ L'impact de l'évolution du pouvoir d'achat sur la mobilité - Juillet 2019
- ❑ Les communautés de marques : quels leviers opérationnels ? - Septembre 2019
- ❑ La consommation de repas à livrer ou à emporter - Octobre 2019
- ❑ Consommateurs et communautés de marques : zooms sectoriels - Novembre 2019
- ❑ L'économie circulaire - Décembre 2019

## RÈGLEMENT

- Par chèque : à l'ordre de l'ObSoCo
- Par virement : IBAN – FR 76 3002 7160 6200 0200 7040 157 / BIC - CMCIFRPP

Bon de commande à retourner avec le règlement à l'adresse suivante :

L'ObSoCo – 28 boulevard de la Bastille, 75012 Paris, France - Tél : 09 81 04 57 85 – [compta@obsoco.com](mailto:compta@obsoco.com)

Fait à.....

Le.....

Cachet et signature

Pour toute information commerciale : Agnès CROZET au 09 81 04 57 85 ou [a.crozet@obsoco.com](mailto:a.crozet@obsoco.com)

## CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

### CONFIDENTIALITÉ

Les Observatoires vendus en souscription sont propriété exclusive de l'ObSoCo. Le souscripteur s'engage à ne pas diffuser le document à des tiers, et à ne pas les diffuser au public ou à la presse.

L'obligation de confidentialité ne concerne pas les synthèses de document données à la presse et mises dans le domaine public (avec l'accord des sponsors).

Les bases de données sont propriété de l'ObSoCo, mais peuvent être acquises (contact Nathalie Damery - [n.damery@obsoco.com](mailto:n.damery@obsoco.com) - pour la vente).

### PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le contrat au profit du client ou de l'ObSoCo ne pourra comporter aucun transfert de droit de propriété intellectuelle tel que défini au code de propriété intellectuelle.

En conséquence, les rapports, notes, statistiques et autres données techniques réunies ou préparées par le client, demeurent la propriété du client. L'ObSoCo peut en prendre copie, mais ne peut utiliser ceux-ci pour un autre but que celui en rapport avec la mission sans l'accord préalable du client.

Le client s'interdit toute reproduction intégrale ou partielle des Observatoires établis par l'ObSoCo sans son consentement préalable ou toute divulgation à l'extérieur de son entreprise, que ce soit à titre payant ou à titre gracieux. En cas d'accord avec l'ObSoCo, le client s'engage à mentionner la marque ObSoCo.

### DÉLAI D'EXÉCUTION DES PRESTATIONS ORALES ASSOCIÉES À LA VENTE DES OBSERVATOIRES.

Dans le cas d'un achat groupé (rapport écrit + présentation orale), la présentation orale sera due dans l'année qui suit la vente.

### RÈGLEMENT DES LITIGES

Les parties entendent régler à l'amiable les éventuels litiges survenant entre elles et relatifs à l'exécution ou à l'interprétation du présent contrat. Si les parties ne réussissent pas à s'entendre, elles s'accorderont sur la désignation d'un arbitre impartial qui tranchera l'éventuel litige. A défaut de parvenir à un tel règlement, les litiges seront jugés par le Tribunal de Commerce de Paris. Les parties s'accordent à n'envisager cette dernière possibilité que comme ultime recours.