

L'OBSERVATOIRE DES CONSOMMATIONS ÉMERGENTES

VAGUE 4

1^{ER} TRIMESTRE 2018



L'étude de référence pour appréhender les transformations de la consommation

L'Observatoire des Consommations Émergentes a été mis en place en 2012 pour **suivre l'évolution du rapport des Français à la consommation.**

Il mesure l'engagement dans des pratiques **s'écartant du modèle de consommation** dominant et en cartographie les ressorts.

Au fil des éditions, l'Observatoire des Consommation Émergentes s'enrichit de l'analyse de **nouvelles pratiques** qui, bien qu'encore éloignées des radars, sont **révélatrices des tendances de transformation** du modèle de consommation.

Il offre ainsi une vision structurante des dynamiques de mutation des modes de consommation et permet aux **acteurs de l'offre de se positionner** face aux évolutions en cours et à venir.

En 2018, l'Observatoire des Consommation Émergentes abordera de nouvelles problématiques telles que le **jobbing**, la diffusion des **services on-demand**, l'engagement des Français dans les logiques d'**abonnement et de forfait**, ou encore le « **do it yourself** » et l'usage des monnaies virtuelles ou locales.

Cet Observatoire s'adresse aux acteurs de l'économie soucieux de **mieux connaître les consommateurs**, leurs attentes et la façon dont ils perçoivent les modes de consommation traditionnels et émergents.

Il fournit non seulement les clés pour comprendre les profondes mutations qui s'opèrent, mais aussi des **pistes de réflexions** sur les façons d'y répondre et de **saisir les opportunités** de ces nouveaux marchés.

LES OBJECTIFS

UN OBSERVATOIRE CRÉÉ EN 2012

Pour comprendre l'évolution du rapport des Français à la consommation

- Opinions générales sur la consommation à l'échelle individuelle et à celle de la société.
- Attitudes à l'égard des marques et enseignes, niveau de confiance, évaluation de la qualité d'une quinzaine de catégories de biens et de services.
- Rapport à la propriété / l'usage, mesure et contenu de l'aspiration à consommer mieux.

Pour mesurer et suivre dans le temps leur engagement dans des pratiques qui s'écartent du modèle dominant

- Des pratiques qui ne se réduisent pas à la logique collaborative.
- Des façons de consommer nouvelles ou anciennes, inscrites dans un nouveau dynamisme, souvent rendues possibles par les technologies numériques.
- Des pratiques qui échappent au radar des statistiques publiques.

LA MÉTHODOLOGIE

Un méthodologie propre à l'ObSoCo qui permet d'analyser des pratiques à faible diffusion sur tous les types de produits

- Un échantillon représentatif de 4000 personnes pour des analyses détaillées sur une base statistique solide.
- Un calcul de scores pour mesurer l'intensité d'engagement dans chaque pratique.
- Un large ensemble de variables descriptives des répondants permettant de définir avec précision le profil des pratiquants.
- Un positionnement des répondants dans l'espace constitué par les cinq registres immatériels qui sous-tendent la consommation aujourd'hui (l'individualisme, l'hédonisme, la rassurance, la reliance et la défiance).
- Une approche économétrique et typologique des déterminants de l'engagement dans la pratique.

Pour chaque pratique

- Taux de pénétration.
- Degré d'engagement.
- Modalité de la pratique (produits concernés, circuits empruntés...).
- Motivations.
- Évaluation.
- Motifs de non-pratique
 - Taux d'abandon et de déception pour chacune de ces pratiques.
 - Évolution de la perception des freins.

LE QUESTIONNAIRE

LES ATTITUDES À L'ÉGARD DE LA CONSOMMATION : opinions générales sur la consommation à l'échelle individuelle et à celle de la société, degré d'appétence à la consommation, mesure et contenu de l'aspiration à consommer mieux.

LE NIVEAU DE CONFIANCE ACCORDÉE AUX DIFFÉRENTES CATÉGORIES D'ACTEURS DE LA CONSOMMATION : attitudes à l'égard des marques et des enseignes, évaluation de l'évolution de la qualité pour une quinzaine de catégories de biens et de services, opinions à l'égard des consommations collaboratives.

LE DEGRÉ D'ENGAGEMENT DANS UNE TRENTAINE DE PRATIQUES DE CONSOMMATION ÉMERGENTES :

Les consommations collaboratives : L'emprunt - Le don - L'achat et la vente d'occasion - La location entre particuliers (offre et demande) - Le covoiturage (conducteur et passager) - L'hébergement entre particuliers (offre et demande) - Le jobbing (offre et demande) - L'adhésion à des AMAP ou des réseaux d'achat groupé de produits alimentaires similaires - La participation à des systèmes d'échange locaux (SEL) - L'achat mutualisé de produits non-alimentaires - Le glanage - Le crowdfunding - Livraisons entre particuliers.

Achat en ligne et livraison : Fréquence d'achat en ligne - Évolution des modes de livraison utilisés - Attitudes à l'égard des délais de livraison - Disposition à payer pour des délais de livraison court - Pratique du showrooming.

La consommation « on-demand » : Les VTC - La livraison de repas à domicile - La location de produits (auprès de professionnels) - L'autopartage - Le vélopartage - Livraison de commande Internet dans la journée ou dans l'heure - Service à domicile de coiffure, soins, massages... - Service d'urgence de garde d'enfants ou de malades - Service de conciergerie privée.

Les abonnements et les forfaits : Mesure de la diffusion d'une vingtaine de formules d'abonnement - Évaluation de la part du budget pré-engagé.

Les autres pratiques émergentes : Le « do it yourself » (une dizaine de pratiques) - Usage et équipement en imprimantes 3D - L'usage des monnaies virtuelles - L'usage des monnaies locales.

LIVRABLES

RAPPORT D'ANALYSE* & RAPPORT GÉNÉRAL** 5000 € HT*
RAPPORT D'ANALYSE*+RAPPORT**+CONFÉRENCE 6000 € HT
(tva 20%)

* 4000 € pour une commande avant le 28 février 2018

Conditions spéciales : 50% de réduction pour les start-up de – de 5 ans et/ou de – de 1M € de CA (pièces justificatives demandées)

ACCÉDER AU BON DE COMMANDE

* Rapport d'analyse de 40 pages

** Rapport général (+ de 500 graphiques et tableaux)

CONTACT : Agnès CROZET

a.crozet@lobsoco.com

09 81 04 57 85 - 06 65 54 62 69