



29 novembre 2007



# Business Digest

COLLECTION « LES ÉTATS DE L'ART » - SUPPLÉMENT N° 117 -

## La prospective Art ou discipline ?

Qui n'a jamais voulu connaître l'avenir, son avenir ? Dans l'entreprise aussi. Cette volonté est omniprésente. Soit comme un prospectiviste, les managers interrogent le futur pour tenter de décrypter les prochaines tendances, les comportements à venir, l'évolution des marchés. N'est pas prospectiviste qui veut pour autant. Comme le dit Bernard Stassen « la prospective est un art. Et comme toute activité d'artiste se d'artiste, elle s'appuie sur une éthique, sur une mécanique, sur la volonté de réaliser un chef d'œuvre ». Entre la rigueur et l'émotion, la prospective est une réalité complexe dont nous avons tenté de restituer la richesse dans cette nouvelle édition de notre collection « Les États de l'Art », coordonné avec l'agence 20X. Différent sur l'avenir, processus créatif, attitude d'exploration, la prospective est tout cela : une attitude d'esprit qui sait bien qu'une « attitude pour l'action ».

Marie Baltes



Pierre Musso • Laurent Ponthou • Éric Seulliet

# Fabriquer le futur

L'imaginaire au service de l'innovation



Préface de Pascal Viginier.

Pierre Musso • Laurent Ponthou • Éric Seulliet

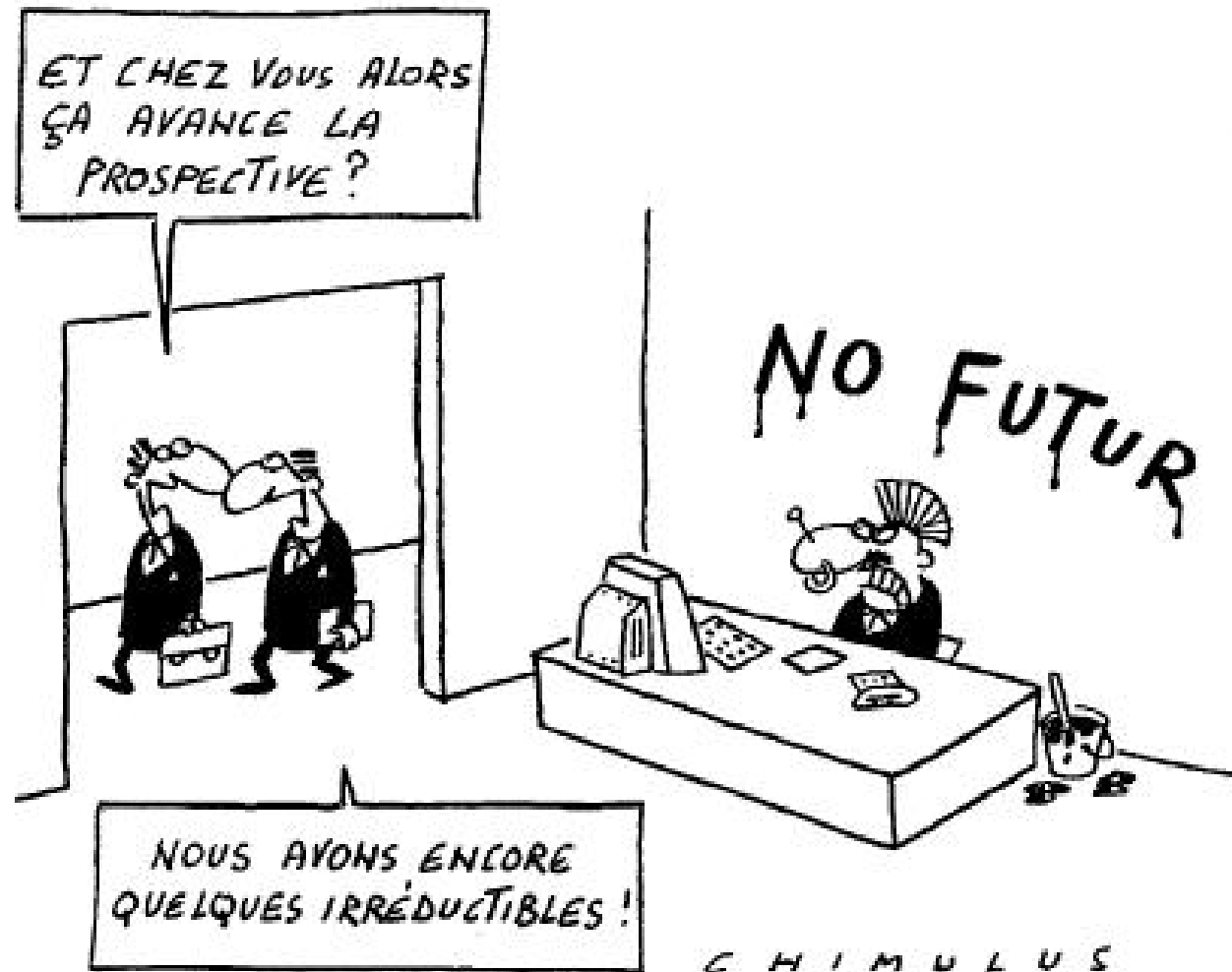
# Fabriquer le futur 2

L'imaginaire au service de l'innovation



Préface de Pascal Viginier, Directeur Commercial France, Groupe France Télécom

# La prospective et l'innovation sont de plus en plus nécessaires

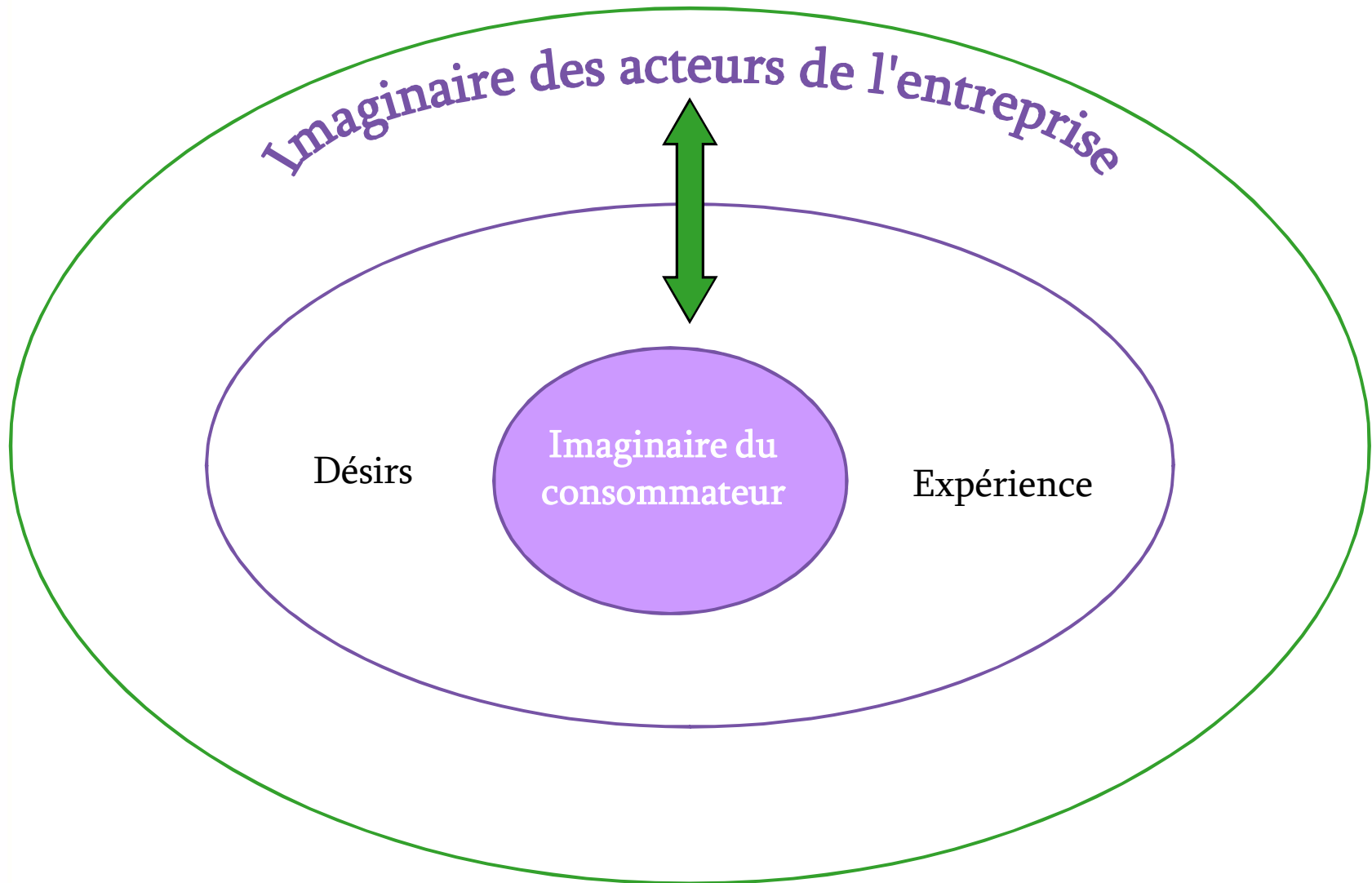


Mais nécessitent tout autant les approches  
« cerveau droit » que « cerveau gauche »

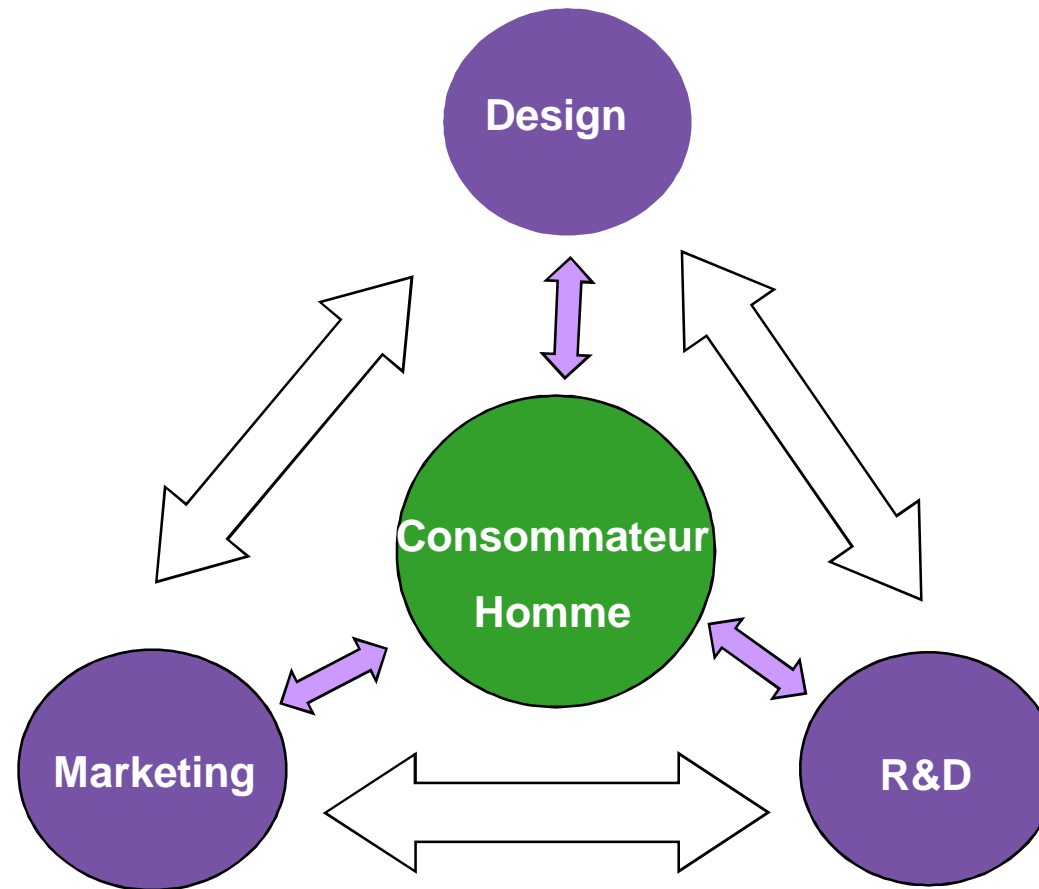




# Mise en résonance des imaginaires

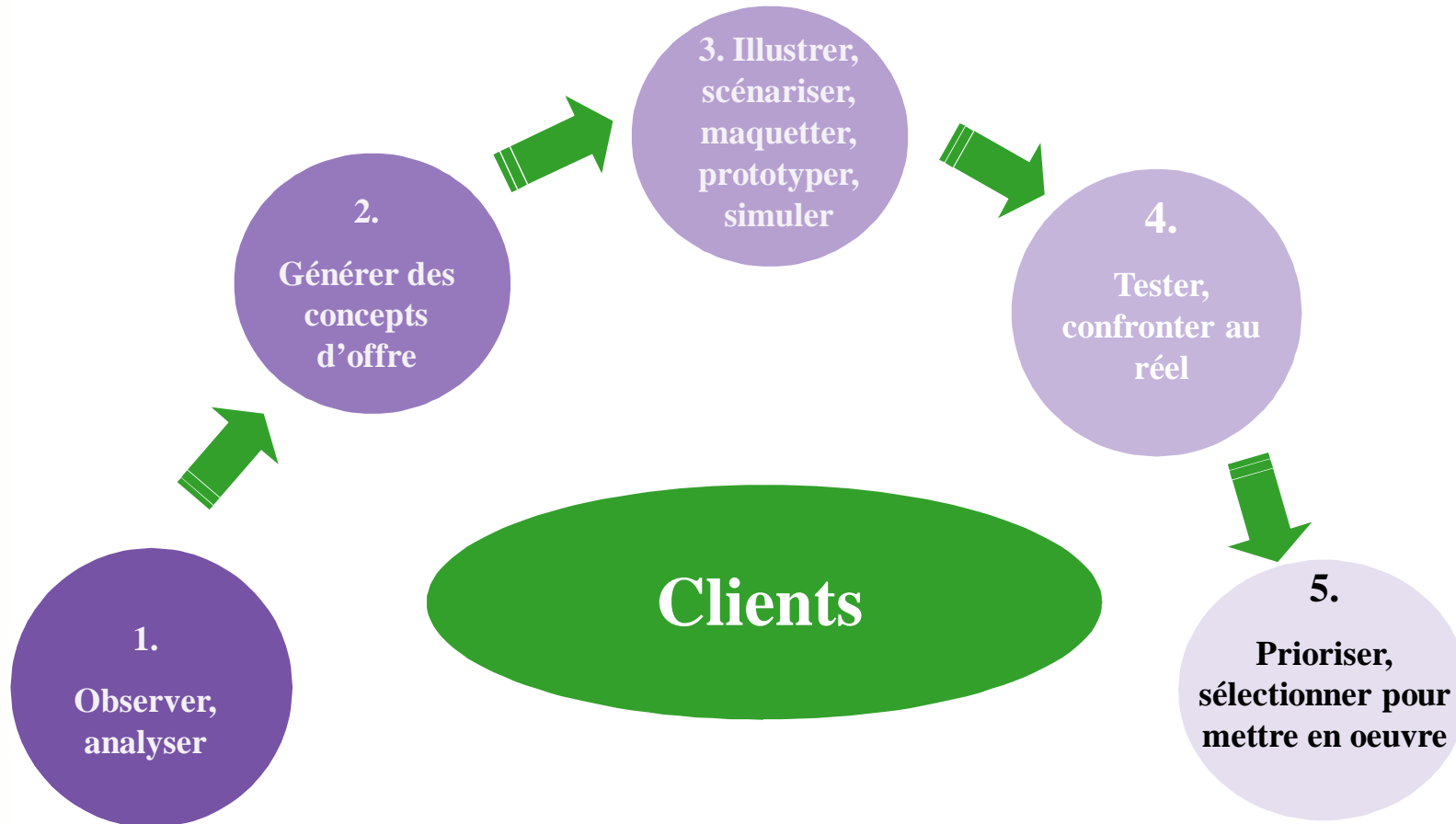


## Des fonctions de conception repensées



**Mots-clés : co-invention, transdisciplinarité, réseau, transversalité**

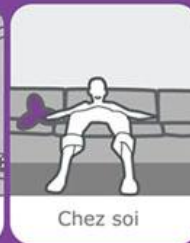
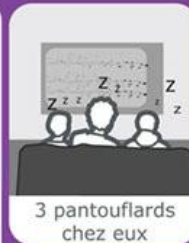
## Une méthodologie en 5 étapes



- Se sentir comme chez soi dans l'univers de la montagne.

## story board

Ils voyagent en mobil home et surtout ils aiment garder leurs habitudes, leurs repères.  
Ils blindent leur véhicule de matos dont ils n'ont pas besoin.



## benefits user

- Sérénité
- Confort
- Mobilité
- Facilite effet "tribu"
- Personnalisation

## benefits brand

- Nouveaux utilisateurs
- Marque "rentre dans la maison"

## term



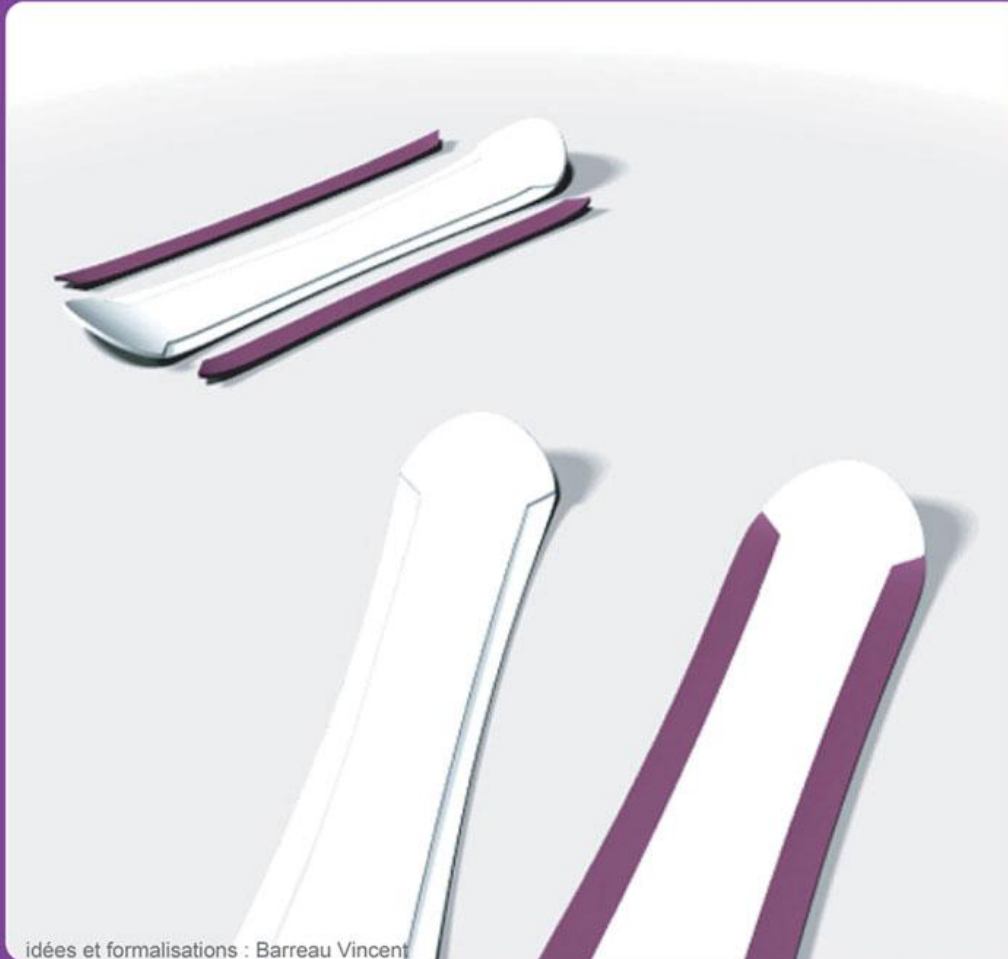
Short : produits simples

## feel

- Objet double face, robuste, confort



# imagischool glisse



idées et formalisations : Barreau Vincent

## evolution board

### description

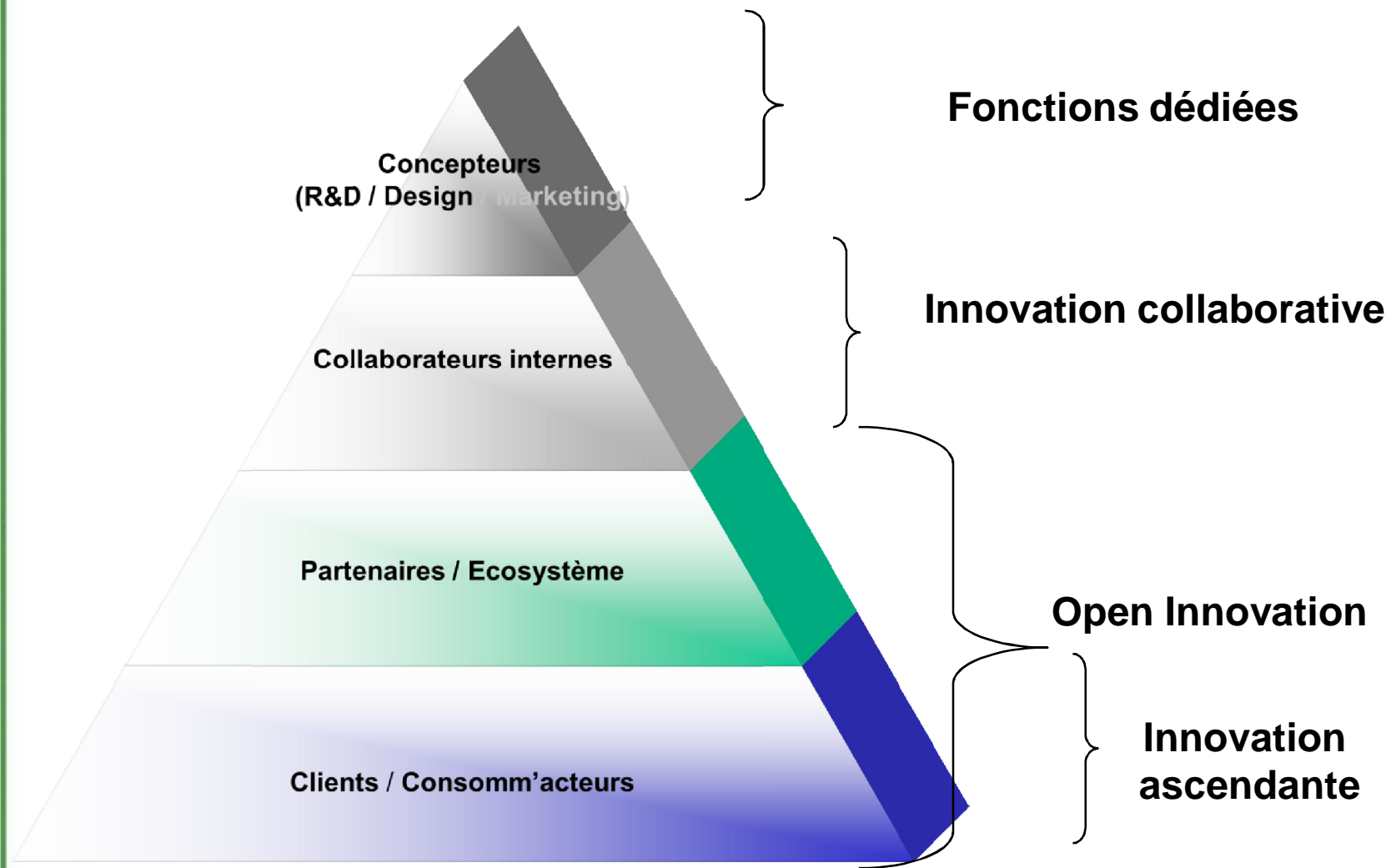
Planche de surf évolutive permettant de choisir son type de glisse. En rajoutant des élargisseurs de chaque côté de la planche, on passe d'une planche type Alpin au type Free-ride.


### avantages

- Permet aux novices d'aborder deux types de glisses.
- Choix du type de glisse en fonction de ses envies.
- Adapter le rayon de courbure en fonction de son niveau.

- end user
- rando
- realisation
- brand
- wow factor

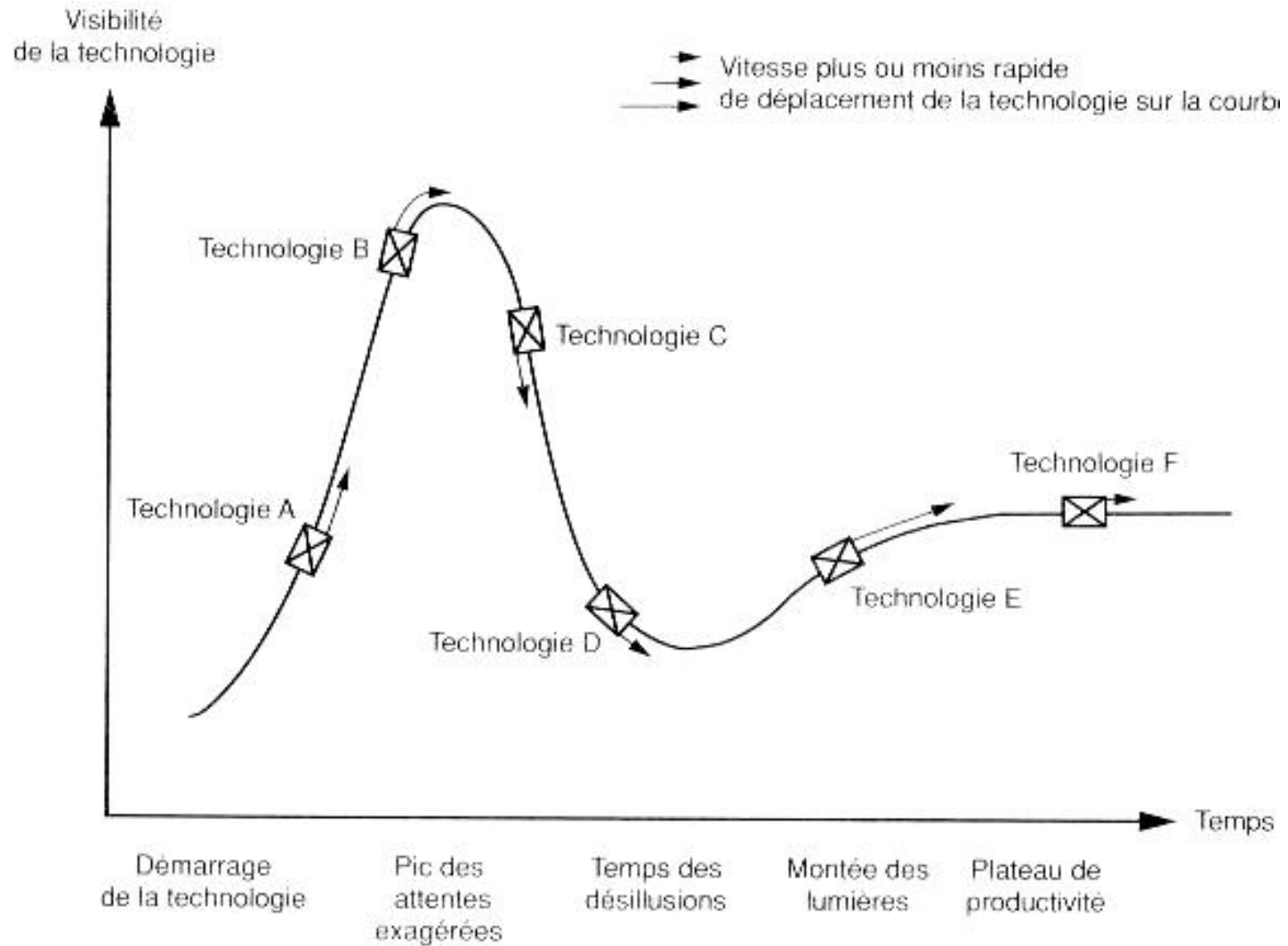
Décathlon Design Marque Quechua + Institut Supérieur de Design | imagischool glisse | phase scénario | mai 2002



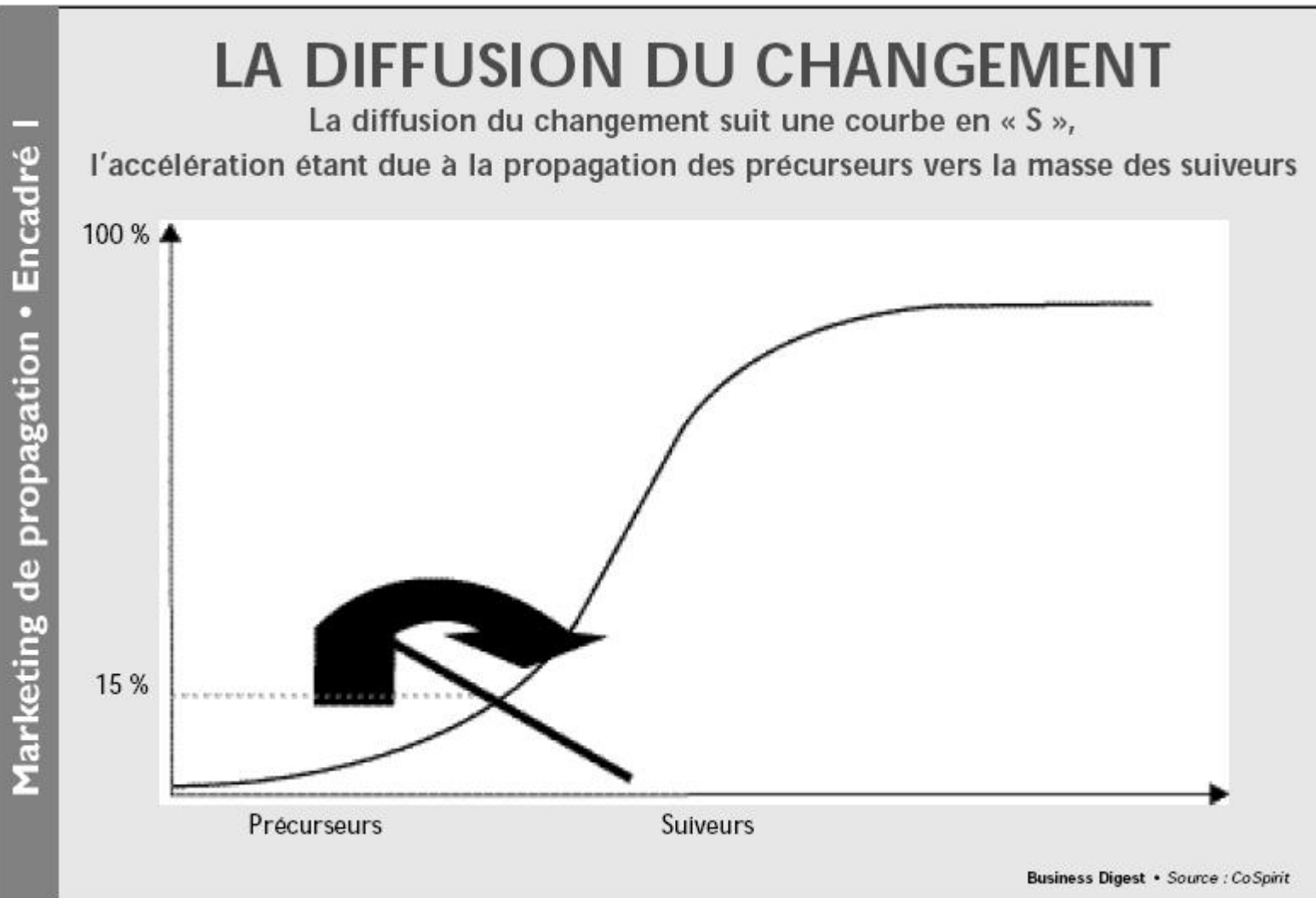


Tenir compte des  
obstacles et de la  
résistance au  
changement !

# La courbe de Hype



# Tenir compte de la résistance au changement !



## IDENTIFICATION DES INFLUENCEURS PAR DOMAINE D'ACTIVITÉ

Selon la catégorie de produits,  
il faut prendre en compte l'âge des 10 % d'acheteurs « influenceurs »

15 - 19 ans	20 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 ans et +
Téléphonie	Téléphonie	Produits enfants	Produits enfants	Jardinage	Jardinage
Emissions de Radio	Hifi photo-vidéo	Ameublement décoration	Bricolage	Bricolage	Produits d'entretien
Maquillage	Internet	Internet	Électro-ménager	Vin champagnes alcools	
<b>17 %</b>	<b>21 %</b>	<b>24 %</b>	<b>10 %</b>	<b>8 %</b>	<b>2 %</b>

Merci de votre attention !

Eric Seulliet

[eric@e-mergences.net](mailto:eric@e-mergences.net)

[www.e-mergences.net](http://www.e-mergences.net)

[www.lafabriquedufutur.org](http://www.lafabriquedufutur.org)