



L'observatoire
société et consommation

L'OBSoCO

Penser la « personnalisation » dans le nouveau modèle de consommation

Philippe Moati

L'émergence d'un nouveau modèle de consommation

- L'épuisement du modèle de consommation de masse issu du capitalisme industriel

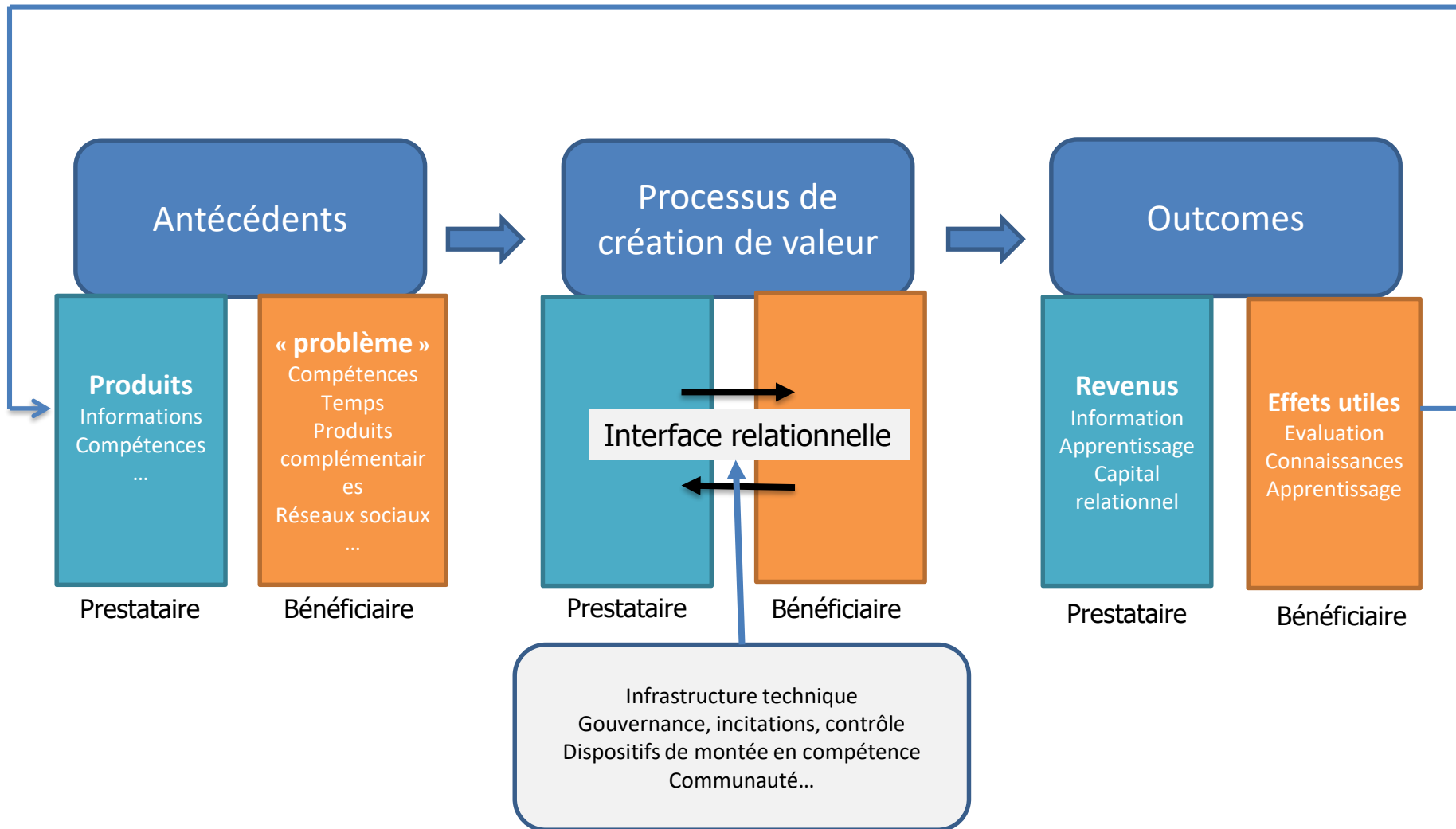
- Un modèle de consommation émergent marqué par
 - La démassification
 - La recherche de la compatibilité avec les éthiques de l'époque
 - Le passage de l'avoir à l'être
 - Le passage d'une promesse de bonheur hédonique à une promesse de bonheur eudémonique

- Une nouvelle compréhension de la nature de la valeur

La nouvelle compréhension de la nature de la valeur

- La valeur n'est pas dans le produit
- La valeur n'est pas dans l'œil des clients
- La valeur est le résultat d'une coproduction

La coproduction de la valeur



- Consommer : implique de « faire »
- « Faire », transforme l'individu, l'aide à se réaliser, contribue à son bien-être
- Les consommateurs témoignent d'un fort engouement pour le « faire »

L'Observatoire des consommations émergentes

- **Évolution des tendances** de consommation •

4ÈME VAGUE

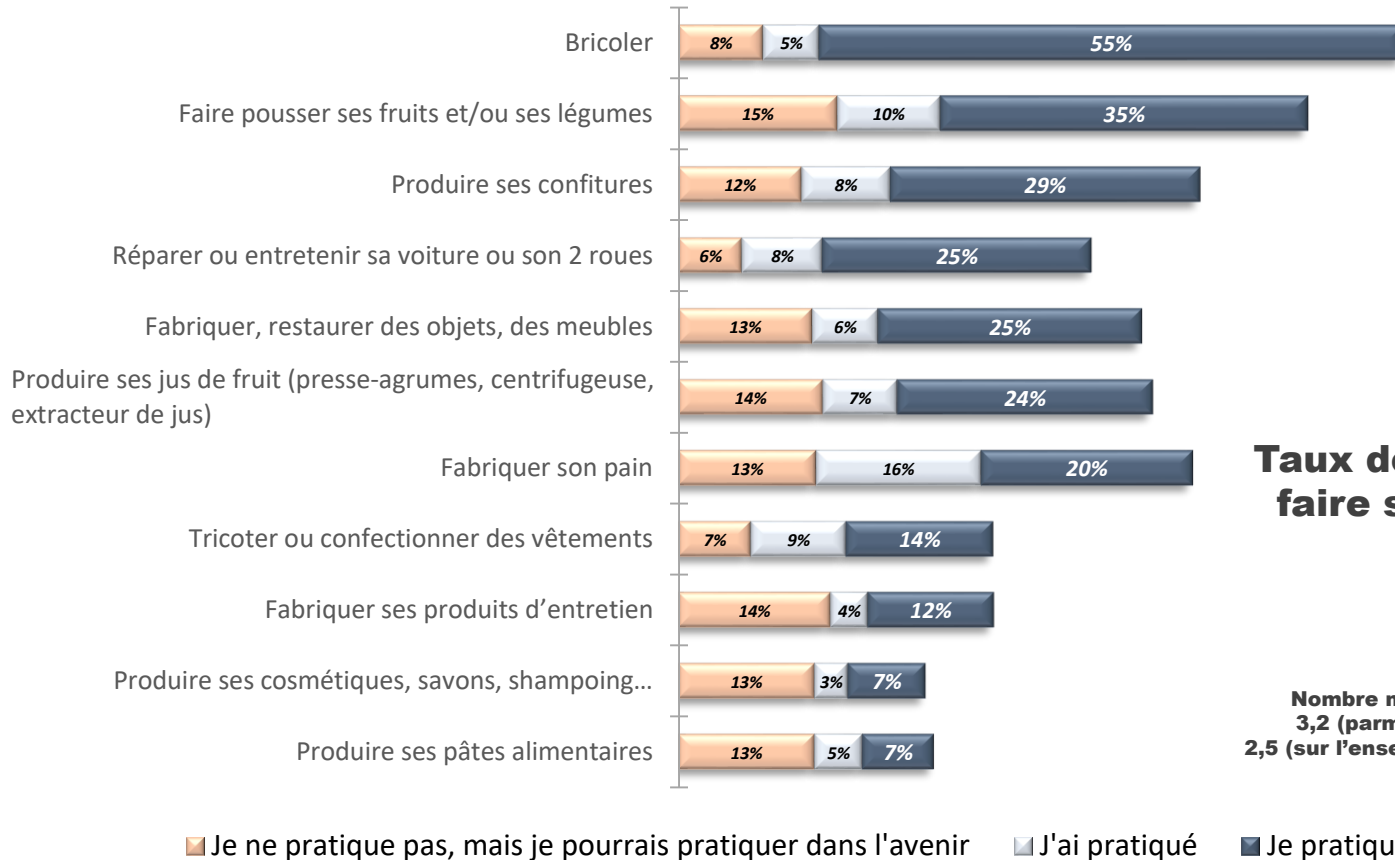
MARS 2018



Huit Français sur dix pratiquent une activité de « do it yourself »

45. Pratiquez-vous ou avez-vous pratiqué les activités suivantes :

(Base totale, n = 4034)



Taux de pénétration du faire soi-même : 80%

**Nombre moyen d'activités : 3,2 (parmi les pratiquants)
2,5 (sur l'ensemble de l'échantillon)**

■ Je ne pratique pas, mais je pourrais pratiquer dans l'avenir ■ J'ai pratiqué ■ Je pratique

Source : © L'ObSoCo / Lokéo, Bic, Picom, Maif, 2018



Le plaisir de faire soi-même domine la hiérarchie des motivations.

Q48. Pour quelles raisons pratiquez-vous (insertion) ?

(Base totale, n = 3223)



Source : © L'ObSoCo / Lokéo, Bic, Picom, Maif, 2018



assureur militant



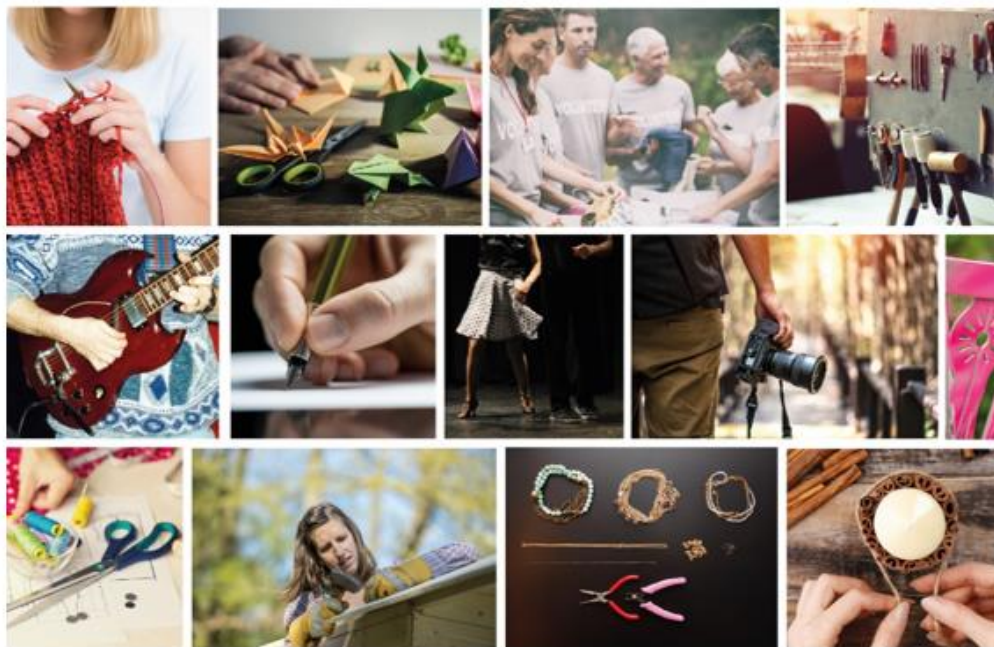
L'OBSERVATOIRE DU FAIRE

*Le nouveau terrain de jeu
des marques*

RAPPORT D'ÉTUDE

1^{ÈRE} VAGUE

FÉVRIER 2017



L'OBSoCO



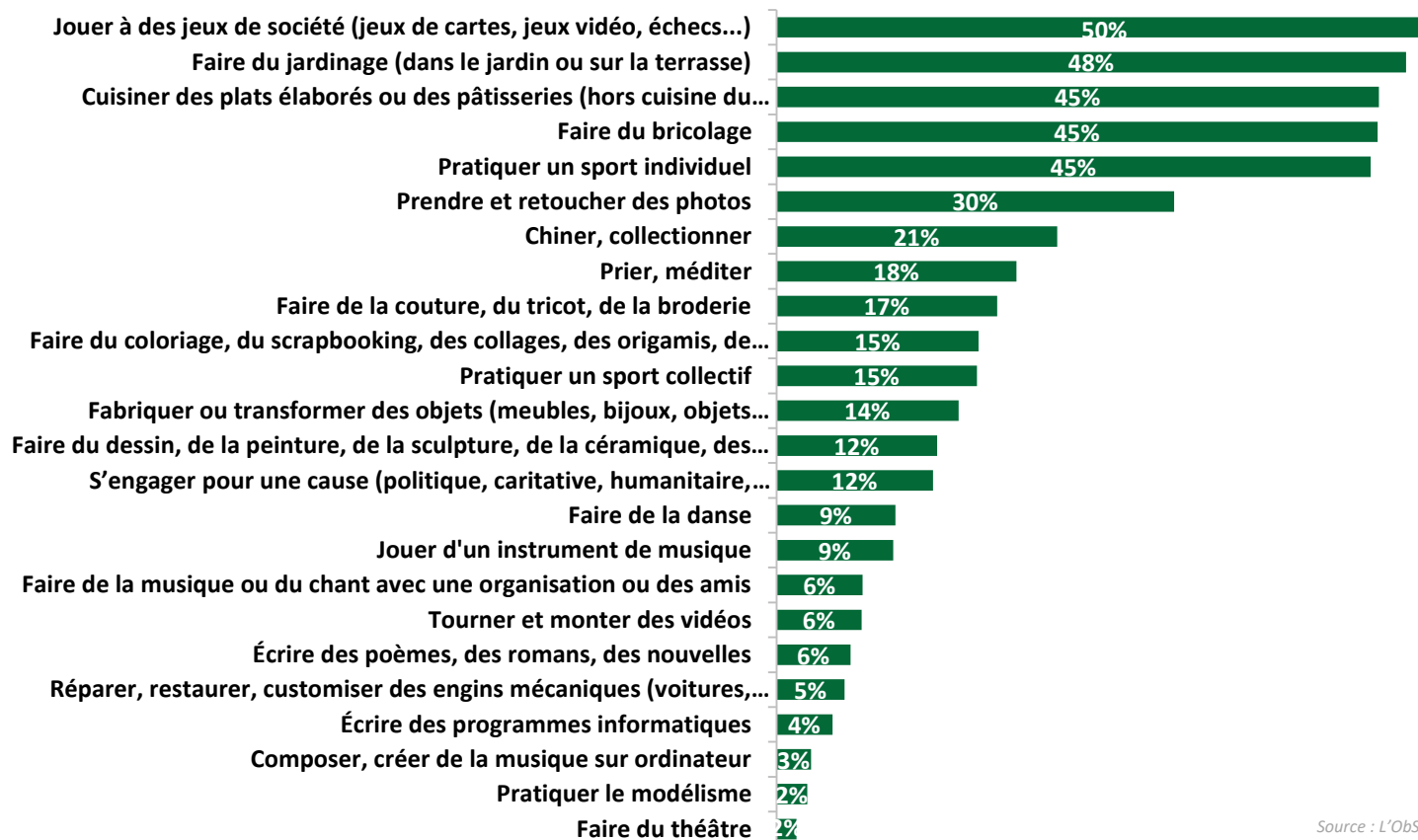
Avec le soutien de **assureur militant**

Pénétration des activités du "faire"

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités suivantes ?

Source : Observatoire du Faire, 2017 / Base totale, n = 5033

Pénétration des activités du "faire" (plus qu'occasionnellement)



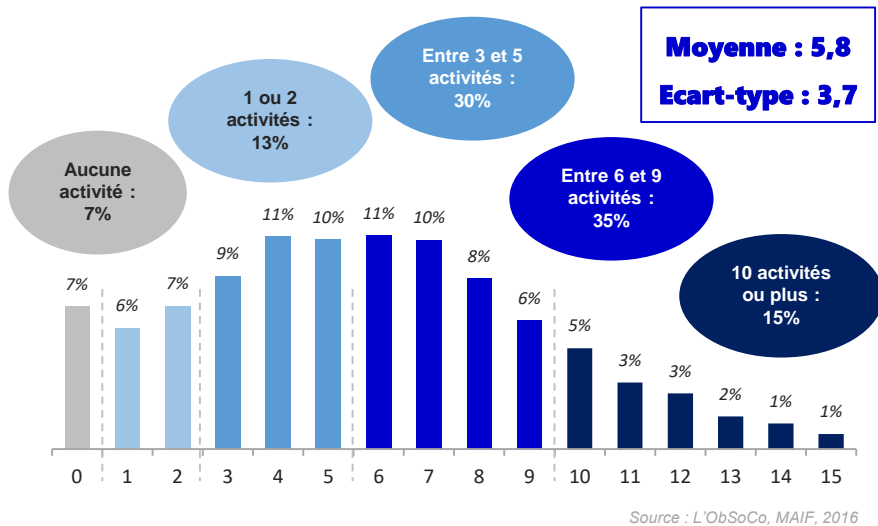
Source : L'ObSoCo / La Maif, 2017

93 % des Français engagés dans le « faire »

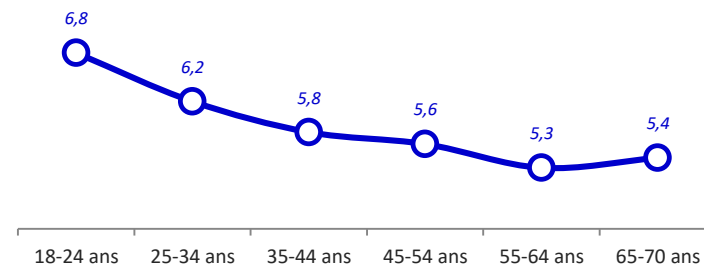
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous pratiqué les activités suivantes ?

(Base totale représentative de la population nationale n = 5033)

Distribution du nombre d'activités pratiquées (même exceptionnellement) au cours des 12 derniers mois

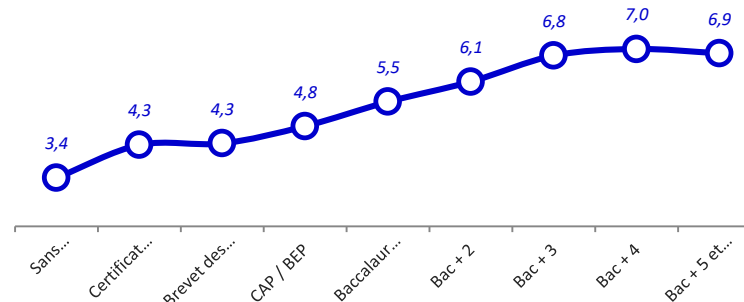


Nombre moyen d'activités pratiquées au cours des 12 derniers mois en fonction de l'âge



Source : L'ObSoCo, MAIF, 2016

Nombre moyen d'activités pratiquées au cours des 12 derniers mois en fonction du niveau de diplôme



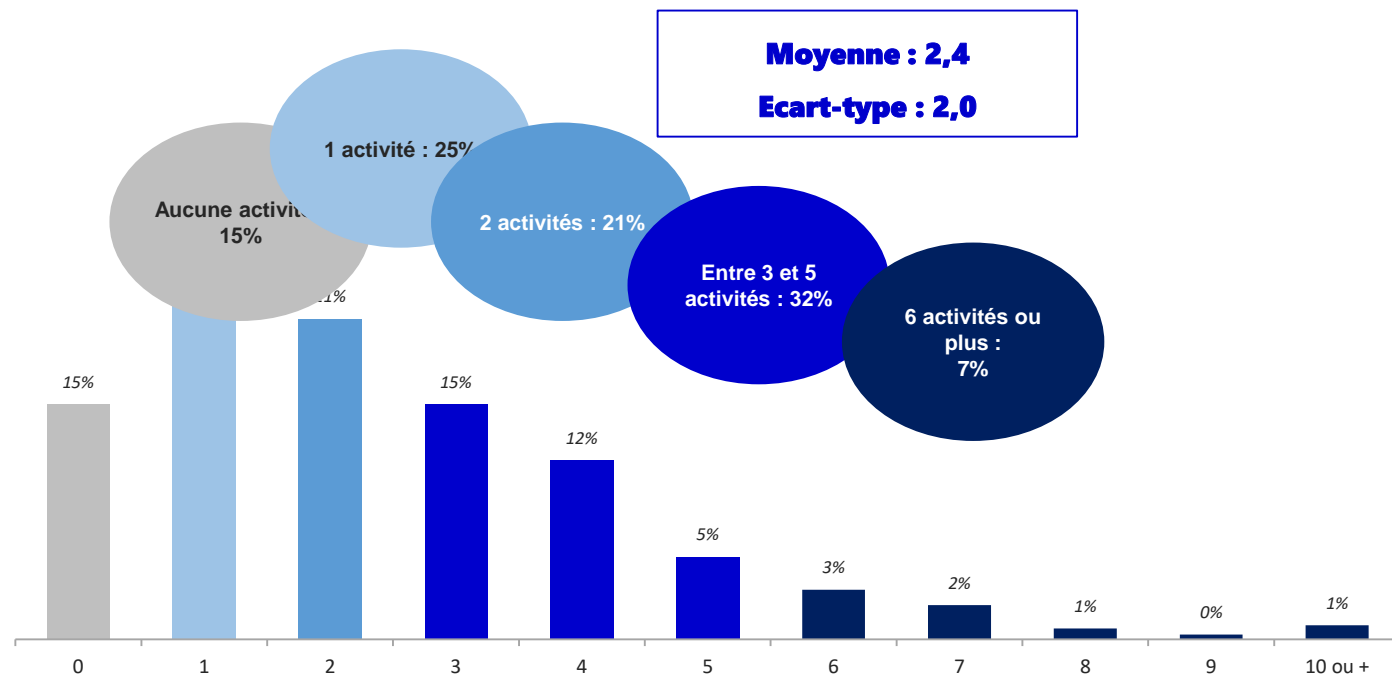
Source : L'ObSoCo, MAIF, 2016

42 % des pratiquants déclarent pratiquer quotidiennement ou presque au moins l'une des 24 activités étudiées. 35 % déclarent pratiquer au moins une fois par semaine.

79 % des Français « passionnés » par au moins une activité du « faire »

Parmi les activités que vous pratiquez dans la liste suivante, quelles sont celles pour lesquelles vous diriez que vous avez une « passion », que vous en êtes « passionné(e) » ?

(Base : individus ayant pratiqué au moins une des activités étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 2007 ; plusieurs réponses possibles)



Plaisir hédonique, expression de soi et *flow* : des états émotionnels souvent simultanés, en particulier chez les pratiquants les plus investis et passionnés

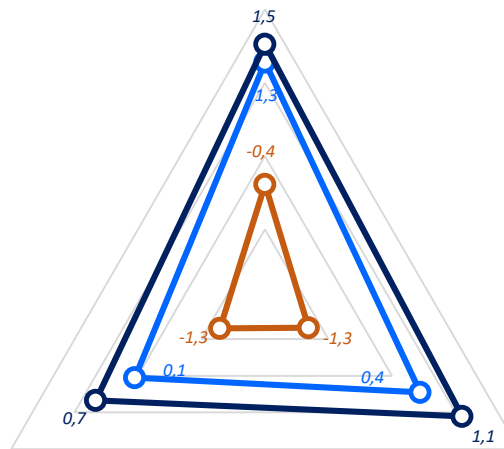
Mesures du plaisir hédonique, de l'expression de soi et du *flow*

(Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités étudiées au cours des 12 derniers mois, $n = 4405$)

Notes moyennes du plaisir hédonique, de l'expression de soi et du *flow*

Variations des notes moyennes
en fonction du rapport passionnel à l'activité pratiquée

Plaisir hédonique



Flow

Expression de soi

—○— Je ne suis pas passionné par cette activité

—○— Cette activité est une passion en harmonie avec les autres activités de ma vie

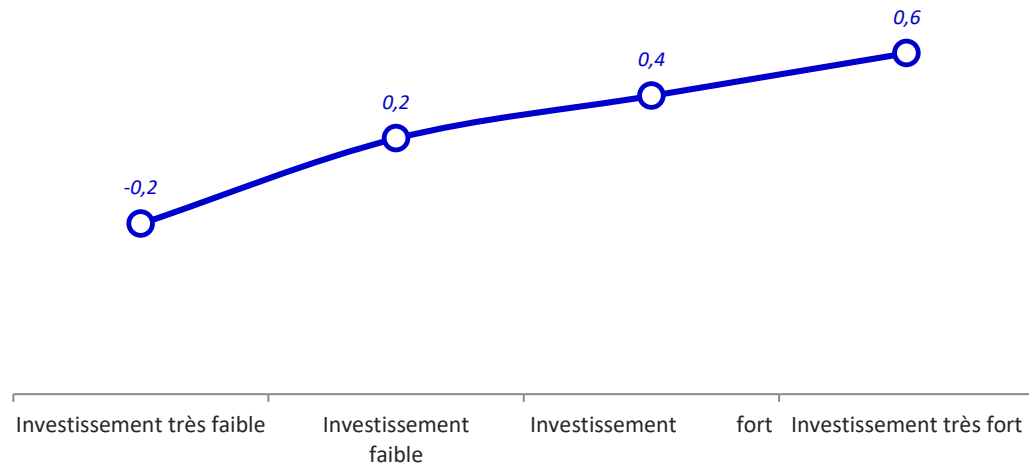
—○— Cette activité est une passion avec laquelle j'ai un rapport presque obsessionnel

Source : L'ObSoCo, MAIF, 2017

Les variables relatives au "faire" sont positivement liées au niveau de bien-être psychologique...

Mesure du bien-être psychologique

(Base totale individus ayant pratiqué au moins une des activités étudiées au cours des 12 derniers mois, n = 4405)



Source : L'ObSoCo, MAIF, 2017

Les implications

- Parler davantage d'effets utiles et de solutions que de produits
- Penser la part prise par les consommateurs dans la production des effets utiles
 - Permettre à chacun de l'ajuster en fonction de ses besoins
 - Permettre à chacun de s'exprimer, de se réaliser
- Mettre en œuvre les ressources pour orchestrer la coproduction, assister les consommateurs pendant qu'ils « font »
 - Ergonomie
 - Montée en compétences
 - Assistance
 - Partage
 - Rétroaction

L'observatoire
société et consommation

L'OBSoCo

Merci de votre attention

09 81 04 57 85
28 boulevard de la Bastille
75012 Paris
www.lobsoco.com