

Avant-propos

CE LIVRE est avant tout le fruit d'une expérience professionnelle commune, celle de l'équipe d'Intuition. Depuis plus de six ans, en tant que conseillers en innovation, nous sommes quotidiennement confrontés aux évolutions de nos concitoyens – leurs mentalités, leurs rêves, leurs frustrations – et aux nécessaires adaptations des acteurs commerciaux qu'entraînent ces évolutions. Ces deux aspects de notre travail sont passionnants, ils font tout l'intérêt et le charme de notre métier. Chaque mission nous permet d'explorer de nouvelles vérités humaines, toujours mouvantes, qui enrichissent ainsi notre réservoir d'*insights*, notion quasiment intraduisible dans sa profondeur et sa justesse lorsqu'il s'agit de parler des motivations. Chaque mission nous oblige aussi à inventer de nouvelles idées et solutions pour nous adapter au futur, l'épouser plutôt que le craindre. Dans ce livre, j'ai essayé de rendre compte de ces deux volets de mon expérience : les évolutions sociétales, d'une part, et leurs implications pour les métiers du marketing, d'autre part.

Ma position est celle d'un praticien qui tente de généraliser à partir de son expérience. Or, cette dernière est toujours limitée et spécifique. En cela, ce livre pourra être considéré comme dilettante, comparé aux ouvrages de sociologie ou de théorie du marketing. Mais il aura l'avantage de la *praxis*, qui permet une sorte de vérification pragmatique des connaissances par leur utilisation en situation réelle.

Ce sont les tendances lourdes qui importent dans notre métier : notre parti pris professionnel est de chercher pour nos clients les sources de croissance à long terme et les nouvelles motivations durables, plutôt que les modes de la prochaine saison. En conséquence, le but de ce livre est d'analyser les tendances profondes qui traversent notre société, et non d'en décrire les manifestations les plus récentes. D'ailleurs, les

chiffres et les exemples se périment vite, tant notre monde a soif d'apparences nouvelles. Et plus les sources d'information se multiplient, moins les chiffres sont univoques.

Quelle forme d'écriture adopter ? Ni théorique, ni purement descriptive, ni rigide... Ouverte, discursive, libre, empruntant à différents domaines (sociologie, psychologie, journalisme...), dans une posture de vagabondage intellectuel, nourrie par la rhétorique de l'essai. L'essai qui, transdisciplinaire et indéterminé, correspond au caractère incertain et hybride de la société actuelle. Stephen Toulmin¹ a raison de chercher les racines de la modernité autant chez Montaigne que chez Descartes, autant dans la réflexion participante et libre que dans la rationalité.

J'ai donc choisi de partager, sous cette forme, les fruits de ce vécu professionnel et de son analyse. Observatrice participante par ma profession, je ne revendique en aucune manière la neutralité du scientifique et il m'est arrivé, ici ou là, de m'impliquer en donnant, de façon directe ou indirecte, mon opinion sur ces évolutions en cours. J'ai cheminé au fil des idées et des mots, en acceptant les doutes, les questionnements et les indéterminations propres à cette aventure qu'est la tentative de comprendre notre société. Tentative d'autant plus complexe que nous vivons dans une société peu linéaire et si paradoxale que toute position trop arrêtée semble immédiatement contredite par un fragment de réalité. Une société qui ressemble à une mosaïque composée de milliers de morceaux. Ils ne sont pas pour autant désordonnés. Plutôt agencés selon une logique de grands leitmotifs, dont certains sautent aux yeux tandis que d'autres restent en retrait. La logique des chapitres reflète cette structure en mosaïque.

1. Auteur de *Cosmopolis : The Hidden Agenda of Modernity*, University of Chicago Press, 1992 et également de l'essai sur Descartes intitulé « Descartes in his time », publié dans *Discourse on the Method and Meditations on First Philosophy (Rethinking the Western Tradition) by Rene Descartes*, David Weissmann (Editor), Yale University Press, 1996. Il a qualifié les *Essais* de Montaigne de « *a foundational text of the humanities* ».

Concernant les implications pratiques qu'ont ces évolutions sociétales pour les acteurs de l'entreprise et du marketing, je me suis limitée à des exemples vécus ou à des réflexions découlant de mes dialogues avec nos clients, collègues ou partenaires, français et étrangers. J'ai beaucoup appris de nos clients. De leurs ambitions et de leurs difficultés, de la complexité de leurs organisations parfois inadaptées au monde contemporain, de leurs résistances internes, mais aussi de leur capacité à aller de l'avant, à se remettre en cause, à s'adapter.

Mes remerciements s'adressent, en premier lieu, aux clients d'Intuition, eux qui nous ont fait confiance depuis la création de la société. Ma deuxième source d'apprentissage, immense, profonde, irremplaçable, a été celle des experts. Grâce à la méthode d'Intuition, qui repose sur un dialogue constant avec des experts de tous les métiers, à la fois analystes et praticiens, j'ai absorbé, telle une éponge, des milliers de propos sur comment vivent et ce dont rêvent nos concitoyens, qui sont aussi des consommateurs. Observateurs de leurs propres clients ou sondeurs des évolutions macro-sociétales, ces experts transmettent leurs connaissances, à la fois pratiques et théoriques, tant aux consultants d'Intuition qu'à nos clients. Artisan boulanger ou sociologue célèbre, esthéticienne ou psychanalyste réputé, ils nous permettent de capter les motivations de nos contemporains dans tel ou tel domaine de leur vie et à l'égard de telle ou telle catégorie de produits. Les praticiens nous livrent le fruit de leurs observations jamais biaisées par quelque déclaratif. Les théoriciens partagent avec nous l'étendue et la profondeur de leurs analyses et leurs travaux académiques.

Je remercie tous ces experts, interviewés ou venus chez Intuition, de m'avoir transmis et fait comprendre autant de choses essentielles. Et je leur demande de m'excuser par avance si certains de leurs propos ne sont pas restitués dans toute leur intégralité et leur finesse. Enfin, je voudrais remercier tous les salariés d'Intuition, ceux qui forment la formidable équipe

actuelle et aussi ceux qui ont fait un bout de chemin avec nous dans les années passées. Sans leur contribution et leur soutien, ce livre n'aurait pu voir le jour. Ma gratitude va également aux trois rédactrices qui m'ont apporté leur concours.

Loin des bruits médiatiques, des drames réels ou inventés, des problèmes vrais ou imaginaires, loin de l'agitation des villes et de celle, parallèle, d'Internet, je me suis réfugiée dans une maison au bord d'un lac, à l'orée d'une forêt et au milieu des chants d'oiseaux, pour écrire ces pages. Cette distance géographique est une métaphore de la distance mentale qui me semble aujourd'hui nécessaire pour décoder le monde qui nous entoure et pour avancer, avec énergie et enthousiasme, vers un avenir qui ne devrait jamais nous angoisser. C'est ce recul, je le constate tous les jours, qui fait si souvent défaut dans le travail, face aux pressions court-termistes et à la culture de l'immédiateté, instillées dans l'ensemble des entreprises par les logiques boursières et le rythme des nouvelles technologies.

Or, ce temps de recul, en apparence « perdu », est toujours regagné au centuple, s'il permet de mûrir des connaissances, créer des idées, forger des convictions, peaufiner des réalisations, assumer les risques intrinsèques aux prises de décisions. J'ai donc fait tout mon possible pour consacrer le maximum de temps à écrire ce « tout sur rien » qui, je l'espère, sera source de réflexion et d'inspiration.