

CARNET DE
TENDANCES
2019



LESTOUX &
ASSOCIÉS

Et si le commerce et la ville de demain s'imaginaient simplement en regardant vivre les citoyens, en se confrontant aux nouveaux usages, à la nouvelle sociologie des consommateurs et en repérant les nouvelles tendances ? Finie l'ère du benchmark qui a fait que tous les projets se ressemblent... Retrouvons le goût d'inventer...

Après Roc-on et Roc-off, l'à peu prix... en 2018, nous vous proposons 12 mots, expression des 12 principales tendances comme autant de sources d'inspiration pour transformer les centres-villes, les espaces de commerce et les commerces...

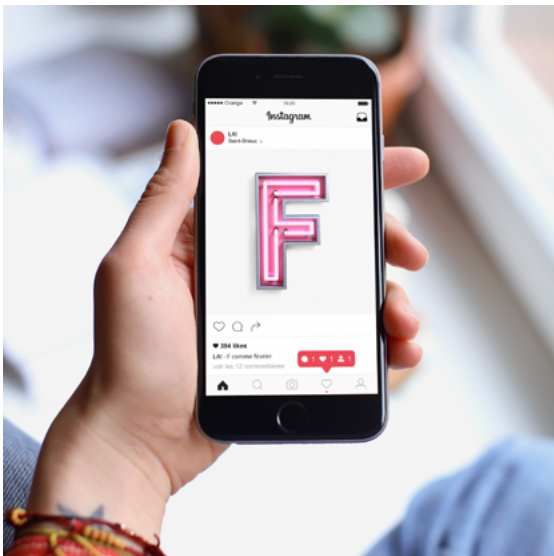
12 mots, 12 mois « made in » LA ! pour imaginer demain sans penser comme hier.



Janvier

SERVICIEL

Vêtement de marque pour 4 jours ou un mois, voiture partagée, scooter en libre-service... Être riche d'être libre, vivre sans engagement pour s'adapter aux nouveaux parcours de vie devient une tendance de fond de la consommation. Une tendance qui va obliger à repenser la dimension servicielle du retail. Qu'est-ce qui aura le plus d'importance demain le produit ou l'offre de services qui l'accompagne ?



Février

INSTAGRAMMABLE

Changement de cap essentiel : la notoriété, l'e-réputation... c'est désormais le client, le citoyen, le consommateur qui la font. Développer l'attractivité c'est aujourd'hui plus que jamais stimuler des ambassadeurs digitaux. Théâtraliser un centre-ville ou un espace commercial rien de tel pour booster la visibilité sur les réseaux sociaux.

Créez l'évènement et vos clients feront le reste !

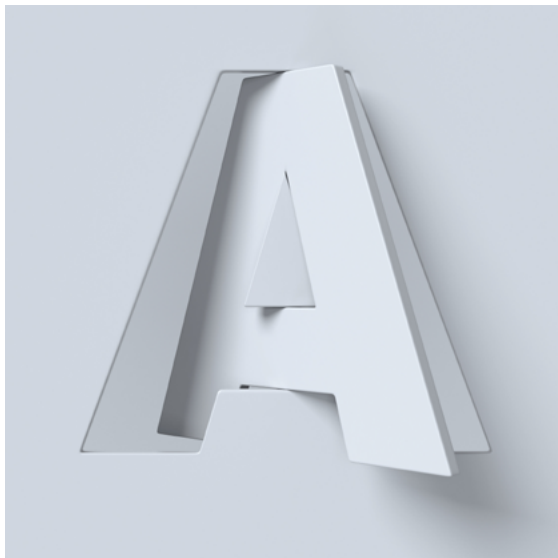


Mars

CO-LLECTIF...

Co-living, co-working, co-construction l'ère de l'individualisation a vécu.

Le co-llectif reprend la main comme une contrepartie à un monde de plus en plus digitalisé mais aussi pour gagner en flexibilité et s'adapter à une économie, à une vie faite de cycles courts... Un défi à relever pour imaginer l'habitat de demain, les espaces de travail de demain dans les villes et les centres-villes d'aujourd'hui.



Avril

Imaginer demain sans penser comme hier

DÉSIRABILITÉ

Se faire désirer voilà tout le sens des défis de demain pour les centres-villes ou les nouveaux quartiers...

Les stratégies d'attractivité pensaient logements, commerces, espaces publics... La désirabilité englobe une vision beaucoup plus large intégrant la culture, les déplacements, la place de l'enfant... toute une somme d'aménités essentielles qui doivent se travailler en intégrant mieux les modes de vie et les nouveaux usages.



Mai

Imaginer demain sans penser comme hier

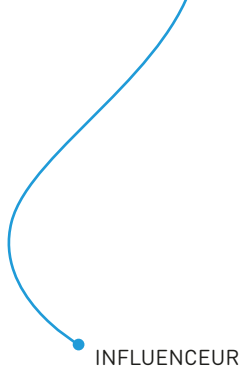


ATAWAD

ATAWAD comme la contraction d'Anytime, Anywhere, Anydevices qui signifie n'importe quand, n'importe où, sur n'importe quel terminal... ATAWAD comme le symbole d'une consommation qui change, qui oblige à repenser le commerce dans son omnicanalité et qui donne quelques cheveux blancs à un autre anglicisme : no parking, no business.



Jun



INFLUENCEUR

Et si l'année 2018 avait marqué la fin des stratégies de communication classiques ? Et si la communication d'un site commercial, d'une marque, d'un centre-ville reposait désormais sur l'activité d'influenceurs sur le net ? Et si le manager 2.0 du centre-ville était d'abord un influenceur ?



Juillet

● OMNICALITÉ

Quand les pure-players du Web réinvestissent les leviers du commerce physique, quand le commerce de détail ne peut vivre sans le digital, quand les market-places de centre-ville ne fonctionnent que si elles sont associées à un service de livraison à domicile, c'est que les canaux de distribution se croisent et s'entrecroisent pour dessiner un commerce de demain adapté aux nouveaux modes de vie.



Août

LA NOUVELLE PROXIMITÉ

La proximité c'est être plus proche physiquement des consommateurs, c'est surtout être adapté aux nouveaux temps sociaux. Les commerces de centre-ville sont ouverts 22% du temps disponible des actifs pour consommer, 35% pour les grandes surfaces... Il est l'heure de repenser les horaires d'ouverture des commerces pour capter les formidables potentiels de l'économie de proximité.



Septembre



L'HEURE DU CHOIX

Doit-on continuer à produire des zones commerciales comme hier ou doit-on imaginer un nouveau modèle pour ces espaces de périphérie. Deviendront-ils multifonctionnels à l'image d'un centre-ville ? Développeront-ils une hyper théâtralisation ou un hyper-positionnement loisirs ? Habiterons-nous demain des espaces commerciaux ? Un peu de tout ça sûrement pour s'adapter à un nouveau modèle de consommation !



0ctobre

CIRCULAIRE

Economie circulaire pour des villes plus frugales, communication circulaire entre les citoyens, les institutions pour des villes plus connectées et réactives, coopérations entre les acteurs... Et si l'avenir de la revitalisation des cœurs de ville résidait dans la suppression des silos qui bloquent la créativité ? Et si l'avenir de la revitalisation des cœurs de ville résidait dans le développement d'une intelligence collective et circulaire au delà des domaines d'activités de chacun ?



Novembre

LA FIN DE LA PÉRIPHÉRISATION ?

Pourquoi diluer la ville comme on le fait depuis des années ? Pourquoi tant péri-urbaniser ? Pourquoi éloigner les services de l'habitat, les commerces des services ? La ville se caractérise justement par l'intensité de ses fonctions. Une ville, un centre-ville, un centre-bourg doit être par essence intensif... La périphérisation n'est-elle pas un modèle daté source de profondes ruptures sociétales ?



Décembre

CULTURE BOOSTER

Qu'est-ce qui nous relie à la ville ? Ses commerces ? Un peu moins à l'heure de l'hyperchoix boosté par le digital. La culture et la convivialité ? Certainement... Oui osons parler de la culture comme accélérateur de fréquentation, osons parler d'une culture qui met au cœur de sa stratégie la convivialité, osons parler du marketing culturel de nos villes... Et puis Libérons la créativité !

Nous aurions pu aussi vous parler de la ville interactive dans laquelle le contenu numérique, les médias sociaux et le contenu généré par les utilisateurs améliorent la gouvernance urbaine, de l'impact de l'intelligence artificielle sur le commerce, de la food tech, de la fin des unions commerciales et des nouvelles formes de coopération à inventer... Nous le ferons au détour d'un déjeuner, d'une conférence, d'une table ronde...

Nous aurons encore tellement de choses à nous dire en 2019... Belle année à vous.

VOS IDÉES POUR 2019

Vous avez d'autres idées,
d'autres mots totem ?

PARTAGEZ-LES AVEC NOUS



LESTOUX & ASSOCIÉS

3 rue Villedeneu / 22400 Lamballe
126 bd Haussmann / 75008 Paris
Tél. 02 96 50 55 01
www.lestoux-associes.com