

La question de gestion

Méthodologie

Etape 1 :

Etape 2 :

Etape 3 :

Etape 4 :

Etape 5 :

Etape 6 :

Etape 7 :

Etape 8 :

Document : Le consommateur de demain ? Plus âgé, plus connecté et rationnel

Quel sera le portrait-type des consommateurs français en 2030 ? Ils consommeront "moins" mais "mieux". Cela n'est pas une révolution mais une accentuation des tendances apparues avec la crise de économique de 2008, loin de l'euphorie consummatrice des Trente Glorieuses.

Dans vingt ans, l'homme sera devenu *"transhumain"*. C'est-à-dire globalement identique à aujourd'hui, mais avec une longévité et une *"intelligence"* augmentées grâce aux nouvelles technologies.

Un consommateur davantage connecté

Il sera aussi *"connecté"*, disposant ainsi d'une meilleure information pour faire des choix plus éclairés. Les consommateurs de 2030 seront donc davantage soucieux de leur santé et de leur bien-être.

Un consommateur plus rationnel

"2008 a constitué une rupture très nette dans les habitudes de consommation. Elle a marqué la fin de l'existentialisme du caddy observé depuis les années 60, avec une consommation en hausse constante à mesure que les revenus ne cessaient de croître", explique M. Geradon. *"Depuis, nous assistons à une consommation plus rationnelle et plus frugale : consommer moins pour consommer mieux"*, ajoute-t-il, précisant que cette tendance devrait se poursuivre.

En 2030, le consommateur consommera toujours des produits de grande consommation (PGC) et technologiques, peu soumis aux aléas de revenus. S

Il sera également friand de produits discount, avec une résurgence de l'*"économie grise"* (occasion, troc) en raison d'une baisse de revenus qui *"accentuera l'écart entre le vouloir d'achat et le pouvoir d'achat"*. On assistera enfin à un retour en grâce de tous les produits locaux, type *"made in France"*, la valeur du *"proche"* reprenant l'avantage sur le *"lointain"*, autrefois porteur d'imaginaire mais aujourd'hui synonyme de craintes. Dans la même logique, les produits *"écologiques"* et *"responsables"* seront en vedette, de même que le *"fait maison"*, prédit-il.

Question de gestion

En quoi les technologies de l'information et de la communication permettent-elles au consommateur d'être plus rationnel dans ses choix ?