

Comment enrichir la réflexion sur les innovations, les imaginaires et la construction des processus de décision des consommateurs

- Dominique Desjeux, anthropologue
- Professeur émérite
- Université Paris-Cité, Sorbonne SHS
- Chercheur-Consultant international sous contrat
- www.argonautes.fr (mise en ligne des enquêtes sur les organisations, les consommateurs, les décisions et les innovations)
- COPERL 7 mars 2025

Thèmes principaux

- L'anthropologie stratégique : chercher les contraintes qui organisent une action (innover, décider) pour comprendre les intentions
- La société analysée comme un système d'action, avec des jeux d'acteurs
- les échelles d'observation : un outil qui permet la connaissance mobile (la salle des services clients)
- Les processus d'innovation : peu d'inventions réussissent
- Les transformations des processus d'innovation sous contraintes de réchauffement climatique et de tensions internationales
- L'anthropologie stratégique : l'observation des pratiques et des contraintes (11 contraintes) qui organisent les jeux d'acteur
- La consommation est analysée comme un système d'approvisionnement
- La production et la diffusion des innovations sous contraintes de crises, d'incertitude et d'instabilité
- Les imaginaires alimentaires : la cacophonie alimentaire
- Comment regarder l'avenir : regarder la Chine

L'anthropologie stratégique : chercher les contraintes qui organisent une action (innover, décider) pour comprendre les intentions

L'offre d'innovation est souvent stimulée par la capacité à utiliser les changements de contraintes qui produisent de nouvelles pratiques dans la vie quotidienne

(cf. le shi 勢 le cours des choses en chinois)

Changement, innovation et processus de décision relève du même mécanisme social de transformation des pratiques

La décision comme un processus d'interactions sociales qui se déroule dans le temps

comme
socioanthropologue,
j'analyse la
consommation
comme un processus
de décision

- cf. L'analyse stratégique en sociologie des organisations (Michel Crozier),
- À l'échelle mesosociales ou micro sociale, celle des jeux d'acteurs

Par différence, et je
dis bien par
différence car elles
sont toutes aussi
pertinentes, avec
les approches en
termes :

- d'arbitrage des personnes ou des sujets, à l'échelle d'observation microindividuelle (marketing, psychologie, sociologie individualiste)
- de corrélation entre variables d'appartenance ou d'habitus (Pierre Bourdieu), pour analyser les comportements d'achat, à l'échelle d'observation macro sociale

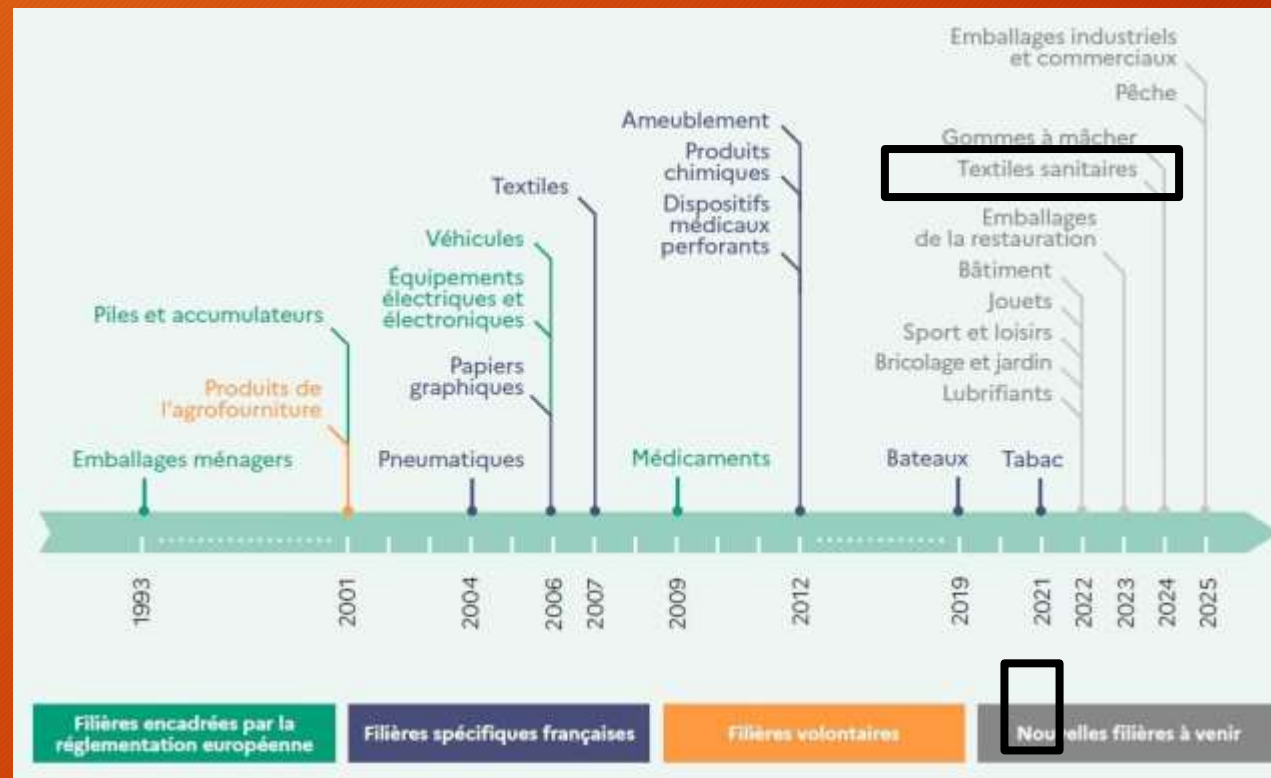
Observer les événements déclencheurs de l'action dans la vie quotidienne et dans les organisations (entreprises, administrations, les groupes de pression/les réseaux)

- Une action est toujours la résultante d'un effet d'acteur, d'un effet de situation (changement, crises, conflits) et d'un effet de structure (stabilité, routine)
 - Pour comprendre comment les comportements ou les sociétés changent, je me demande le plus souvent ce qui les fait changer, plutôt que de me centrer sur leurs intentions ou leurs motivations.
- Je cherche à comprendre quels sont les événements déclencheurs d'une évolution, d'une innovation ou d'une décision en fonction de différentes échelles d'observation

L'évènement déclencheur du changement pour les produits sanitaires jetables : la régulation

6

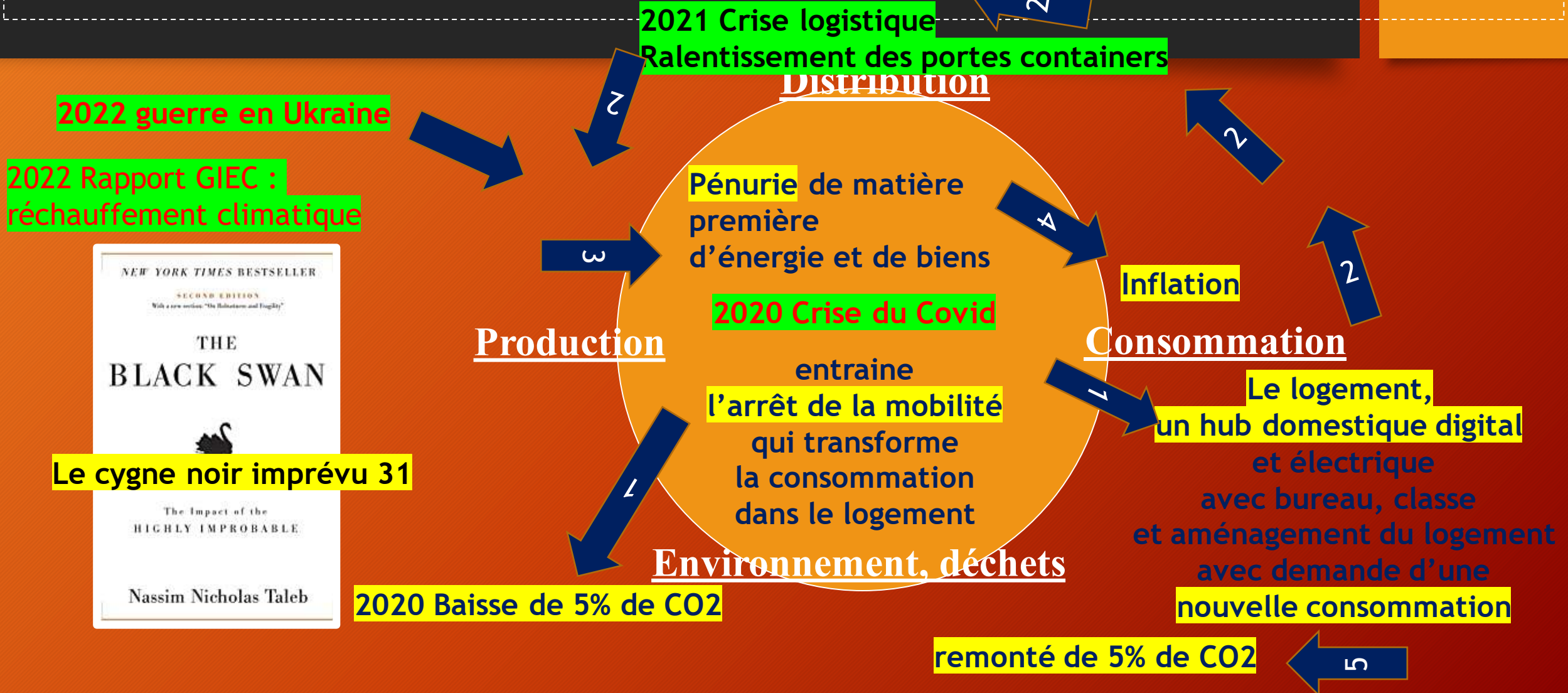
Ex : La loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire ("AGEC") qui élargit certains REP dans les filières : jeter, récupérer, réutiliser, acheter moins, laver ou utiliser une technique sans papier



« La responsabilité élargie des producteurs (REP) : celui qui fabrique, qui distribue un produit ou qui importe un produit doit prendre en charge sa fin de vie. »

Exemple : Les crises qui expliquent les changements de consommation et donc l'émergence d'innovations

7

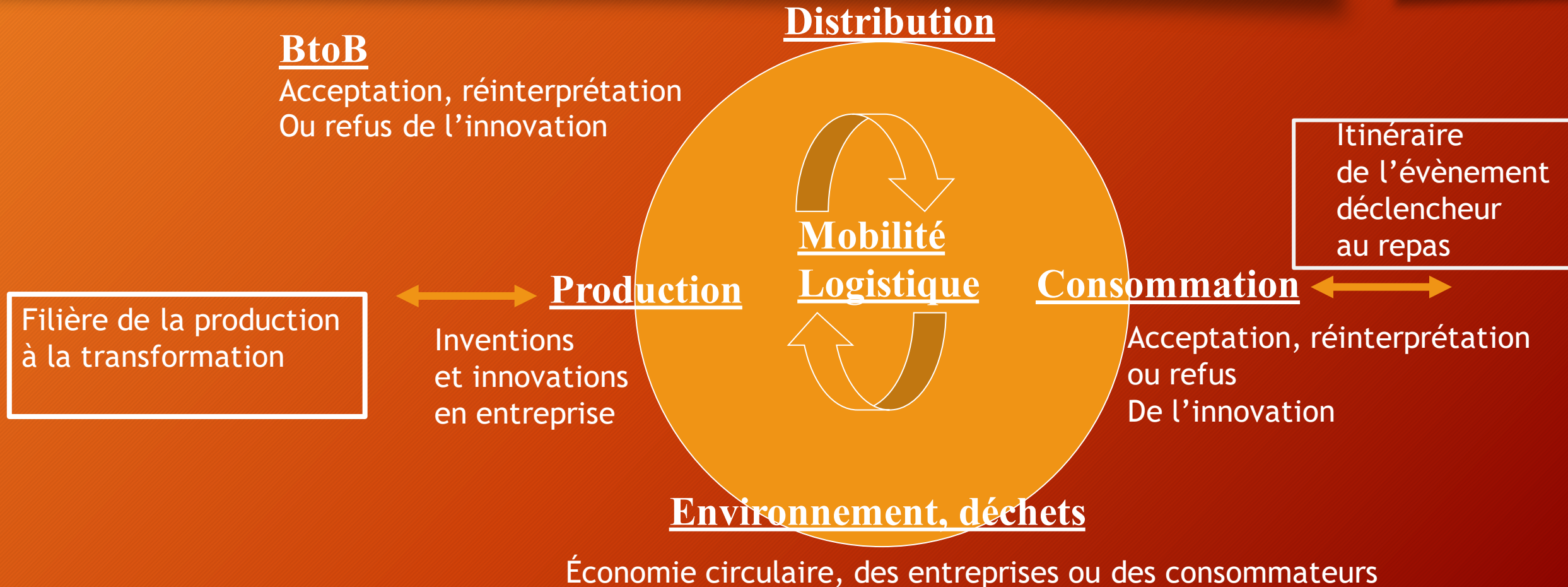


La société analysée comme un système d'action

Comprendre les échecs ou les réussites des innovations demande d'observer les différentes étapes par lesquelles la l'invention se diffuse à l'intérieur de l'entreprise, puis dans la distribution puis tout au long de l'itinéraire de construction de la consommation des ménages

On peut considérer la société comme un immense système d'action, organisé en champs de forces, et de contraintes sociales, matérielles et identitaires ou symboliques

9



les échelles d'observation : un outil qui permet la connaissance mobile

La difficulté méthodologique est qu'en fonction des échelles, la causalité, le système d'explication des pas le même.

Les méthodes qualitatives recherchent bien souvent ce qui est invisible pour les approches à base de corrélations statistiques, de mise en relation entre deux ou plusieurs variables

La connaissance mobile ou comment poser autrement les questions que l'on se pose

- J'essaye de faire varier
- la focale et l'angle d'observation
 - la focale varie en fonction des enquêtes centrées
 - sur les individus,
 - les jeux d'acteurs (cf. Exemple comment les enfants manipulent les parents)
 - les effets d'appartenance (comme les stratifications sociales, les effets de génération, les effets de genre ou de culture)
 - les angles d'observation varient suivants que l'on observe
 - les arbitrages à l'échelle microindividuelle
 - des pratiques, des représentations ou des contraintes à l'échelle des jeux d'acteurs
 - La variation des effets d'appartenance ou les valeurs
- La diversité des métiers (cf. la « salle des clients » ou la mise en commun des compétences)

Les échelles d'observation des décisions des consommateurs

Echelle macrosociale
corrélations



Géopolitique
(crises sanitaires, militaires, climatiques)
Classes (luxue, distinction)
Générations
Genres
Cultures
(religion, tradition
Politique, ethnie)

L'énergie

Echelle mesosociale
situation



Système d'action
Système de provision

Échelle microsociale
situation



Interaction sociale
Méthode des itinéraires

Échelle microindividuelle
Sens et corrélations



Individu
arbitrages

L'individu n'est pas le centre du monde
Il n'y a pas de centre fixe : un problème, une opportunité, une source de changement peut venir de n'importe où.

Échelle neurobiologique
corrélations



Biologie

La méthode des itinéraires appliqué au processus d'innovation:
Inventer c'est transgresser. Le jeu permanent de la transformation ou de l'élimination
de l'invention par la réception, tout au long du processus d'innovation

13



Recherche
Innovation

Production

Marketing
Publicité
Packaging

Distribution

Achat

Rangement

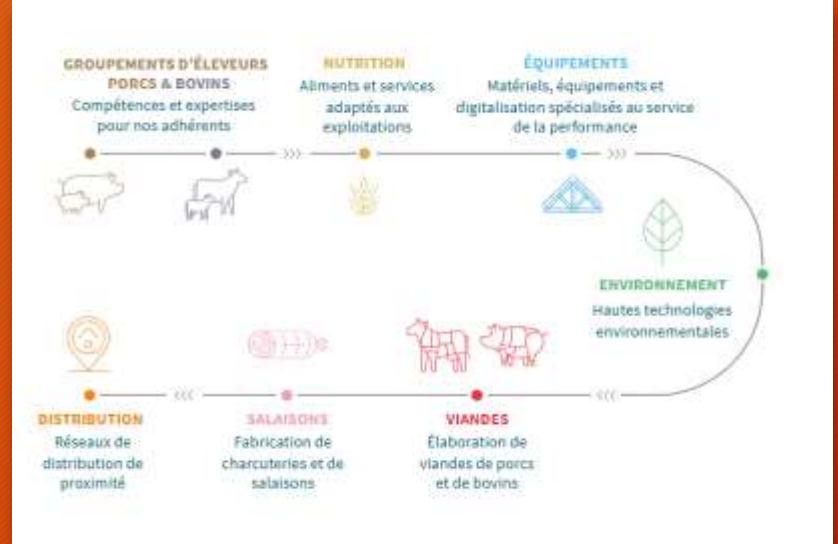
Usage

Déchet
Remise en
Circulation

Transsubstantiation publicitaire
ou l'enchantement par la marque



Contestation



COPERL filières et géopolitique

L'impossible approche globale qui explique la nécessité du travail plurimétiers tout au long de l'itinéraire de production et de vente

échelle d'observation chinoise

<https://youtu.be/3YFla8ZFMP8>

Échelle d'observation américaine <https://youtu.be/7139p6pvNJg>

(cf. la méthode des Horace et des Curiace : séparer les problèmes)

Les processus d'innovation : peu d'inventions réussissent

A l'échelle mesosociale
ou microsociale
Invention, innovation et
réception : un champ de
forces rugueux

- Etape 1 l'invention d'une idée, d'un bien, d'un service ou d'une nouvelle forme d'organisation
- Etape 2 : l'innovation, le moment où l'invention se diffuse, se transforme, est réinterprétée par les acteurs, les départements, les organisations à travers lesquelles elle se diffuse.
- Etape 3 : la réception une entreprise, une administration ou un ménage, le moment où la nouvelle technologie arrive chez l'utilisateur final
- L'ensemble de ce processus d'invention, d'innovation et de réception représente un champ de force favorable ou défavorable à la production, à la diffusion, de la réception des innovations.

Le parcours du combattant de l'invention à l'innovation

- La plupart des innovations échouent à l'intérieur de l'entreprise du fait des différences de contraintes qui pèsent sur les différents départements de la recherche innovations jusqu'à la commercialisation en passant par le contrôleur de gestion, la direction générale ou le marketing...
 - Une innovation a moins de chance de réussir si elle augmente la charge mentale de ceux qui doivent l'adopter et à l'inverse elle a plus de chance si elle simplifie les processus de fabrication ou la vie quotidienne.
- Ensuite elles peuvent échouer au moment des négociations avec la grande distribution.
- Après elles peuvent échouer quand elles rentrent dans le système d'action et de contraintes des ménages
- Ensuite se pose la question de l'économie circulaire et de la loi AGECE

Les métamorphoses de l'invention en innovation

19

- La métaphore de l'innovation, du départ à la rentrée dans l'espace
- Les “résistances” viennent autant des innovateurs qui voient leur invention se transformer
- Que des acteurs concernés par l'innovation qui transforment leur vie quotidienne en négatif ou en positif
- 2017 06 12, revue *Crash aérien*



Les transformations des processus d'innovation sous contraintes de réchauffement climatique et de tensions internationales

les objectifs des
innovations
techniques ou
organisationnelles :
Simplifier la vie et
baisser les coûts

- Entre 1750, début de l'ère du charbon et de la consommation en Angleterre et en Europe de l'Ouest et 2000, toutes les innovations ont en gros été organisé autour de 5 objectifs :
 - **Simplifier les usages** des biens de consommation grâce à l'industrie, à la chimie et aux énergies industrielles.
 - **gagner du temps**
 - **dépenser moins d'énergie humaine**
 - **augmenter la productivité et augmenter la quantité des biens consommés**
 - **payer moins cher, baisser les coûts et les prix des biens consommés**

Une piste de réflexion contre intuitive : les innovations culinaires et alimentaires liées à l'énergie ont été dans sens d'une simplification de la vie quotidienne ; la transition énergétique plus économe qui est en émergence risque de la complexifier

- Le point important à souligner est que le processus d'innovation qui va conduire à une consommation plus économe risque de fonctionner à l'inverse du processus d'innovation que l'on a connu depuis Sapiens.
- la consommation économe
 - ne simplifie pas toujours la vie
 - ne fait pas gagner du temps
 - peut coûter plus cher
 - peut augmenter la charge mentale.
- Ceci ne veut pas dire l'invention ne réussira pas mais qu'il faut prendre conscience de ce changement de perspective.
- Cela veut dire qu'aujourd'hui les processus d'innovation vont être encore plus complexes puisqu'ils vont à l'encontre du confort lié à la modernisation et augmentent la complexité et/ou les coûts
 - Cf la sobriété par la « décroissance volumique » (énergie fossile, matière première, protéines, eau) pour les entreprises sous contrainte de rentabilité, de maintien de l'emploi et d'approvisionnement
 - Plus la loi AGEC ou la « loi » ZAN, etc

L'anthropologie stratégique : l'observation
des pratiques et des contraintes qui
organisent les jeux d'acteurs

L'anthropologie est un outil qui est surtout pertinent quand on cherche à **explorer ce qui émerge**, ce qui est inconnu, grâce à la **pratique du détour**.

- C'est une **méthode qualitative** basée sur l'**observation** et la **description des jeux d'acteurs**, et notamment pour les comportements alimentaires, au sein de la famille et des ménages, en situation, dans la cuisine, dans le living, dans la chambre.
- Un des grands constats de ces observations est qu'il existe un **écart** entre ce que disent ou pensent les personnes et ce qu'ils font en pratique.
- L'anthropologie stratégique **explique** cet écart par les **contraintes matérielles, sociales et symboliques** qui transforment les intentions en action et en pratiques différentes.
- La **consommation du futur** va dépendre de la **compréhension** de ces **11 contraintes**.

Les 11 contraintes/potentialités matérielles, sociales et symboliques qui expliquent l'écart entre les valeurs et les pratiques au moment du passage à l'action

25

Les 5 contraintes matérielles	Les 3 contraintes sociales	Les 3 contraintes symboliques et psychosociales
○ temps	○ apprentissage	○ Identité personnelle ou professionnelle
○ Espace	○ Normes sociales (convention, grandeur) : permis, prescrit, interdit (la guerre des normes)	○ Risques perçus
○ Budget	○ Réseaux « sociaux prénumériques » et numériques (circulation de l'information)	○ Charge mentale (les innovations « écologiques » qui demandent plus de temps, de cout et d'énergie humaine)
○ Le système d'objets concrets		
○ L'énergie (numérique, panne, réchauffement climatique)		

La consommation est analysée comme un système d'approvisionnement

C'est donc un système dynamique dans lequel la décision évolue en fonction des situations et des jeux d'acteurs

La méthode est très inductive

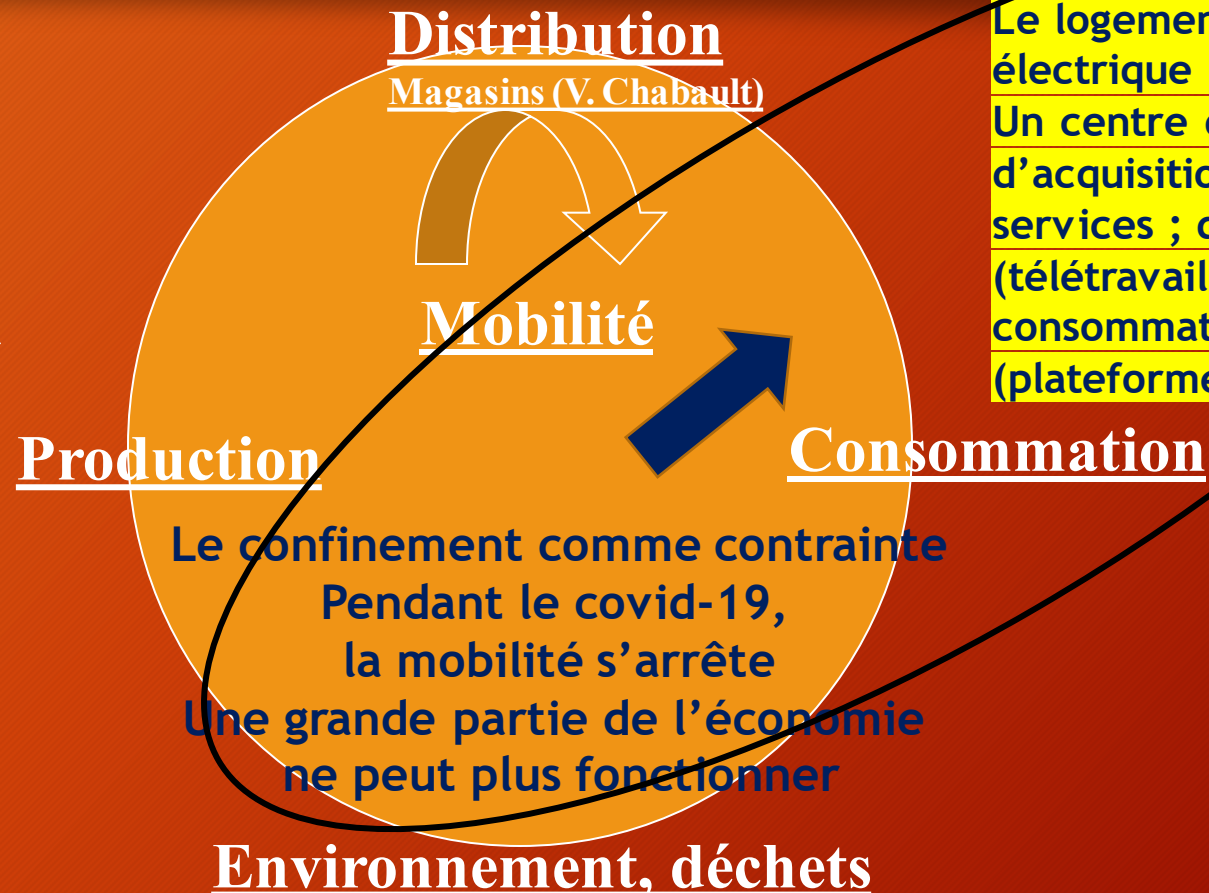
Elle permet d'explorer une situation sans hypothèses parce que l'on ne sait pas ce qui va se passer

Le futur est considéré comme un monde exotique, inconnu, sans point de repère

La société est un immense système d'action, organisé en champs de forces, sous contraintes sociales, matérielles et identitaires/symboliques

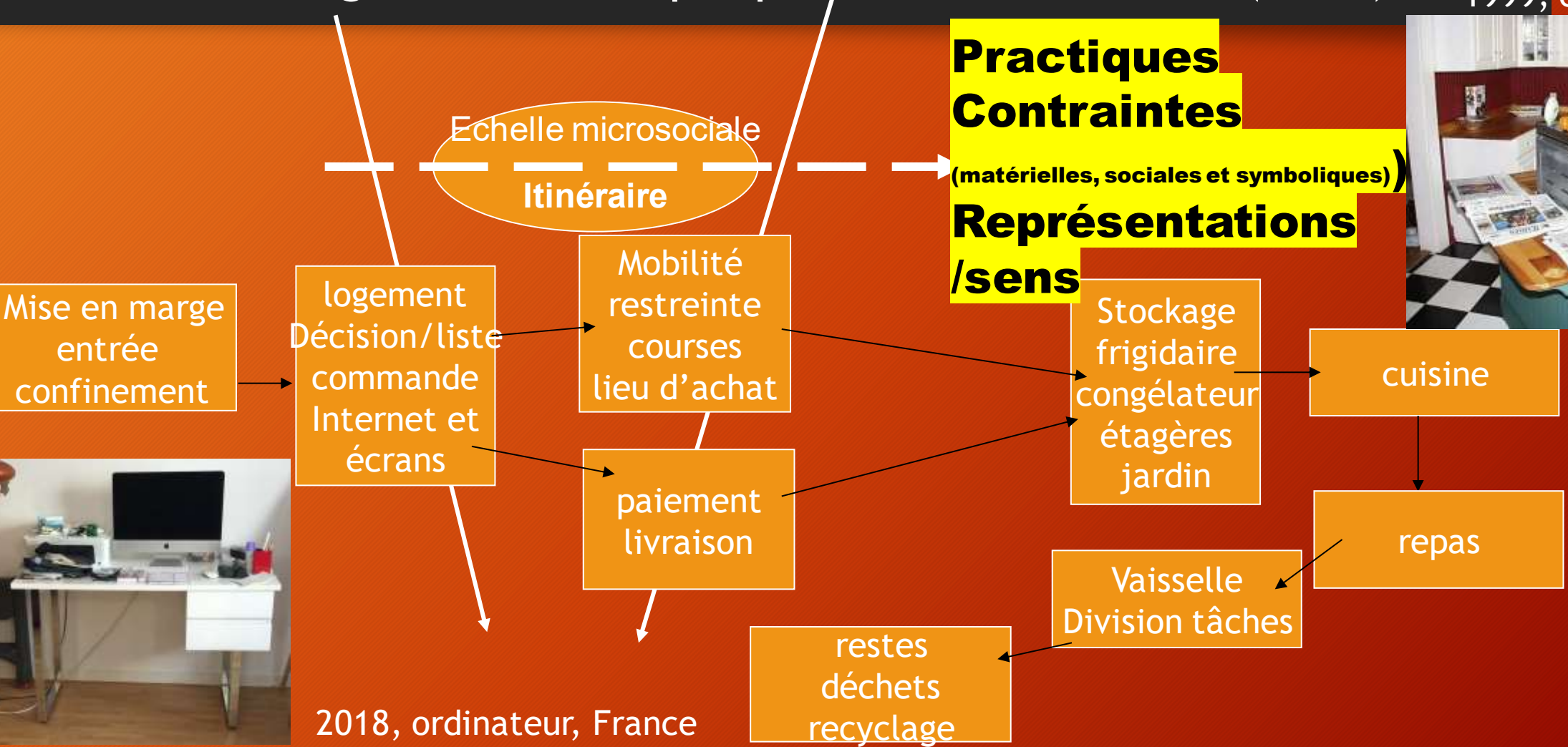
Méthode :
observer les pratiques
sous contrainte et les
problèmes non résolus
du « système d'approvisionnement »

(Fine et Leopold, 1993,
The World of Consumption)



Le logement, un hub digital et électrique domestique :
Un centre de décision et d'acquisition des biens et services ; de production (télétravail, cuisine) ; de consommation et d'échange (plateforme CtoC)

La méthode des itinéraires appliquée aux comportements de consommation alimentaire : le processus de décision dans le hub digital domestique pendant le covid 19 (2020)



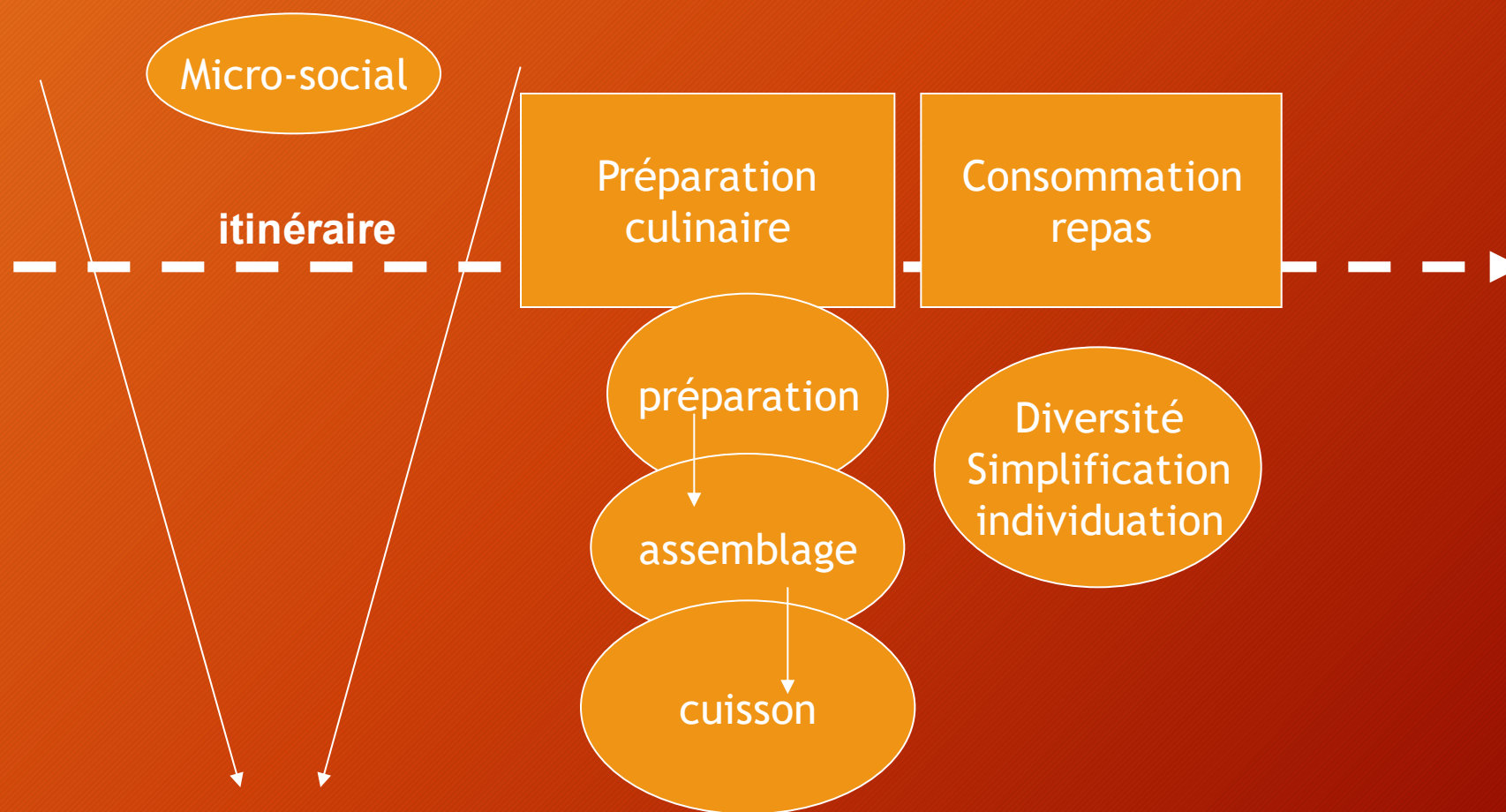
1999, cuisine, USA



2018, ordinateur, France



Itinéraire du système culinaire encadré dans les repas formels et informels, dans le logement et en dehors, jours, semaines, week end, fêtes



La gestion des stocks alimentaires sous contrainte de confinement, d'accès limité aux courses et d'augmentation du nombre de repas dans le logement

2020, La gestion des stocks alimentaires pendant le confinement (optimisation de la gestion des courses

<https://youtu.be/pit6pf5LcNo>

L'analyse de la gestion domestique des stocks en termes de place disponible été de diversité des produits :

entre ceux qui ont une rotation rapide et qu'il faut racheter toutes les semaines et ceux qui ont une rotation lente et qu'on peut acheter tous les deux ou trois mois, mais aussi en termes de conservation entre les produits frais et bio qui ont une conservation courte et les produits secs comme les conserves, qui ont une conservation longue.

Le détour par la consommation des personnes en situation de handicap



La production et la diffusion des innovations sous contraintes de crises, d'incertitude et d'instabilité

32

Souvent on pense qu'innover est un choix libre.

Les enquêtes qualitatives montrent que les crises et les contraintes sont les grands déclencheurs du changement et donc des moments d'opportunité pour lancer des innovations

La multiplication des crises récentes comme moments d'ouverture ou de fermeture vers de nouvelles pratiques innovantes

33

montée de la classe moyenne en Chine, Inde, Indonésie, Brésil, Russie, etc. qui entraîne la montée des cours des matières premières, du pétrole et des protéines dont le soja qui pèse sur les classes démunies

mouvement social avec les gilets jaunes en France

crise logistique
inflation

Guerre israélo-palestinienne
Dérèglement climatique
Tension entre la Chine et les USA
Election de Trump

2000-2008

2008

2018

2020

2021

2022

2023/2025...

crise monétaire des subprimes

crise sanitaire du Covid 19

crise militaire avec la guerre en Ukraine
Crise climatique : Rapport du GIEC

Les guerres énergétiques

(une des causes de l'entrée en guerre de l'Allemagne en 1914, l'accès au pétrole du Moyen Orient)

34



Février 1950



La fuite de gaz au niveau du gazoduc Nord Stream 2, au large de l'île danoise de Bornholm, au sud de Dueodde, dans la mer Baltique, le 27 septembre 2022. HANDOUT / AFP

Septembre 2022, Le Monde du 27 septembre

Les imaginaires alimentaires

La cacophonie alimentaire et diététique : un imaginaire de peur sous contrainte
de pouvoir d'achat

Rappel historique : La « cacophonie scientifique »

- La cacophonie alimentaire
- Claude Fischler parle de « cacophonie diététique » qui fait que le mangeur moderne ne sait plus à quel « sain se vouer », comme il l'écrit dans *L'école des parents* n°5/1995, entre les conseils du corps médical, les articles des médias ou les préconisations de l'industrie agroalimentaire.
- En 1995, la cacophonie renvoie donc surtout à la diversité des sources d'émission du conseil en nutrition et par là à une critique plus ou moins explicite de la légitimité du discours médicale classique, voire à une contestation de son monopole comme seul discours légitime. Cette contestation potentielle de la légitimité du discours scientifique n'est pas propre au domaine alimentaire. Il touche autant la santé, le corps, les nouvelles technologies de la communication ou l'environnement.
 - <https://consommations-et-societes.fr/2007-d-desjeux-la-cacophonie-alimentaire-3/>

La tension entre le sain et le toxique

- « Une deuxième cacophonie relève du fonctionnement même de la production alimentaire, c'est-à-dire de la tension entre le sain et le toxique, et ceci dès ses origines. Comme le rappelle Françoise Lévy « *les manières de table se sont explicitement élaborées contre les risques d'empoisonnement* » et donc pour contrer la menace qu'un empoisonneur pourrait faire peser sur un déjeuner ou d'un dîner
 - Ceci a commencé dès l'époque des chasseurs cueilleurs : si on se trompe de feuille on peut mourir. S'alimenter c'est trier entre les aliments, c'est chercher à éviter les risques d'empoisonnement.
 - (p. 192 « Toxique » in « Pratiques alimentaires et identités culturelles », *Etudes Vietnamiennes* n°3-4, 1997, dirigé par J. P. Poulain)
 - Le constat fait par F. Lévy tendrait à démontrer qu'il n'y a probablement jamais eu d'âge d'or nutritionnel, ni aucun monde où aurait régné l'harmonie alimentaire, le paradis terrestre en quelque sorte, mais ce n'est qu'un récit symbolique dont le sens est bien celui d'exprimer la difficulté qu'ont les êtres humains à accepter l'ambivalence positive et négative du quotidien, celle du bien et du mal, ou encore celle du sain et du toxique.
 - Au contraire il y a probablement toujours eu cacophonie, ou au moins désaccord ou tension, sur les règles de tri de la nourriture entre ce qui est comestible et ce qui est toxique. C'est en tous cas une hypothèse plausible même si elle est factuellement indémontrable.
- <https://consommations-et-societes.fr/2007-d-desjeux-la-cacophonie-alimentaire-3/>

Les angoisses du mangeur moderne : entre messianisme et apocalypse

- Montrer que la dimension tragique ou irénique des grands imaginaires du mangeurs moderne sont présentes depuis longtemps n'enlève rien à l'importance des problèmes posés à propos du veau aux hormones, de la vache folle, de la grippe aviaire, des causes du cancer ou de la dangerosité des OGM.
 - Cela lui enlève son enchantement tragique, ou apocalyptique, qui consiste à croire que l'on est les premiers à souffrir ou que la société n'a jamais été aussi menacée, qu'il n'y a jamais eu autant de cacophonie.
- Les enquêtes anthropologiques m'ont appris que paradoxalement il existait comme un plaisir du malheur, comme un plaisir à annoncer le malheur au même titre que le bonheur pour tous.
- L'intérêt de relativiser la tragédie est de permettre une exploration moins émotionnelle des solutions à apporter, c'est-à-dire plus raisonnable et plus efficace même si le but n'est pas de supprimer l'émotion et les croyances.
 - <https://consommations-et-societes.fr/2007-d-desjeux-la-cacophonie-alimentaire-3/>

Les imaginaires modernes végétariens ou végétaliens : des communautés à la marge

- « Dans les sociétés occidentales, le végétarisme et le végétalisme sont essentiellement motivés par des préoccupations de santé ou par des préoccupations relatives au bien-être animal ou à la protection de la nature.
- une alimentation végétarienne (exclure la viande rouge, la volaille ou le poisson)
- végétalienne (exclure toute forme de produits d'origine animale),
 - Happy Cow se présente comme « la plus grande communauté végétalienne et carte alimentaire au monde ».
- Louise, même si elle est végétalienne, ne se reconnaît pas du tout, dans ce qu'elle appelle la « police vegane ». Ces mécanismes d'affirmation par la distinction semblent prendre de l'importance lorsque la pratique s'est installée. Elle consiste à affirmer son identité tant pour soi que par rapport aux autres, à travers une affirmation plus précise de convictions. »
- Vegan pas de sous produit animaux »

• The conversation : 22 août 2023, Laurie Balbo, Gilles Séré de Lanauze

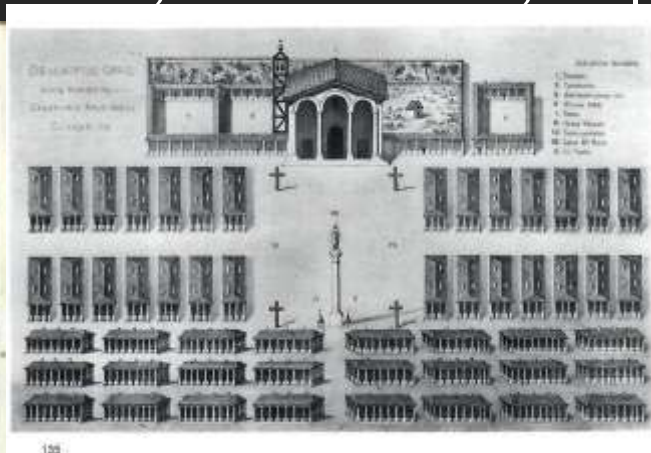
2020 09, Et si l'utopie de la décroissance devenait une pratique de masse ?, Dominique Desjeux

- « **L'espérance utopique du clos ou la libération dans l'imaginaire des contraintes de la mondialisation**
- Dans l'enquête de l'ObSoCo, l'utopie dominante est celle de la décroissance.
 - Elle est le symptôme d'une inquiétude plus ou moins diffuse qui se traduit par quatre grandes peurs, celle de la guerre (26 %), du réchauffement climatique (19 %), du nucléaire (15 %) et du terrorisme (10 %). La production d'une utopie est bien souvent en Occident, l'indicateur d'un moment de grande mutation. Cette situation d'incertitude conduit à construire un monde idéal tourné vers la clôture, le pur, le collectif, le frugal, ou le local.
- On peut déjà observer qu'au XVI^e siècle, au moment du schisme entre Henri VIII et Rome, le Brexit de l'époque, en pleine période d'instabilité, Thomas More, le père du terme utopie, propose un monde idéal sous forme d'une île (*utopiae insulae*) close et parfaite basée sur l'autoconsommation, la communauté de biens et l'élimination de la compétition (Collectif, 2000).
- On y retrouve autant les utopies communautaires des premiers « juifs chrétiens » en attente de l'apocalypse et du retour du Messie après la mort de Jésus (Geoltrain P. (dir.) (2000), que l'inquiétude face à la concurrence et à la compétition entre les hommes, thème qui sera repris par Hobbes dans *Léviathan* en 1651.
 - Cela fait écho à la fois avec le souverainisme d'aujourd'hui, la peur du marché libéral ou le souci des communs »

Dans l'histoire les utopies expriment une libération dans l'imaginaire des tensions trop fortes de la vie réelle, autour du clos, du pur, du collectif, du frugal, du



L'île close et parfaite de Thomas More (1516). Une autoconsommation basée sur la communauté de biens sans compétition (cf. Hobbes, *Leviathan*, 1651)



Les « reductions » idéales des jésuites du Paraguay (1609-1767) contre les servitudes coloniales. Architecture proche de l'idéal de frugalité des moines cisterciens.



L'usine et la ville modèle Nicolas Ledoux qui symbolise la révolution sociale de la fin 18e



La fermeture par les gilets jaunes des ronds-points construits par le corps des Ponts et chaussées dans les années 1980

Le cercle comme métaphore de la protection, du chaud

Source, 2000, *Utopie, la quête de la société idéale en occident*, Fayard

Frugalité, austérité, minimalisme ou durabilité vs plaisir et hédonisme

- « Il va falloir être créatif sur des consommations utiles, qui résolvent des problèmes et donc qui ne se limitent pas à améliorer le texte du packaging comme dans le cas de nombreux produits cosmétiques, et qui s'adressent à des consommateurs qui ne cherchent plus en priorité le plaisir et l'hédonisme, mais la frugalité, l'austérité, le minimalisme ou la durabilité.
 - Par exemple, on peut s'interroger sur le devenir des entreprises qui offrent de l'eau dans des bouteilles en plastique si le marché de la gourde se développe et que l'eau des villes est potable.
 - Cela paraît utopique, comme le réfrigérateur le paraissait au marchand de blocs de glace dans les années 1950 en France.
- Cela veut surtout dire que le changement n'est pas seulement la résultante d'une innovation technologique, organisationnelle ou politique, mais qu'elle est aussi la résultante d'une transformation des pratiques des consommateurs qui sortent des rapports marchands ou qui consomment de façon minimaliste.
- Pour le moment ce ne sont que des signaux faibles.
 - Gillette aurait perdu en 2018 près de 4,8 MM du fait de la montée de la pratique de la barbe qui ne demande plus de se raser. C'est un signal plus fort. »

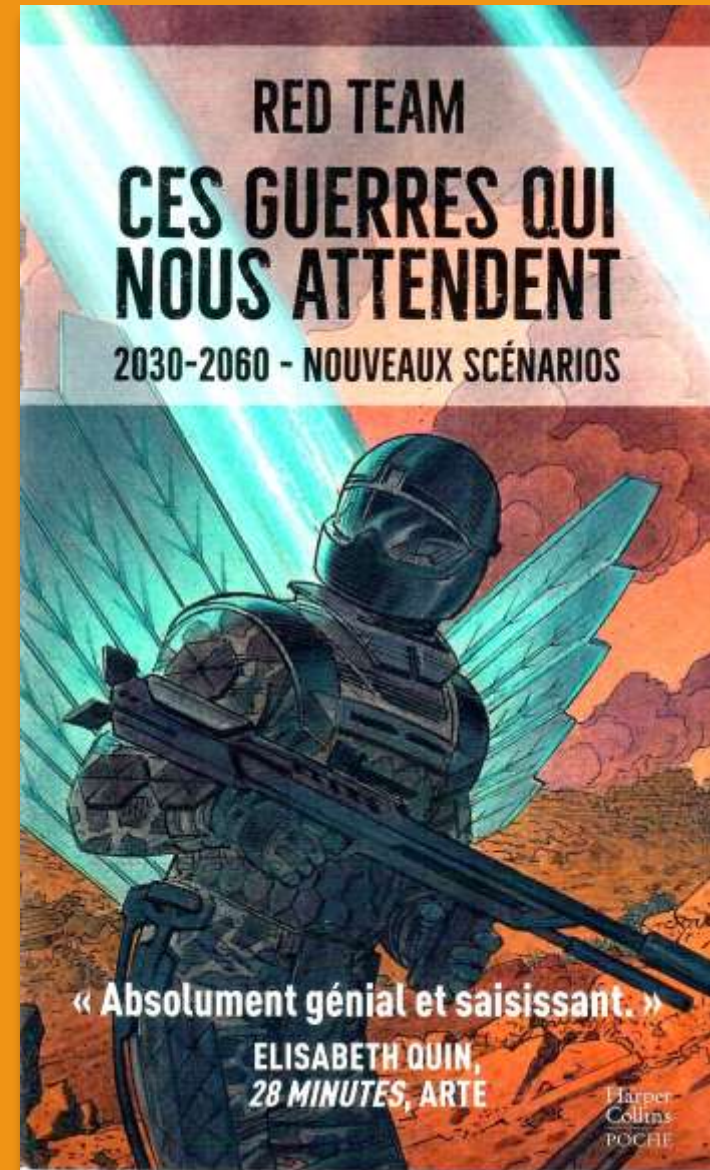
La Chine du futur ou le discours de frugalité (NYTI, June 3, 2023) 吃苦 Chīkǔ

- China's young people are facing record-high unemployment as the country's recovery from the pandemic is fluttering. They're struggling professionally and emotionally. Yet the Communist Party and the country's top leader, Xi Jinping, are telling them to stop thinking they are above doing manual work or moving to the countryside. They should learn to "eat bitterness,"
- Mr. Xi instructed, using a colloquial expression that means to endure hardships.
- Today the party's propaganda machine is spinning stories about young people making a decent living by delivering meals, recycling garbage, setting up food stalls, and fishing and farming.
- In December he told officials "to systematically guide college graduates to rural areas."
- The article, about Mr. Xi's expectations of the young generation, mentioned "eat bitterness" five times. He has also repeatedly urged young people to "seek self-inflicted hardships," using his own experience of working in the countryside during the Cultural Revolution.



Comment se créer des points de repère face à monde incertain

Par l'histoire, la recherche des signaux faibles en émergence, l'exploration des imaginaires

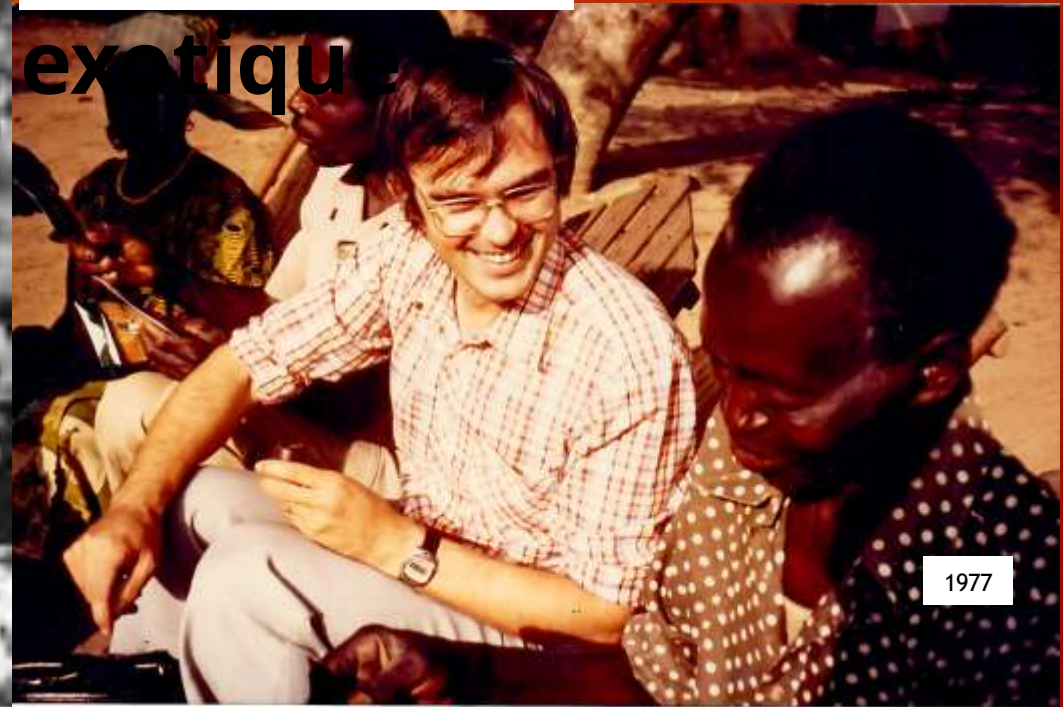


1918



**Le future
est notre
nouveau
monde
exotique**

La capacité à explorer, décrire et déchiffrer un monde exotique, c'est-à-dire un monde inconnu, est la principale compétence de la plupart des anthropologues..

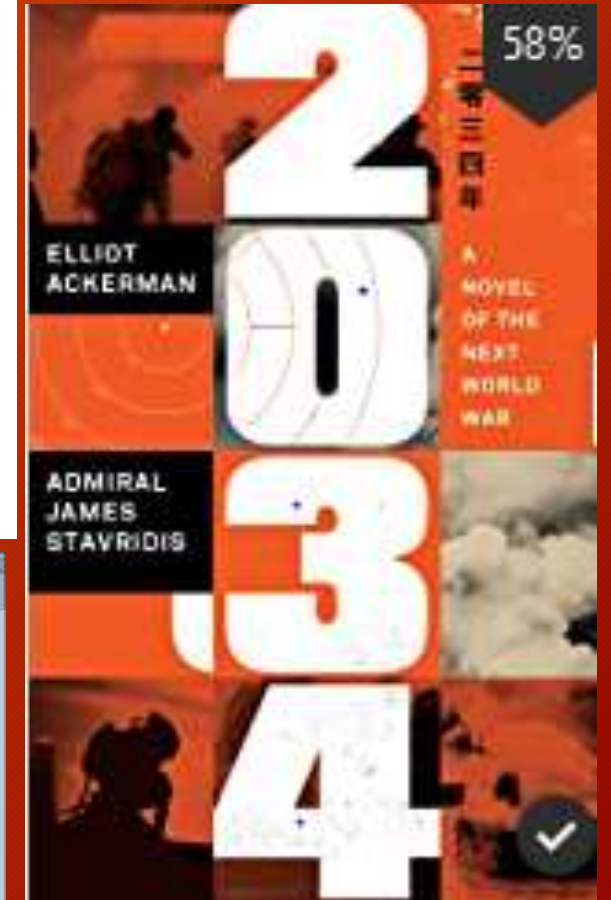
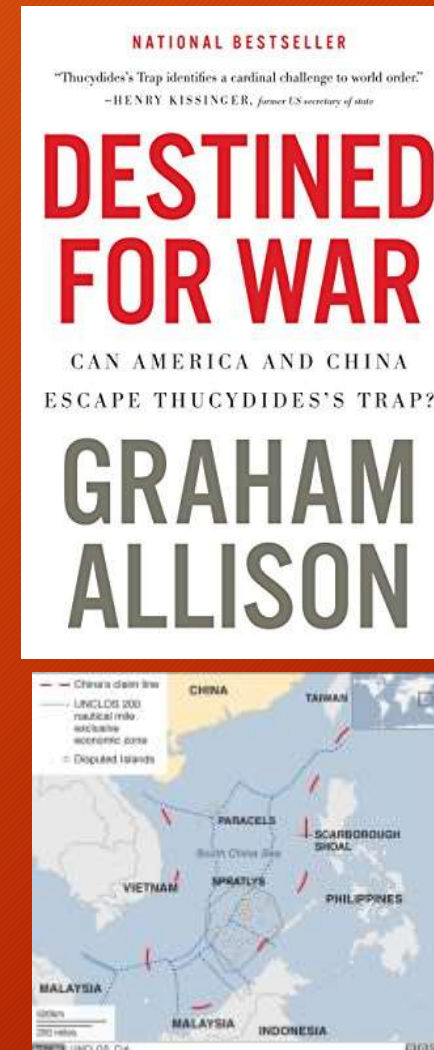


1977

L'avenir présente certaines similarités avec des "situations passées" ce qui permet d'anticiper une partie du futur.

Depuis 1995, la classe moyenne chinoise a considérablement augmenté, ce qui entraîne un besoin énorme en énergie, en matières premières et en protéines pour produire une quantité significative de biens pour cette classe moyenne. Mais si la Chine n'a pas suffisamment d'espace, elle partira en guerre pour ce qu'elle considère comme son espace vital, à l'instar d'Athènes au Ve siècle av. J.-C. ou de l'Allemagne en 1914.

2017



Un exemple de signal faible en 2008 à Guangzhou

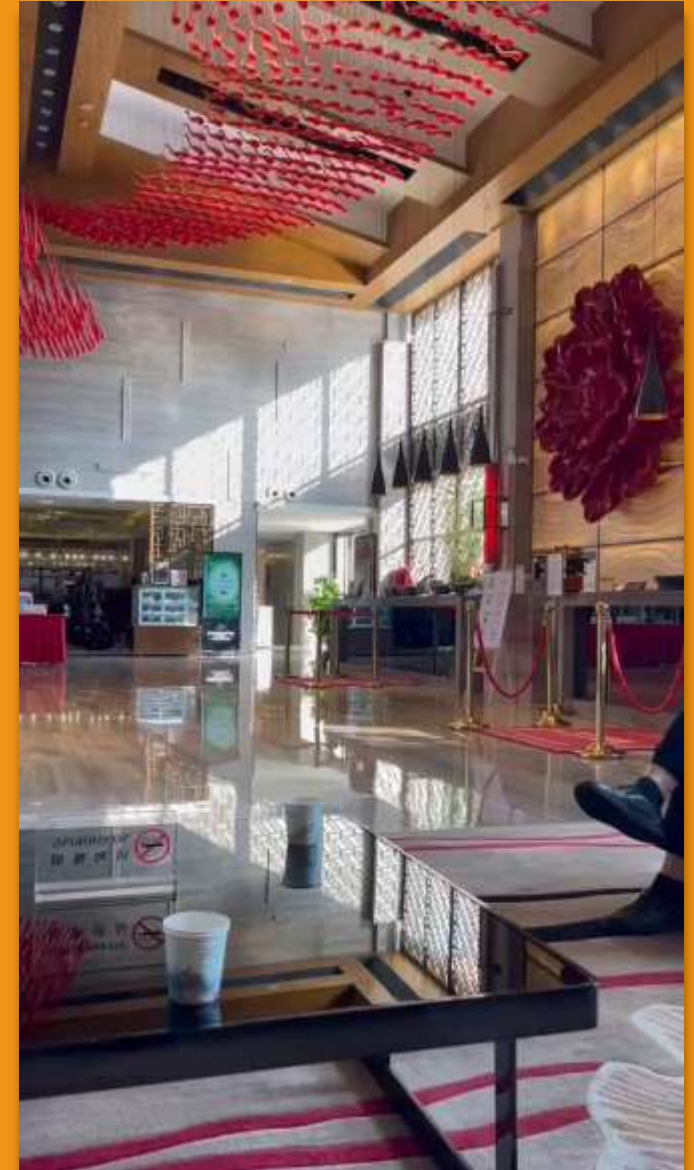
En raison de la croissance de la classe moyenne mondiale (Brésil, Russie, Inde, Chine, Indonésie), la consommation de viande a augmenté, ce qui signifie, contre toute attente vers 2000, une augmentation du prix du soja puis du porc dans les pays occidentaux, qui pèse sur le pouvoir d'achat de la classe moyenne inférieure.

Un événement lointain peut influencer une situation locale.



Comment regarder l'avenir

- 2025, Au bonheur de la classe moyenne chinoise
- <https://youtu.be/lQusWF-e4FI>
 - Paradoxalement si on veut anticiper une partie de ce qui peut arriver en Europe, il faut regarder la Chine que ce soit en termes de contrôle politique numérique (comme aux Etats Unis), de pratiques du e-Commerce et de vieillissement de la population
- A suivre...



Annexe

La variation de la force de la captation du consommateur : de la publicité ou de la marque aux systèmes technologiques

- La **marque/la publicité paraissent le dispositif de captation le moins contraignant.**
 - Elles sont centrées sur les valeurs qui sont moins contraignantes que les contraintes de pouvoir d'achat, par exemple, sauf pour les militants et les pionniers,
- Les **Nudges** exerce une contrainte plus forte mais variable
- Les **systèmes de notation** sont simples d'usage, se recentrent sur les qualités du produit et concentrent une quantité importante d'information.
 - Par la note la marque devient une variable dépendante du produit. La captation est plus forte. L'utilitaire domine l'imaginaire.
- **L'obligation de racheter des consommables** créé une forte contrainte sur le consommateur (lame de rasoir, Nespresso, cartouches d'imprimante).
 - (cf. « le but d'une marque c'est de créer une addiction », Marcel Botton)
- La captation la plus forte du consommateur est celle **des système techniques associés à des stimuli addictifs.**
 - C'est celui des GAFAM occidentaux (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft) et les BHATX chinois (Baidu, Huawei, Alibaba, Tencent et Xiaomi). Ce n'est pas la marque qui est forte mais l'outil. La marque n'a plus beaucoup de rôle à jouer.

Le détour
anthropologique où la
recherche des
contraintes matérielles,
sociales et symboliques
qui organisent les
décisions

- La méthode anthropologique consiste à partir de l'observation des acteurs dans leur lieu de vie et de mobilité, et de considérer la société comme un immense système d'action organisée autour de quatre pôles : la production, la distribution, la consommation et le recyclage.
- Ce système d'action est lui-même encadré dans un jeu géopolitique qui en fonction des moments bouleverse le fonctionnement des marchés, des entreprises et des consommateurs.
- C'est ce que l'on appelle le détour en anthropologie
- Le détour par la consommation vue comme un jeu d'acteurs dans le logement ou comme système d'action, au-delà de la marque et des motivations individuelles

La pertinence d'une information varie en fonction de la position des acteurs dans une organisation et en même temps du contenu de l'expertise

- Je me focalise le plus souvent sur
 - les pratiques (expertise) ce qui intéresse les R&D/R&I et peu le marketing plus intéressé par l'imaginaire qu'il utilise pour communiquer
 - l'échelle d'observation des jeux d'acteurs.
 - Dans une entreprise, les problèmes, et donc les demandes d'information et de connaissance, ne sont pas les mêmes suivant que l'on se trouve à la R&D, dans la production ou dans le marketing et à l'extérieur de l'entreprise dans la distribution ou chez le consommateur ou au moment de l'usage des déchets.
- L'objectif n'est pas d'abandonner les modèles d'explication de chacun mais d'en ajouter d'autres et de faire varier les interprétations en fonction des problèmes posées et des situations

Les variables cachées derrière la marque

- Si je change de cycle ou de groupe (en changeant d'école, de ville ou d'entreprise) je change de produit ou de marque à cause du changement de norme sociale qui sont les variables cachées derrière la marque.
- L'explication sous jacente est que l'instabilité ou les variabilités de la vie sociale sont des facteurs explicatifs importants de l'infidélité éventuelle du consommateur.
- Observer l'émergence de ces formes d'instabilité permet d'anticiper l'émergence de nouveaux comportements
- Il n'y a pas une bonne explication mais plusieurs qui varient en fonction des échelles d'observation.
- Partir de groupes de pratiques permet segmenter en intégrant plusieurs variables

Exemple de connaissance mobile, la fidélité : un effet de variabilité de la vie sociale

- Je peux me centrer, à l'échelle micro individuelle, sur la marque, au moment de l'achat, et rechercher en quoi les dimensions émotionnelles, expérientielles ou identitaires sont mobilisée pour créer de l'attachement. La marque est la variable explicative « indépendante ».
- Je peux aussi passer à l'échelle d'observation microsociale, et montrer que la marque devient une « variable dépendante » des occasions qui déclenchent l'achat des aliments et des pratiques et usages qui sont associés au repas tout au long de l'itinéraire de décision, d'acquisition, d'usage et de déchet du produit.
- La fidélité et donc l'infidélité des consommateurs à la marque et/ou au produit est très liée aux effets de cycle de vie et donc à des effets de construction identitaire ou d'appartenance à un groupe de pairs et donc à des effets de norme de groupe.