



# TENDANCE PRATICITE

Aurélie Deseure  
Anne-Sophie Catel  
Aline Degorre  
Clément Debodman  
Charly Kuzniak

IAE LILLE  
M1-MV  
2010-2011

P  
R  
A  
T  
I  
C  
I  
T  
E

Ergonomie

- Remplacement du mouvement humain
- Plusieurs produits en un
- Facilité d'utilisation et de transport

Individualisation

- Consommation adaptée aux besoins et ...
- ... lutter contre le gaspillage
- Modes de vie

Miniaturisation

- Instant de consommation
- Transportabilité
- Utilité

Nomadisme

- Objets transportables et utilisables partout
- Produits prêts à consommer + conditionnement adapté

Consommation des produits

- Cuisson micro-onde
- Faciliter les usages actuels
- Nouveaux packaging

Offre globale

- Au niveau d'un produit
- Au niveau d'un produit couplé à un service
- Au niveau d'un service

Gain de temps

- Au niveau alimentaire
- Au niveau matériel

# CONSOMMATION DES PRODUITS

## *Définition du concept*

- Les consommateurs attendent une aisance et une facilité dans le transport, l'utilisation ou la destruction du produit.
- Les industriels ont donc développé des produits dont la conception ou l'emballage apportent un bénéfice en termes de facilité d'utilisation et de consommation.

# CONSOMMATION DES PRODUITS

```
graph TD; A[CONSOMMATION DES PRODUITS] --> B(Cuisson Micro-onde); A --> C(Faciliter les usages actuels); A --> D(Nouveau packaging);
```

Cuisson Micro-onde

Nouveau packaging

Faciliter les usages actuels

*Trois sous thèmes principaux à cette notion.*

# CONSOMMATION DES PRODUITS

## Cuisson Micro-onde

Comme exemple nous pouvons prendre les produits Micro-ondable qui se développent de plus en plus.

Nous pouvons noter l'essor des Pasta Box de SODEBO qui propose des pâtes accompagnées d'une sauce à réchauffer au Micro-onde en 2 minutes.



# CONSOMMATION DES PRODUITS

## *Faciliter les usages actuels*

Les industriels facilitent la consommation des produits de base.

L'exemple est la société Justin Bridou qui propose des associations de charcuterie.



# CONSOMMATION DES PRODUITS

## *Nouveaux packagings*

Les industriels développent de nouveaux packaging afin de faciliter l'utilisation de leurs produits.

C'est l'exemple de Bahier qui propose de la charcuterie à démouler. Il y a plusieurs années Nestlé et son célèbre flamby à démouler avait séduit bon nombre d'enfants.



# ERGONOMIE

## *Définition du concept*

- Les consommateurs attendent un maximum de facilité des produits en remplaçant leurs mouvements.
- Ils veulent le maximum de confort avec à des produits « tout en un »
- Mais ils attendent aussi une certaine facilité d'utilisation



# ERGONOMIE

```
graph TD; A[ERGONOMIE] --> B[Remplacement du mouvement humain]; A --> C[Plusieurs produits en un]; A --> D[Facilité d'utilisation et de transport];
```

Remplacement  
du  
mouvement  
humain

Plusieurs  
produits en un

Facilité  
d'utilisation et de  
transport

# ERGONOMIE

## Remplacement des mouvements humains.

Dans ce domaine nous retrouvons tous les produits électroménagers comme ci-contre la mandoline qui coupe les légumes.

Puis autre exemple, les poivrières et salières électriques qui remplacent le mouvement par l'utilisation d'un bouton.



# ERGONOMIE

## Le tout en un

Ici nous pouvons retrouver les produits qui rassemble plusieurs produits en un. L'exemple du célèbre Iphone 4.

Puis autre exemple, la nouvelle télécommande LOGITECH, qui permet de contrôler plusieurs produits grâce à un seul.



# ERGONOMIE

## Facilité de transport et d'utilisation.

On cherche à alléger le poids des produits et faciliter leur transport.

Pour cela, l'exemple du vélo pliable qui montre que celui-ci peut être un gain de place pour le transporter.

Mais aussi, autre exemple celui des caméscopes de plus en plus petits (taille de la main).

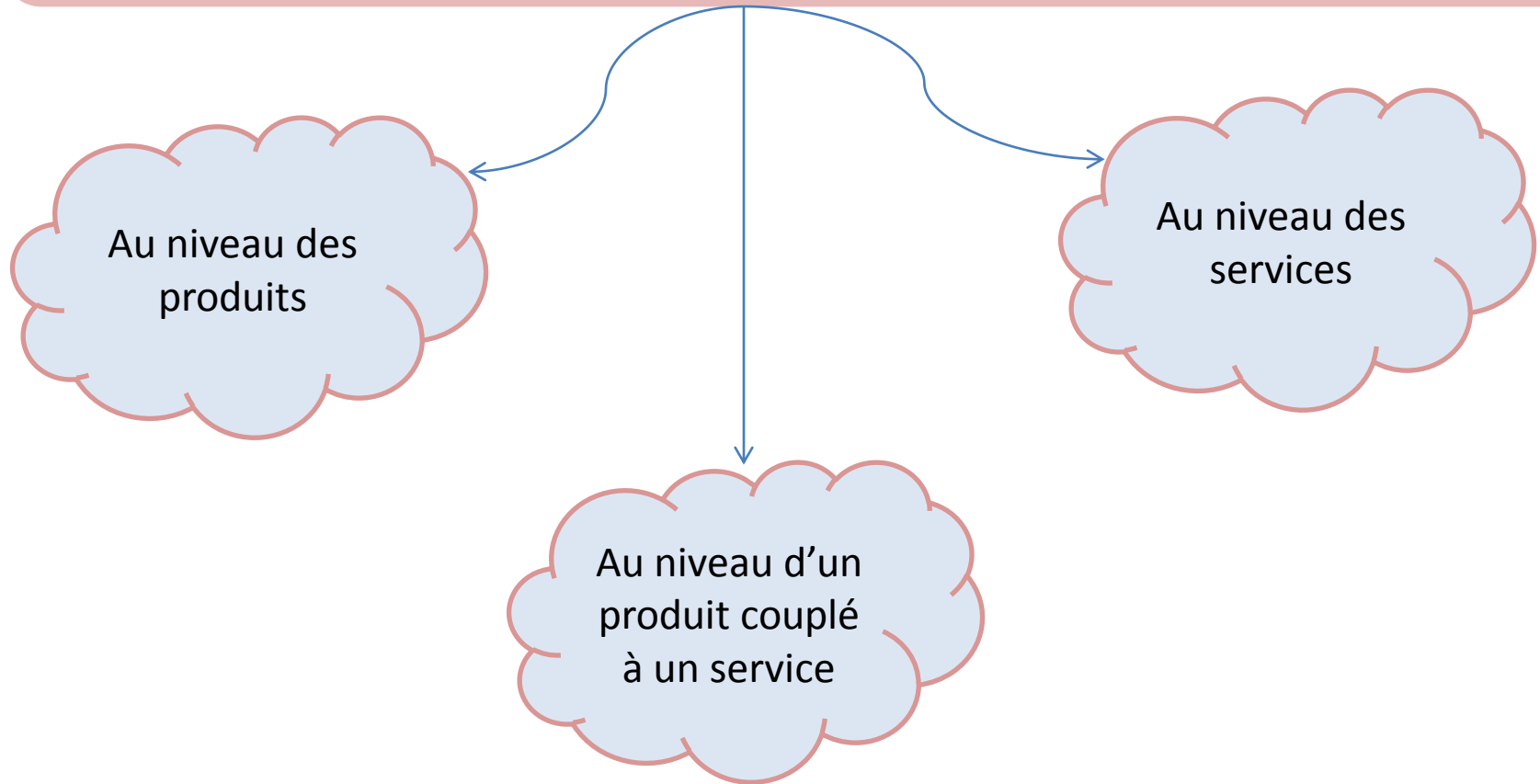


# GLOBALITE DE L'OFFRE

## *Définition du concept*

- L'offre globale permet au consommateur de trouver un produit et/ou service qui répond à plusieurs besoins.
- En effet il peut se traduire aussi bien par un produit que par un service. Ou encore, un produit couplé à un service.

# GLOBALITE DE L'OFFRE



# GLOBALITE DE L'OFFRE

## *Au niveau des produits*

- Prenons en exemple le domaine alimentaire où on peut retrouver des kit de repas complets tel que le célèbre kit Old el Paso qui permet de concocter des mets mexicains facilement car tous les ingrédients sont dans la boîte..



# GLOBALITE DE L'OFFRE

## *Au niveau des produits*

- Autre exemple, dans le domaine du paramédical les kits pharmacie appelés aussi trousse de premiers secours qui englobent les ustensiles nécessaires aux premiers soins
- Ces kits facilitent considérablement le quotidien des consommateurs. On peut même dire qu'ils améliorent la qualité de vie.





# GLOBALITE DE L'OFFRE

## *Au niveau des services*

- On peut trouver également une offre globale en ce qui concerne les services
- Ici le groupe ONET propose ses services en sécurité, propreté, technologie et ressources
- Ce type de service global est plus facile à gérer. Cela permet de limiter les interlocuteurs



# GLOBALITE DE L'OFFRE

## *Au niveau des produits couplés aux services*

- Le cas des kits maquillage illustrent bien l'idée d'offre globale des produits associés aux services
- Le produit palette maquillage regroupent tous les produits/ustensiles nécessaires à un maquillage
- Le service conseil et démonstration de la conseillère est compris dans l'offre



# INDIVIDUALISATION

## Définition du concept

- Le but est de satisfaire et répondre aux besoins d'un individu en particulier.
- Consommation adaptée aux besoins (quantité)
  - Machines à café type Senseo, Nespresso, Tassimo, ...
  - Lessive (doses)
- Lutte contre le gaspillage
  - Riz en sachet une personne
  - Boite de conserve 100g
- Conservation (conditionnement individuel)
  - biscuits
- Mode de vie (célibataire, lieu de travail)
  - Plats individuels

# INDIVIDUALISATION

```
graph TD; A[INDIVIDUALISATION] --> B(Consommation adaptée aux besoins et...); A --> C(... Lutte contre le gaspillage); A --> D(Mode de vie);
```

Consommation  
adaptée aux  
besoins et...

... Lutte contre  
le gaspillage

Mode de vie

# INDIVIDUALISATION

## Consommation adaptée aux besoins et...

- Premier exemple, les machines à café (Senseo, Nespresso ou Tassimo). Les modes de vie changent et le temps de la cafetière familiale est révolu. On a une dose individuelle, parfaitement dosée.



- Deuxième exemple, la lessive en dose, toujours Dans le but d'adapter la quantité nécessaire et suffisante



# FOCUS PRODUIT MACHINE A CAFE

- Naissance il y a plus de 10 ans (1988 Nespresso)
- Explosion de l'offre aujourd'hui (diversité machines et capsules)
- 3 grands modèles : Nespresso, Tassimo, Senseo
- Répond à un profond changement des modes de vie
  - Quantité : juste un café ou deux et pas une cafetière entière
  - Temps : café instantané
  - Attitude : dégustation
  - Marché : +126% en 2003 (+67,5 millions d'euros), toujours en croissance aujourd'hui
- Qualité du produit
  - Plus besoin de doser, quantité idéale
- Image, appartenance, identification
  - Fierté
  - Tendances
  - Niveau de vie

# INDIVIDUALISATION

## ...Lutte contre le gaspillage

- L'individualisation permet aussi au niveau alimentaire de rationaliser les quantités afin de ne pas jeter le surplus de nourriture et aussi de faciliter le dosage. Par exemple les boites de conserve 100g ou les sachets de riz



Ma Portion de Légumes



# INDIVIDUALISATION

## Mode de vie

- L'offre s'adapte aussi aux modes de vie et à la situation des consommateurs, par exemple les célibataires, ou ceux qui emportent leur déjeuner au travail, ...
- Il existe des plats individuels, rationnés pour une personne et facilement transportable.



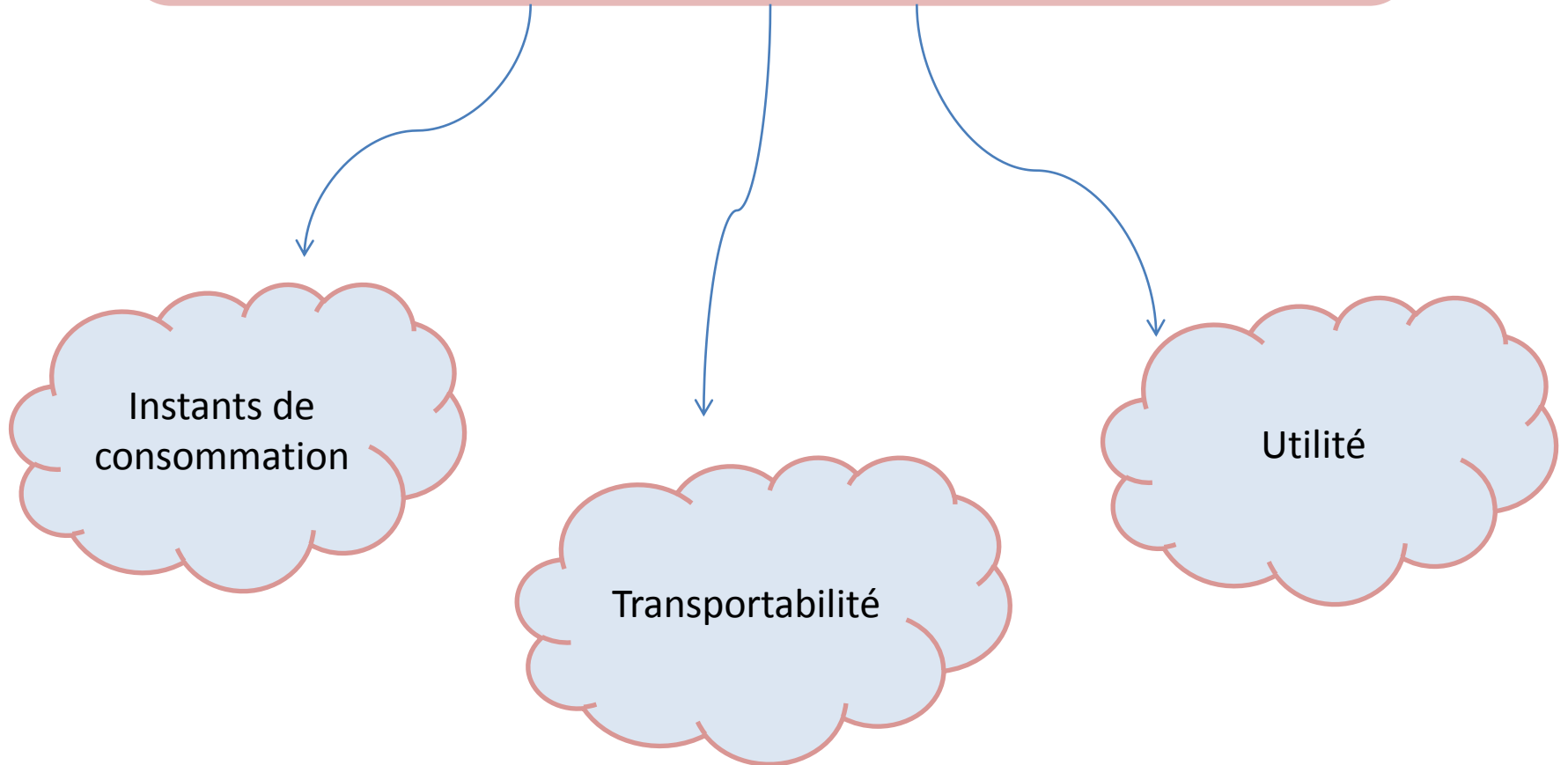


# MINIATURISATION

## Définition du concept

- La miniaturisation répond essentiellement à un besoin pratique, toujours avec l'objectif premier de répondre aux besoins du consommateur et de faciliter son quotidien.

# MINIATURISATION



# MINIATURISATION

## Instants de consommation

- Le grignotage est un des petits péchés mignons dont les français raffolent, avec le fameux « apéro »
- L'apéritif est facilité puisque les préparations sont déjà faites avec des petites proportions. Enorme succès les Knacki Ball. Un produit ludique et poussé par une communication importante.



# MINIATURISATION

## Transportabilité

- On a vu précédemment le nomadisme, et la miniaturisation a aussi pour fonction de faciliter la transportabilité de ce qui nous entoure.
- Le voyage est vecteur de créativité : comment occuper des enfants en voiture, comment passer 4h dans le train, comment transporter des documents ou se distraire sans être encombré?

# MINIATURISATION

•voici la réponse



# MINIATURISATION

## L'utilité

- La miniaturisation peut s'avérer très pratique et utile surtout. Il est toujours judicieux d'avoir dans sa voiture, chez soi, dans son sac lorsqu'on part en vacances ou en randonnée une trousse de premiers secours.



# GAIN DE TEMPS

## *Définition du concept*

- Les consommateurs sont en attente d'un gain de temps notamment dans la préparation des tâches fastidieuses.
- La réponse des industriels a été de créer de nouveaux produits ayant un avantage en terme d'économie de temps de préparation ou de cuisson.

# GAIN DE TEMPS

```
graph TD; A[GAIN DE TEMPS] --> B[Au niveau alimentaire]; A --> C[Au niveau matériel];
```

Au niveau  
alimentaire

Au niveau  
matériel

*Deux sous thèmes principaux à cette notion.*



# GAIN DE TEMPS

## *Au niveau alimentaire.*

Dans ce domaine nous retrouvons les produits de grande consommation qui ont vu leur temps de préparation réduit.

Nous pouvons prendre l'exemple des pâtes désormais cuites en trois minutes contre neuf auparavant. Nous pouvons citer l'exemple dans ce domaine de Panzani.



# GAIN DE TEMPS

## *Au niveau matériel.*

A ce niveau les entreprises ont innové sur des produits existants en améliorant leur praticité et leur facilité d'utilisation notamment grâce au gain de temps apporté.

L'exemple le plus probant est l'innovation de Décathlon avec la tente Quechua 2 secondes.



# FOCUS PRODUIT TENTE QUECHUA

- Date de création de la société Quechua: 1997
- Explosion de la demande notamment grâce au coup de publicité involontaire fait par l'association « les enfants de Don Quichotte »
- Plusieurs modèles sont disponibles: 2 places, 4 places ou modèle familial. Grande adaptabilité aux consommateurs ce qui permet de répondre à tout type d'utilisateur (famille, célibataire)
- Cette innovation répond parfaitement à la problématique gain de temps:
  - installation rapide: 2 secondes
  - désinstallation rapide et encombrement restreint
  - retour de la tendance camping mais plus confortable
  - marché: 6 millions de campeurs français, 400 millions d'€ de CA
- Produit qui répond à une innovation, une éco-conception et une accessibilité prix.

# NOMADISME

## *Définition du concept*

- L'attente principale des consommateurs c'est de pouvoir consommer à tout moment leur produit et dans toutes circonstances.
- Les industriels ont donc conçu des produits préparés pour être consommés sans disposer du temps et des ustensiles habituels ( table, couverts...)

# NOMADISME

```
graph TD; A[NOMADISME] --> B[Objets transportables et utilisables partout]; A --> C[Produits prêts à consommer dans un conditionnement adapté];
```

Objets  
transportables  
et utilisables  
partout

Produits prêts à  
consommer dans  
un  
conditionnement  
adapté

*Deux sous thèmes principaux à cette notion.*

# NOMADISME

## Objets transportables et utilisables partout

Les consommateurs se déplacent quotidiennement et utilisent les transports en commun ou autres moyens de locomotion. Ils aiment donc retrouver le confort qu'ils ont chez eux.



Apple a été la première entreprise à penser et développer des produits intégrant pleinement la vie des consommateurs. C'est l'exemple de l'iPod Shuffle d'Apple.



# NOMADISME

## Produits prêts à consommer dans un conditionnement adapté.

La tendance est au bio et aux produits fruits et légumes frais. Les personnes cherchent à consommer ces produits au moins cinq fois par jour comme conseillé.

Mandar la société qui produit ces coupelles de fruits l'a bien compris. Elle propose plusieurs fruits prédécoupés et consommables directement.



LA COUPELLE



ananas



mangue



melon

# BIBLIOGRAPHIE

- [http://www.lexpansion.com/economie/deathlon-trouve-ses-marques\\_22664.html](http://www.lexpansion.com/economie/deathlon-trouve-ses-marques_22664.html)
- <http://www.quechua.com/fr-FR/>
- <http://www.ffcc.fr/53/html/campings/chiffres-cles.aspx>
- [http://www.mandar.fr/gamme\\_m/coupelle.php](http://www.mandar.fr/gamme_m/coupelle.php)
- <http://www.apple.com/fr/ipodshuffle/>
- <http://www.panzani.com/>
- <http://www.sodebo.fr/les-produits-sodebo/gamme/pates-fraiches/pastabox.html>
- [http://www.youennloheac.fr/etudiants\\_2011/2009-03-09\\_PPT%20INNO%20SIAL.pdf](http://www.youennloheac.fr/etudiants_2011/2009-03-09_PPT%20INNO%20SIAL.pdf)
- [http://www.filierelait.be/pdf/46-Annexe\\_1\\_Tendances\\_de\\_la\\_consommation.pdf](http://www.filierelait.be/pdf/46-Annexe_1_Tendances_de_la_consommation.pdf)
- <http://www.maghress.com/fr/leconomiste/6555;jsessionid=BF8011F904CF944DEF8C3817AAFF083D>
- [http://www.taca.qc.ca/files/pdf/Contexte\\_Praticite.pdf](http://www.taca.qc.ca/files/pdf/Contexte_Praticite.pdf)
- [http://www.agrireseau.qc.ca/petitsfruits/documents/Thibault\\_Caroline.pdf](http://www.agrireseau.qc.ca/petitsfruits/documents/Thibault_Caroline.pdf)



# BIBLIOGRAPHIE

- [www.nouveauxobjets.com](http://www.nouveauxobjets.com)
- [www.eurosyn.fr](http://www.eurosyn.fr)
- <http://fr.wikipedia.org/wiki/Ergonomie>
- <http://www.action-ergo.fr/ex-velo-design-produit.html>
- [http://jessayetoo.net16.net/1\\_67\\_Camescope-de-poche.html](http://jessayetoo.net16.net/1_67_Camescope-de-poche.html)
- <http://www.apple.com/fr/iphone/>
- <http://www.touslesprix.com/achat,moulin-peugeot-elis.html>