

MAI 2008

eco
DESIGN
T O U R

DEZIN30



*Immersion dans des modèles
écologiques, éthiques, alternatifs.*

Immersion dans des modèles écologiques, éthiques, alternatifs.

Vous frôlez le trop plein d'informations et d'injonctions sur le développement durable, mais vous êtes sincèrement convaincu de l'opportunité de ce marché en émergence ! **Dezineo** vous donne l'occasion de vous glisser dans la peau d'un éco-consommateur et de transformer cette expérience en pistes directement exploitables pour vos stratégies produits/services.

CONTEXTE

Il y a urgence !

Le développement durable est désormais un impératif incontournable pour toute marque ou entreprise. Pressées à la fois par des consommateurs plus militants et plus attentifs aux valeurs éthiques des marques, mais également par l'urgence des enjeux écologiques, **les entreprises doivent plus que jamais s'engager.**

Une question d'image !

La presse n'a jamais autant parlé d'écologie et d'éthique. La **sur-médiatisation du développement durable** place le débat dans des considérations de communication. Faire les bons choix pour le bien-être de la planète ne suffit pas, il faut également que ces stratégies soient bien perçues par l'opinion.

Des modèles gagnants !

Le choix en faveur du développement durable est payant. Le développement durable repose sur trois paramètres : environnemental, social et économique, ce dernier étant crucial dans notre société de rentabilité et de compétitivité.

Le bio, l'équitable, autant de modèles sur lesquels nous avons aujourd'hui le recul nécessaire pour un bilan objectif : **le marché est là et il est rentable ?**

ENJEUX

Un simple « green-washing » ne suffit pas ! La mise en place d'un modèle de développement durable nécessite :

un engagement entier. Les consommateurs ne sont plus dupes, **l'image éthique/écologique doit être le reflet réel d'une démarche réfléchie et engagée** – pour le bien-être de tous ! Ce constat remet en question bien des modes de fonctionnement de longue date, optimisés pour un rendement maximal.

Quels modèles choisir pour être le plus rapidement opérationnel ?

Création d'une dynamique. Tout comme le modèle d'assurance qualité, **le développement durable implique un cycle d'amélioration constant**, qui englobe tous les acteurs : sous-traitants, collaborateurs à tous échelons et même consommateurs.

OBJECTIF DE L'ÉCO DESIGN TOUR

S'immerger dans des cas concrets. Une méthodologie qui associe le terrain, l'étude, l'analyse et l'exploration. Comprendre par quels messages, signes, couleurs, ... se concrétise la démarche de développement durable.

Dépasser le stade de la sensibilisation, rechercher des modèles concrets et décrypter les points forts/points faibles des modèles existants.

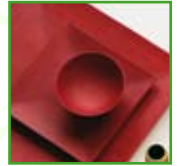
MÉTHODOLOGIE

1/ « Comment créer de l'émotion autour du développement durable ».

Etude de tendances sur l'évolution des modes de vie, de consommation, écologiques et éthiques. Les principaux thèmes comme la naturalité, la recherche de bien-être, les solutions envisageables et le lien social ... décryptés et illustrés par des exemples concrets internationaux. Focus sur les nouveaux consommateurs (LOHAS, LOVOS, alter-consommateurs, ceux qui prônent décroissance, consomm'acteurs, Créatifs Culturels...).



2/ **Vivre de plus près les concepts innovants écologiques.** Une journée en immersion dans quelques lieux représentatifs de la tendance développement durable. Visite commentée par un expert (designer spécialisé dans l'écologie) et/ou du responsable du lieu. Possibilité d'échange avec les clients.



3/ **Analyser et exploiter les axes de création.** Fiche de synthèse pour chaque lieu visité. Ces documents passent au crible les points forts de chaque exemple : produits, packagings, espaces, signalétiques, services. Proposition d'un axe stratégique de positionnement/mapping qui peut ensuite être aisément appliqué sur d'autres problématiques de marques.



EXEMPLES DE LIEUX

Maison témoin écologique, Spa bien-être basé sur la géobiologie, Epicerie solidaire, Concept-store éthique mélangeant mode et décoration, Lieu de sociabilité ...

ORGANISATION

Durée : 1 journée «tour» + 1 soirée thématique.

Lieu : Paris, **Londres***.

Nombre de participants : 5 à 7 personnes par journée.

Transport : à pied/transports en commun.

Déjeuner inclus.

Langue : français / anglais

**Nous consulter.*

DATES

Tours : Paris : 15 mai.

Londres* : 20 mai.

*Nous consulter.

Soirée thématique : 27 mai avec tous les participants.

NOUVELLES DATES : EN SEPTEMBRE 2008

PROGRAMME

Le parcours :

- 9h30 : Accueil des participants (café éthique, ...).
- 10h : Visite de 2 lieux (boutique, espace, ...) accompagné par un expert (sociologue, designer ou styliste spécialisé sur le secteur).
- 13h : Déjeuner « santé/bien-être ».
- 14h : Visite de 3 lieux (boutique, marché, espace, ...).
- 18h : Debrief.

La soirée thématique :

- **Présentation** du contexte avec projection de l'étude de tendance actualisée « comment créer de l'émotion autour du développement durable ».
- **Intervention d'experts** « développement durable » : chiffres clés, évolution du marché...

CONDITIONS PARIS (POUR LONDRES, NOUS CONSULTER)

- Etude en souscription.
- Soirée thématique + étude de tendances : **1600 euros HT.**
- Parcours seul: **700 euros HT / personne.**

Pour les groupes merci de nous consulter.

DÉLIVRABLES

- **Soirée thématique** : étude de tendance en format multimédia flash sur CD-Rom. Thèmes de tendances développés sur environ 30 pages, scénarisés et illustrés de nombreux exemples concrets. Photothèque des exemples cités.
- **Tour** : fiches de synthèse des lieux visités. Analyse du concept et positionnement, décryptage des messages et signes. Informations pratiques.

