

M6 PUBLICITÉ

PROBLÉMATIQUE :

Après une première édition en 2008, M6 Publicité propose de découvrir de nouveau :

QUELLES SONT LES VALEURS ET LES TENDANCES QUI INFLUENCERONT LA CONSOMMATION DE DEMAIN ?

COMMENT LA TELEVISION ET M6 PARTICIPENT A LA DIFFUSION DE SES TENDANCES ?

Source principale :



L'étude Trend Observer croise le témoignages de « Trend Setteurs » originaires de 6 pays, le regards d'experts locaux et les analyses transversales d'Ipsos

Contenu :

Retour sur le passé pour mieux comprendre les tendances d'aujourd'hui :

Nous sommes entrés en 2007 dans un nouveau cycle de consommation. Qu'est-ce qui est à l'origine de ce nouveau cycle ? Comment se manifeste-t-il ?

Quelles sont les tendances émergentes de l'année 2009 ?

A travers des exemples concrets, de nouveaux produits, d'applications marketing ou de programmes TV, nous explorons une douzaine de tendances émergentes ou en voie de généralisation dans nos comportements et notre consommation.



M6 PUBLICITÉ

Exemple d'une tendance 2009 : « Le développement de l'esprit »

- On détecte les mensonges



En Grande Bretagne, un système de détecteurs de mensonges a été mis en place pour lutter contre la fraude aux allocations.

- On lit dans les pensées



Un scientifique aide à résoudre des crimes en utilisant son aptitude à détecter les mensonges en analysant le langage du corps, les expressions du visage, le son d'une voix.

- Les émotions et l'humeur effectuent elles-mêmes le choix musical



Le casque « Brainwaves » lit dans les pensées et envoie des signaux permettant d'adapter le musique diffusée sur le lecteur de musique



- Lancement à venir de jeux contrôlés par la pensée



Mindflex de Mattel : le jeu consiste à déplacer une balle par la pensée