

Baromètre des Valeurs des Français



(Re)faire collectif

Avec le Baromètre des Valeurs des Français, Kantar TNS décrypte depuis 1990 l'évolution de la société française, de ses valeurs et de ses tendances.

L'édition 2016/2017 apporte une vision globale et transversale des évolutions de la société afin de mieux comprendre : Quelles sont les tendances-phares aujourd'hui ? Quelles évolutions depuis 2 ans ? Depuis 10 ans ? Quelle résonance et quels enjeux pour votre secteur d'activité, votre entreprise, votre marque, vos partenaires...?

2008



Boussoles et boucliers

2010



Faire avec...

2012



Faire sans

2014



Moi, Beau et Méchant

Principaux enseignements de l'édition 2016/2017 : (Re)faire Collectif.

Après avoir essayé de s'adapter à un monde de plus en plus complexe, après avoir testé diverses stratégies d'adaptation – y compris les plus opportunistes et individualistes – les Français prennent brutalement conscience qu'il est désormais impossible de s'en sortir seul face à l'ampleur et à la globalité des dysfonctionnements d'un système qui « s'effondre » jour après jour, et soumis à de nouvelles menaces.

Cette prise de conscience est naturellement amplifiée par l'effet conjoncturel des attentats et l'irruption brutale de l'horreur dans la réalité du quotidien. Face à cet effet de sidération, un besoin se fait sentir : celui de se rassembler autour de valeurs communes.

Le Baromètre des Valeurs des Français vous apporte :

- Une toile de fond indispensable de 10 tendances pour mieux comprendre les valeurs et les aspirations des Français.
- Des manifestations et illustrations de chaque tendance par des faits de société issus du quotidien et des exemples marketing.
- Une présentation interactive par nos experts.
- L'opportunité d'approfondir et de transformer ces enseignements en plans d'action grâce à des modules d'accompagnement complémentaires.

La Sémiométrie : quand les mots en disent long.

Le Baromètre des Valeurs des Français s'appuie sur une méthodologie exclusive Kantar TNS qui permet d'explorer les valeurs des individus via un corpus de 210 mots structurant notre quotidien et notre imaginaire.

Dans ce baromètre, l'interprétation des résultats décrypte tous les 2 ans les valeurs fortes et émergentes pour rendre compte des évolutions majeures des valeurs et de l'état d'esprit des Français.

Conditions d'accès

7 500 € H.T.*comprenant :

- Un rapport illustré.
- Une présentation interactive.
- A partir du 9 novembre 2016, disponible 2 jours après commande.

*Kantar TNS est assujéti à la TVA, au taux actuellement en vigueur de 20%.

Pour transformer les tendances en plans d'action, l'expertise qualitative de Kantar TNS vous propose deux modules très opérationnels :

APPROFONDIR

Explorations qualitatives auprès de vos cibles et sur vos problématiques-clés (observation longitudinale, animation de forum on-line...).

Exemple :

- Comment les Millennials, les seniors, vos clients... vivent-ils le contexte actuel ?
- Quelles aspirations et quelles projections ont-ils face à l'avenir ?
- Quelles marques ou quels acteurs incarnent le mieux ce qu'ils recherchent aujourd'hui ?
- Quelles sont leurs attentes à votre égard ?...

TRANSFORMER

Ateliers de transformation, pour passer du décryptage de tendances à la traduction en plans d'action.

- A l'issue de la présentation du BVF, nous identifions avec vous les chantiers de réflexion prioritaires (positionnement, postures de communication, stratégie marketing...).
- Puis, nous élaborons avec vous le schéma d'animation qui vous permettra de construire des plans d'action issus des tendances fortes pour votre secteur, votre activité, votre marque.
- Une session de travail et de co-création s'appuyant sur les techniques projectives et créatives.

Tarif : sur devis

A propos de KANTAR TNS

Kantar TNS est un leader mondial des études marketing présent dans plus de 80 pays. Kantar TNS fournit à ses clients des insights opérationnels pour les aider à prendre les meilleures décisions et les accompagner dans leurs stratégies de croissance.

Fort d'une expérience de plus de 50 ans et de solutions d'études uniques en matière de compréhension des marchés, d'innovation, de gestion de marque et de communication, d'activation shopper et d'expérience client, Kantar TNS identifie, optimise et active les moments de croissance qui rythment le business de ses clients. Kantar TNS appartient au groupe Kantar, un des plus importants réseaux de veille, d'information et de conseil au monde.

Pour en savoir plus www.tns-sofres.com
<http://webzine.tns-sofres.com/connect/>



Pour de plus amples informations :

Thierry Millon

Directeur de l'Expertise Qualitative
Tél +33 (0)1 40 92 31 16
thierry.millon@tns-sofres.com

Stanislas Seveno

Chief Client Advisor
Media, Techno, Leasure & Retail
Tél +33(0)1 40 92 31 39
stanislas.seveno@tns-sofres.com

Sophie Peigné

Account Manager
Media, Techno, Leasure & Retail
Tel +33(0)1 40 92 31 07
sophie.peigne@tns-sofres.com

Suivez-nous sur [f](#) | [t](#) | [in](#) | [You Tube](#)