

design fiction

PROSPECTIVE ET CRÉATION

parties prenantes

Laura Perrard a créé et fondé le Journal du Luxe et le Salon du Luxe. Elle accompagne ses clients dans leur transformation au présent, tant dans la mise en perspective des nouveaux enjeux marché que dans la compréhension des nouvelles cibles impactant leur business.

Son approche originale, qui s'attache à donner à voir et entendre des points de vue disruptifs sur des problématiques soit disant connues, permet aux clients de sortir des sentiers battus.

Imprudence est un regroupement de créatifs, auteurs, développeurs, designers, planneurs, qui aide ses clients à comprendre, imaginer et prototyper leur futur.

Ils regardent les signaux faibles, les cultures émergentes et les expérimentations d'avant-garde pour imaginer des scénarii, univers et expériences prospectifs qui explorent le futur de manière radicale.

approche



Comme vous, nous adorons les histoires... encore plus quand nous les découvrons pour la première fois, qu'elles nous étonnent, qu'elles nous emportent, qu'elles nous interrogent.

Quelle tristesse de voir, dans les magasins, des récits similaires se raconter...alors que les territoires des marques regorgent de singularités.

L'ère du storytelling lisse et convenu est dépassée, les clients veulent des récits qui ont du sens, dans lesquelles ils vont pouvoir prendre place, qu'ils vont pouvoir s'approprier, qui vont les emporter ailleurs.

approche



Les stratégies naissent toutes en se nourrissant des mêmes observations, des mêmes cahiers des tendances et des mêmes insights consommateurs. Tout finit par se ressembler.

En parallèle, les technologies se développent et leur prolifération s'accélère. Avec une sensation de perte de contrôle.

Ne cédon pas à la tentation du "buzzword". Transformons les opportunités en innovations réelles, qui créent du sens, de la valeur et une nouvelle relation-client.

QUE DIRIEZ-VOUS DE REPRENDRE, ENSEMBLE, LE CONTRÔLE DU FUTUR DE VOTRE SECTEUR ? DE PRENDRE DE NOUVEAU LE RISQUE D'OSER, D'IMAGINER ET DE REDÉCOUVRIR CET ESPRIT DE PIONNIER ?

C'EST EN S'APPUYANT SUR VOTRE HISTOIRE, VOTRE HÉRITAGE ET VOTRE SINGULARITÉ QUE NOUS ALLONS POUVOIR TRAVAILLER SUR DES FICTIONS NARRATIVES ET HAUTEMENT CRÉATIVES QUI VOUS PERMETTRONT DE CRÉER LE FUTUR DE VOTRE MARQUE, DE VOS PRODUITS, DE VOTRE RELATION CLIENT...

NOUS CROYONS EN L'INTELLIGENCE COLLECTIVE ET NOUS NE VOUS LIVRERONS NI RAPPORTS NI POWERPOINTS SURANNÉS, NOUS ALLONS TRAVAILLER ENSEMBLE À LA CO-CRÉATION DE VOTRE FUTUR !

01

Signaux

Un regard neuf et original sur votre marché

01

Tout le monde semble apporter à des enjeux connus les mêmes solutions. La Chine est incontournable. Il faut capitaliser sur notre image de marque française. Quid des créateurs de luxe locaux qui remixe la culture du pays ou de la réalité augmentée qui gamifie en permanence l'acte d'achat, bien loin des codes traditionnels d'un retail premium ? L'intelligence artificielle est le futur. Il faut y aller. Même si vous n'avez aucune donnée ou que derrière ce big data se niche l'absence de compréhension de la complexité et du singulier. C'est en allant chercher des experts qui portent des regards originaux et disruptifs sur ces problématiques que vous connaissez que vous vous aiderez à faire un nécessaire pas de côté.

INSIGHTS

Une analyse de votre marché disruptive, cross-sectorielle et orientée client

01

La Silicon Valley vient à la fois du mouvement hippie, de la culture nerd et du hacking. Autant de mouvements et éléments culturels rejetés en leur temps. C'est dans les foyers et les pépinières de la culture expérimentale d'aujourd'hui que se cache le futur mainstream. C'est dans les centres de création et de recherche ainsi que dans les cultures underground et marginales que se dessine dès aujourd'hui votre futur.

En s'attachant à comment les creative technologists, les designers spéculatifs, les artistes chercheurs et les artistes tout court utilisent les technologies pour interroger les produits et les usages de votre secteur, nous comprendrons les dynamiques émergentes qui vous positionnerons à l'avant-poste.

SIGNAUX FAIBLES

Un cahier de tendances prospectif, radical et créatif.

0



L'ÉTERNEL
RETOUR À LA
NATURE

FORCE 9

TOUT LE MONDE

La prise de conscience de l'urgence écologique a transformé un enjeu militant en une cause collective et personnelle. Le marketing outré d'un bien-être stéréotypé et standardisé a amené les nouvelles générations, comme les anciennes, à rechercher leur propre équilibre avec le monde qui les entoure. Si on parle beaucoup de la fusion entre réel et virtuel, entre homme et machine, où en est celle entre homme et nature, dans un monde où les technologies ouvrent de nouveaux horizons de faisabilité ?

NAUX FAIBLES

cahier de tendances
spectif, radical et
atif.

01 L'ÉTERNEL RETOUR À LA NATURE

BIOBORG

LE CYBORG EST UN ÊTRE HUMAIN AYANT FUSIONNÉ EN TOTALITÉ OU EN PARTIE AVEC LA MACHINE. CETTE NOTION SUBIT LES MÊMES CRITIQUES QUE LE MOUVEMENT QUI L'UTILISE À OUBLIANCE, LE TRANSHUMANISME. LE CYBORG SERAIT RENTRÉ SUR LA PERFORMANCE ET PLACERAIT L'HUMAIN AU DESSUS DE LA NATURE... EN REGARDANT LES SIGNAUX FAIBLES, NOUS VOYONS ÉMERGER UNE FIGURE ALTERNATIVE, LE SID BORG, FUSION DE L'HUMAIN ET LA NATURE. COMBAT DE LUDDITES OU VÉRITABLE ESPoir, À VOUS DE TRANCHER.

SMOD TASTING PROJECT
THE CENTER FOR GENDMIC GASTRONOMY



GOÛTER L'AIR

Et si vous pouviez connaître la qualité de l'air en le mangeant ?

Encapsulées dans des blancs en neige, les particules d'air seront testées directement par votre palet dans de délicieux (ou pas) cookies...

On retrouve une composition du mouvement cyborg, l'ajout d'un sens à l'existant et la possibilité de recevoir le monde d'une nouvelle façon comme Neil Harbisson et son implant pour entendre les couleurs.

MANGER DU PLASTIQUE

Et si vous pouviez vous nourrir de vos déchets plastiques ?

Les champignons et bactéries dégradent le plastique placé dans les cavités prévues à cet effet, et le transforment en une biomasse mangeable.



Ni les robots de Matrix, ni les robots de Star Wars, ni les robots de Hollywood, les robots de BioLab Robotics sont eux aussi capables de se nourrir d'ordures et ainsi d'être autonomes en énergie.



PROJET
LOUISE KNOPFLET

EXPÉRIMANGER

Et si on arrêtait avec les couteaux et fourchettes ?

Ces ustensiles que l'on croit si fins tout droit de la cuisine moléculaire sont des expériences culinaires en soi, utilisant l'ensemble des sens, états, textures et mouvements à disposition.

PROJET
LOUISE KNOPFLET



EXPÉRIMANGER

Et si notre fourchette devenait une extension de notre corps ?

Inspirés par le phénomène de synesthésie, ces outils sont faits pour transformer le fait de se nourrir en stimuli sensoriels.

TENDANCES LIÉES

CUISINE D'AVANT-GARDE

FERRAN ADRIA, NOMA, EMILIE BALTEZ

DO-IT-YOURSELF

JARDINS PARTAGÉS, MAISONS POTAGERS

LUDIFICATION

NINTENDO LABS

RÉALITÉ MIXTE

PROJECT NOURISHED

NAUX FAIBLES

cahier de tendances
spectif, radical et
atif.

O A la fin de ce travail, nous venons une **demie-journée** vous présenter ce travail de longue haleine, augmenté de **conférences** et de **tables ronde**.

En s'attachant à comment les creative technologists, les designers spéculatifs, les artistes chercheurs et les artistes tout court utilisent les technologies pour interroger les produits et les usages de votre secteur, nous comprendrons les dynamiques émergentes qui vous positionnerons à l'avant-poste.

DESIGN FICTION

02

Design fiction

Une projection dans votre environnement futur

02

Quels futurs s'ouvrent avec vous ? Que pourraient imaginer vos équipes à 50 ans, les contraintes de plans stratégiques momentanément suspendues ? Quelles fictions de marque auraient-elles envie de se raconter, nourries des signaux faibles et des représentations de votre secteur dans la science fiction internationale ? Avec cet atelier de design fiction conduit par un auteur et assisté d'un illustrateur, vous le saurez immédiatement. Et tous vos services aussi.

BRAND FUTURES

5 fictions autour de votre entreprise en 2067, co-construites et illustrées.





DIGITAL HOMEWORKING

03

Future prototyping

Vos futurs utilisateurs, produits et usages



03

Derrière ces fictions du futur se cachent de nouveaux archétypes, services ou expériences interrogeant celles du présent... Cristalliser, comprendre et partager ces enjeux passent par la création d'objets que vous pouvez toucher, expérimenter, regarder. Etes-vous prêts à voir votre futur se créer devant vos yeux ?

FUTURE OBJECTS

**Vos persona en 2067,
accompagnées des
prototypes de vos
produits, services et
expériences.**

DESIGN FICTION

04

Le lab

Co-créer votre futur

04

Comment vos équipes adapteraient ces expériences du futur à leurs objectifs stratégiques et de marque ? A quoi ressembleraient-elles en 2030 ? A quoi serviraient-elles ? C'est ce à quoi vos équipes réfléchiront pendant une journée ludique, inspirante et immersive, accompagnées de nos designers facilitateurs dans cet atelier et showroom du futur.

FUTURE LAB

Des concepts de services, produits et expériences pour 2030 imaginés par vos équipes et prototypés par nos designers.