



## L'évolution de la société en 2018 par la futuriste de Ford

**Mots-Clés :** Futur, Big Data, Ford Trends, Véhicule Autonome, Intelligence Artificielle, 2018

**Résumé :** Après avoir sondé plusieurs milliers de personnes, Ford dévoile son rapport «Trends 2018» qui tente de dessiner les principales tendances qui devraient influencer les utilisateurs et les marques en 2018 et au-delà.

Pour la 6<sup>ème</sup> année consécutive, Ford s'est penché sur les grandes tendances qui marquent l'évolution de la société et expose son analyse dans son rapport [Ford Trends 2018](#).

*«Nous vivons une période absolument passionnante de notre histoire», a déclaré Sheryl Connelly, Corporate Futuriste chez Ford. «Les priorités mondiales changeantes, les bouleversements politiques endémiques et l'accent mis sur les inégalités sociales ont renversé le statu quo et laissé beaucoup de gens désorientés. Mais hors du chaos et des conflits, une énergie et une créativité nouvelles motivent les gens comme jamais auparavant. De la compassion et la culpabilité à l'activisme accru, la plupart des adultes croient que leurs actions ont le pouvoir d'insuffler un changement positif.»*

### Ce que disent les consommateurs

- 39% des adultes affirment ne pas être contre le partage de leurs **informations personnelles** avec les entreprises, mais 60% se disent frustrés lorsque ces informations deviennent publiques.
- 76% des adultes dans le monde trouvent inquiétant lorsqu'une entreprise en sait trop sur eux.
- 52% des adultes sont persuadés que **l'intelligence artificielle** sera plus nocive que bénéfique, mais 61% sont optimistes quant à l'avènement des **véhicules autonomes**.
- 68% des adultes se disent submergés par les souffrances actuelles dans le monde et 51% se sentent coupables de ne pouvoir rendre le **monde meilleur**.
- 81% des adultes sont préoccupés par le fossé qui se creuse entre **les plus riches et les plus pauvres**.
- 73% des adultes reconnaissent qu'ils devraient davantage prendre soin de leur **bien-être émotionnel**.
- 53% des adultes se disent **plus stressés** qu'ils ne l'étaient un an auparavant et chez les 18-29 ans, ce chiffre grimpe même à 65%.

### Dix tendances pour demain

Le [rapport annuel Ford Trends](#), créé par Sheryl Connelly, Corporate Futuriste chez Ford, tente de comprendre quelles sont les principales tendances qui devraient influencer les utilisateurs et les marques en 2018 et au-delà.

- **Une société bouleversée** – La vitesse à laquelle notre société se transforme engendre un bouleversement global. Personne n'y échappe, chacun se sent concerné, cherche les moyens de s'adapter et de faire face.
- **Un nouvelle forme d'activisme** – Face à ces changements, chaque citoyen veut participer au débat, persuadé que ses propres actions peuvent avoir une influence positive et à grande échelle sur le cours des choses.
- **Réduire les inégalités** - Le monde entier fait face à tous types d'inégalités. Activistes et entrepreneurs expérimentent de nouvelles façons de faciliter l'accès à une éducation de qualité, d'améliorer les conditions de travail, de combler les écarts salariaux dans le but de constituer un socle universel acceptable aux conditions de vies.
- **La conscience citoyenne** - Avec l'omniprésence des sources d'information accessibles par tous en flux continu, les citoyens sont plus conscients que jamais des défis auxquels font face les habitants du reste du monde. Chacun réfléchit à son rôle dans la société et repense son engagement.

- **Un esprit sain dans un corps sain** – La santé mentale et le bien-être sont désormais indissociables et sont devenus la priorité de tous, des citoyens aux autorités en passant par les entreprises et les marques.
- **La thérapie par l'achat** - De nombreux consommateurs sont en recherche perpétuelle de quelque chose de nouveau et de différent - qu'il s'agisse de biens matériels ou d'expériences permettant d'aboutir à une certaine idée du bonheur. Alors que les entreprises proposent de nouveaux services pour simplifier son quotidien et aller directement à l'essentiel, les utilisateurs constatent qu'ils peuvent désormais acheter la seule chose qui n'a jamais été vendue : le temps.
- **Big «Brother» Data** - Le Big Data permet de mieux interpréter les besoins et comportements des consommateurs, ce qui en théorie devrait leur être bénéfique. Mais une fois ses informations personnelles cédées, il n'a plus qu'à espérer que les entreprises les utiliseront de manière responsable.
- **Le cerveau artificiel** - Encore expérimentales hier, la réalité virtuelle, l'intelligence artificielle et les technologies autonomes font désormais partie intégrante de notre quotidien. Partout dans le monde, l'être humain s'interroge sur la place de ces technologies dites «intelligentes» au sein de notre société.
- **Une autre conception du bonheur** - Le mariage et la parentalité sont-ils toujours les normes souhaitées pour vivre heureux ? Les couples d'aujourd'hui - qui ont plus de choix de vie et une longévité supérieure à celle des générations précédentes - remettent en question les notions d'engagement et d'épanouissement.
- **Aux grandes villes les grands paris** - D'ici à 2050, près de 75% de la population mondiale devrait vivre dans les zones urbaines. Pour exploiter tout le potentiel des villes - en veillant à ce qu'elles restent des lieux sains où il fait bon vivre, il s'agit de planifier intelligemment les transports, l'emploi, le logement, les initiatives de bien-être et des infrastructures capable d'accueillir des populations en plein essor.

*Pour en savoir plus sur le rapport Ford Trends 2018, rendez-vous sur: <https://media.ford.com/content/dam/fordmedia/North%20America/US/2017/12/06/2018-Looking-Further-with-Ford-Trend-Report.pdf>*