



How Not to Waste A Good Crisis

[Ne gâchons pas une bonne crise]

L'esprit du temps 2024

S'il faut résumer l'ambiance actuelle, un mot semble revenir encore et encore : la crise. Elle semble toucher tous les domaines de la société et les différentes crises semblent interdépendantes, créant un véritable réseau de crises. Les termes « crise » ou « crises » cèdent parfois leur place à des expressions comme « guerre », « inflation », « pauvreté énergétique » et « réchauffement climatique ». Ces transformations nous affectent, nous oppriment et sont source d'anxiété et de peur. Ou, à l'inverse, elles nous incitent à agir. Mais si toutes ces crises sont liées, par où commencer pour trouver des solutions? Alors que les sentiments négatifs augmentent, la confiance dans la politique et l'avenir économique diminue. Où cela va-t-il nous mener?

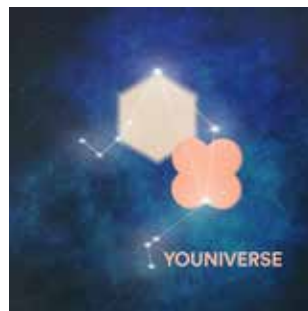
À première vue, le tableau semble sombre. L'avenir peut ainsi être perçu comme une menace, un ennemi. Face à un ennemi, les réactions humaines peuvent varier. Certains se battent, d'autres se cachent, se paralysent ou, à l'inverse, agissent en pionniers. Quatre réactions naturelles face au danger. L'esprit du temps 2024, How Not To Waste A Good Crisis (« Ne gâchons pas une bonne crise »), traite de la façon dont nous pouvons gérer la crise. Pourrions-nous aussi utiliser ces crises à notre avantage? Les quatre tendances de valeurs ci-dessous sont liées aux réactions humaines mentionnées plus haut et façonnent cet esprit du temps.



EQUALIFE



COMFORT ZONE



YOUNIVERSE



ELUSIVE

EQUALIFE

La tendance de valeurs Equalife s'adresse à ceux qui choisissent de combattre les crises. Le nom est dérivé du terme *equalize*, qui signifie équilibrer. L'ancien système marqué par la pauvreté, le manque de ressources, les crises climatiques et énergétiques, la polarisation et l'émancipation doit être réajusté. C'est en ce sens que nous construisons un monde plus juste et durable. Pas seulement sur le plan climatique, mais aussi social. Et nous le faisons ensemble : nous nous aidons nous-mêmes et nous aidons les autres. Nous ressentons une culpabilité face aux effets du changement climatique dans d'autres régions du monde. Notre souhait est donc de faire ce qui est bon pour la planète. Pour lutter contre ce grand déséquilibre, nous nous tournons vers les techniques ancestrales et la nature. Notre prise de conscience grandit : nous ne devons pas vivre au détriment de la nature, mais en harmonie avec elle — comme si nous faisons nous-mêmes partie de cette nature. Nous atteignons ce nouvel équilibre en pensant et en agissant de manière créative et en nous concentrant sur les solutions.

Exemples d'Equalife en action

Le propriétaire de Patagonia, une marque de vêtements outdoor, a cédé son entreprise à une organisation à but non lucratif afin

que tous les profits soient destinés à la lutte contre le changement climatique. À Rotterdam, aux Pays-Bas, on cherche à donner une nouvelle vie (industrielle) à la laine de mouton pour éviter son incinération. La ville néerlandaise de Haarlem a interdit la publicité pour la viande dans l'espace public en raison de son impact climatique.

Synergies pour la Filière Verte

L'équilibre est une composante cruciale de cette tendance. Comment l'utilisation de la verdure peut apporter un meilleur équilibre dans et autour de nos habitats? L'aspect environnemental est un facteur essentiel à indiquer sur l'emballage du produit. Les produits à faible consommation énergétique lors de leur production deviennent soudainement des arguments de vente positifs. En tant qu'entreprise, comment passer de l'exploitation de la nature à une coexistence harmonieuse avec elle? L'équilibre est important, non seulement vis-à-vis des consommateurs, mais aussi au sein de l'organisation : qu'en est-il de l'égalité et de l'inclusion sur le lieu de travail? Les consommateurs tiendront également compte de ces aspects lors de leur décision d'achat.

COMFORT ZONE

Chercher refuge est aussi une façon d'affronter les crises. C'est l'idée derrière la tendance de valeurs Comfort Zone. Nous nous isolons du vaste monde en colère dans une bulle sécurisante et conviviale. Ce monde est rempli de défiance, de conflits, de crises, de problèmes de confidentialité des données, de disparition des guichets physiques, de maladies mentales et d'émergence de la peur et de la polarisation. Pensez à la guerre en Ukraine, à la méfiance envers les politiques et envers les médias. Tout cela génère menace, surstimulation et défiance. Un meilleur système? Oui, s'il vous plaît, mais par petites étapes, en avançant petit à petit. En attendant, nous tentons de tenir la misère à distance en nous réfugiant dans de petits groupes sociaux aux idées similaires.

Exemples de Comfort Zone en action

Sur TikTok, des personnes partageant les mêmes idées se rencontrent en fonction de leurs goûts littéraires ou de leurs

loisirs, créant ainsi de nouveaux groupes sociaux. Autre exemple : la RegioBank rouvre des guichets locaux en tant que « banque de quartier ». Le désir de nostalgie et d'attachement fait revenir les cassettes audio et la photo argentique sur le devant de la scène.

Synergies pour la Filière Verte

Soyez transparent sur l'utilisation des données, que ce soit pour les cartes de fidélité, les newsletters, etc. Favorisez les rencontres entre personnes : organisez un atelier sur les plantes ou une excursion où les clients peuvent rencontrer d'autres passionnés.

Les plantes et les fleurs peuvent grandement influencer le petit sentiment de bonheur que l'on éprouve dans et autour de la maison, faites-le savoir clairement. Le vert vous fait oublier vos soucis pour un moment. Et surtout, il faut fournir aux consommateurs des informations claires et honnêtes sur le produit pour dissiper toute méfiance.

YOUNIVERSE

Rester figé est aussi une réaction face à des circonstances extrêmes. La tendance de valeurs Youniverse part de ce postulat et concerne particulièrement les millennials et la génération Z. Les attentes sont élevées, en partie à cause des réseaux sociaux, source de stress. Parallèlement, un monde d'opportunités s'ouvre à eux en raison de la pénurie sur le marché du travail. Le contraste est donc extrême.

Et en toile de fond, la crise du Covid reste dans toutes les mémoires. Les jeunes, surtout, ont ressenti une sensation d'impuissance, comme s'il n'y avait plus grand-chose à faire. Ils cherchent à préserver leur bien-être en établissant des limites et en recherchant le contrôle. Il y a un besoin de confort, de luxe et de slow living. L'ambition ne réside plus tant dans le « plus, mieux et plus vite », mais dans d'autres valeurs comme le bien-être et la santé mentale. L'exemple du *quiet quitting* ou la démission silencieuse en est une illustration. Les jeunes travailleurs définissent clairement leurs limites et ne veulent plus faire d'heures supplémentaires. Youniverse symbolise le soin de soi et l'établissement constant de limites, engendrant un besoin de luxe, de confort et de *slow living*.

Exemples de Youniverse en action

Friesland Campina prend son temps avec un spot publicitaire de quatre minutes. L'application Feelee vous permet d'analyser vos émotions. Et grâce à l'initiative MuseumVrij, 450 musées offrent aux travailleurs la possibilité de se rendre au musée pendant les heures de travail pour se détendre.

Synergies pour la Filière Verte

Avant l'émergence du *slow living*, le besoin de tranquillité se fait sentir. Nous savons que les fleurs et les plantes aident à réduire le stress. Leur entretien, souvent perçu comme un désavantage, peut en réalité procurer calme et détente. Il est nécessaire de promouvoir davantage les conseils d'entretien comme un rituel, bénéfique autant pour la plante que pour la personne qui s'en occupe. Le luxe extrême et les plantes d'exception sont de plus en plus mis en valeur, ce qui inclut une gamme complète de produits d'entretien et de soins.

ELUSIVE [INSAISSABLE]

La dernière tendance de valeurs pour 2024 se base sur l'esprit pionnier. Dans le système mondial actuel, tous les rouages semblent grippés. Poursuivre dans cette voie semble non seulement futile, mais surtout destructeur. Nous devons donc chercher une réforme radicale, dans tous les domaines. Oser penser et expérimenter en sortant des sentiers battus, sans tabous ni limites. La curiosité, l'innovation et la technologie jouent un rôle crucial dans cette tendance. Elles créent des opportunités que nous n'aurions pas pu saisir auparavant et, soudain, tout semble possible. Il en résulte un besoin de créativité, de liberté et de nouvelles règles du jeu. Des exemples? Pensez au Metaverse, aux NFT et aux cryptomonnaies. Mais aussi à l'art numérique basé sur l'IA (intelligence artificielle) et le ChatGPT. (Ce texte a d'ailleurs été écrit de manière très traditionnelle par un être humain).

Exemples d'Elusive [Insaissable] en action

Le développement de The Line Neom, une ville futuriste en

Arabie Saoudite. Cette ville veut préserver 95 % de la nature, sans voitures, sans rues et sans émissions de CO2. Tous les services quotidiens essentiels, tels que les écoles, les cliniques, les installations de loisirs et les espaces verts sont accessibles en cinq minutes à pied. Dans un autre ordre, l'artiste Stromae ne se présente ni comme un homme ni comme une femme, mais sans définition. Ou le Metaverse dans lequel le sport, l'habitat, l'art et la mode sont présentés dans une nouvelle dimension.

Synergies pour la Filière Verte

Essayez de sortir des sentiers battus et de laisser tomber les vieilles idées. Quelle sera l'incidence du Metaverse sur l'utilisation des fleurs et des plantes, c'est une affaire à suivre? Il y aura également davantage de programmes d'IA comme Dal-E, qui rendront la création de nouvelles images visuelles pour les sites web ou les réseaux sociaux, par exemple, beaucoup plus facile et moins coûteuse.