

## Co-équipiers :

1. **Votre cible-consommateur :** \_\_\_\_\_

2. **Transformations-clés**

Listez les 3-5 idées-clés qui vont, selon vous, durablement impacter la convivialité en 2020 pour votre cible-consommateur :

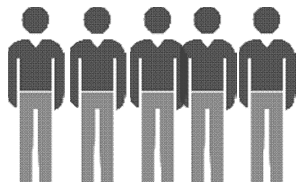
- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_

3. **Décrivez en quelques lignes quelle nouvelle expérience conviviale / quelles nouvelles occasions de convivialité\* va vivre votre cible-consommateur :**

\*Quelle nouvelle expérience conviviale autour de l'alimentation, des repas, des relations sociales, du jeu ou autres en 2020 ?

4. **En conclusion de cette première étape de réflexion, trouvez une phrase courte pour résumer votre vision de la convivialité en 2020 :**

← \_\_\_\_\_ →



## Co-équipiers :

## #2 – Fiche Concept

### Notre vision de la convivialité en 2020 :

*Reotez votre phrase de synthèse produite en étape 4 :*

← \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ →

### Notre proposition de nouveau concept (nouveau produit / service / nouvelle solution ...)

*Décrivez votre nouvelle offre en une ou deux phrases et expliquez ce qui rend votre offre unique et attractive pour votre consommateur-cible (à quel nouveau besoin répondez-vous ?) :*

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

### Quels sont les bénéfices de votre nouveau concept pour les parties prenantes de l'écosystème :

Pour le « distributeur » :

Pour le « producteur » :

Pour l'environnement :

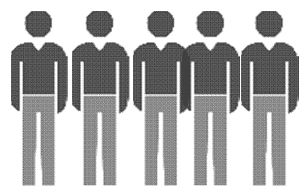
Pour ..... :

### Dessinez votre nouveau concept !

(Comment fonctionne-t-il ? Quelles nouvelles émotions, quelles nouvelles sensations procure-t-il ? Quelles nouvelles interactions crée-t-il ? Quelle nouvelle expérience de la convivialité apporte-t-il ?...)

**Donnez un nom à votre concept pour mieux le vendre !**

\_\_\_\_\_



**Co-équipiers :** Aline – Jean – Sébastien – Christian - Stéphanie

#1 – Fiche Vision

Exemple

1. **Votre cible-consommateur :** Les matures 35-49 ans

2. **Transformations-clés**

Listez les 3-5 idées-clés qui vont, selon vous, durablement impacter la convivialité en 2020 pour votre cible-consommateur :

- 1 Instantanéité
- 2 Big Data
- 3 Se faire des amis en un clin d'œil
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_

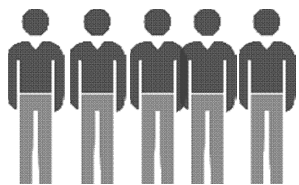
3. **Décrivez en quelques lignes quelle nouvelle expérience conviviale / quelles nouvelles occasions de convivialité\* va vivre votre cible-consommateur :**

\*Quelle nouvelle expérience conviviale autour de l'alimentation, des repas, des relations sociales, du jeu ou autres... en 2020?

Les rencontres de nouveaux amis seront validées uniquement par internet en fonction des centres d'intérêt (même si les personnes se sont croisées dans la vie), un nouveau e-rituel permettra de sceller cette nouvelle e-mitié : « ma meilleure recette à offrir »

4. **En conclusion de cette première étape de réflexion, trouvez une phrase courte pour résumer votre vision de la convivialité en 2020 :**

« Foodnecting People »



Co-équipiers : Aline – Jean – Sébastien – Christian - Stéphanie

#2 – Fiche Concept

Exemple

Notre vision de la convivialité en 2020 :

Renotez votre phrase de synthèse produite en étape 4 :

« Foodnecting People »

Notre proposition de nouveau concept  
(nouveau produit / service / nouvelle solution ...)

Décrivez votre nouvelle offre en une ou deux phrases et expliquez ce qui rend votre offre unique et attractive pour votre consommateur-cible (à quel nouveau besoin répondez-vous ?) :

Il s'agit d'une appli dans laquelle j'ai rentré ma recette (ingrédients, photos, dégustation...). Quand j'accepte de devenir ami, je joins ma recette (seul moyen de devenir ami) que mon nouvel ami doit réaliser et prendre du plaisir à la réaliser. Mon nouvel ami doit me renvoyer lui aussi ses recommandations, ses photos. Sinon nous ne devenons pas amis. Il est possible ensuite de se lancer des défis autour de la recette. Ca change des jeux classiques ou informations parfois fausses à partager, ludique et expérientiel online et offline !

Quels sont les bénéfices de votre nouveau concept pour les parties prenantes de l'écosystème :

Pour le « distributeur » :

C'est le site en ligne. Ce sont les inscrits qui créent la communauté d'amis. Ce sont les inscrits qui peuvent créer des niveaux d'amitié (cf. Candy Crush) liés à la convivialité et aux recettes. Des marques peuvent aussi lancer des défis surprises en lien avec les amitiés créées.

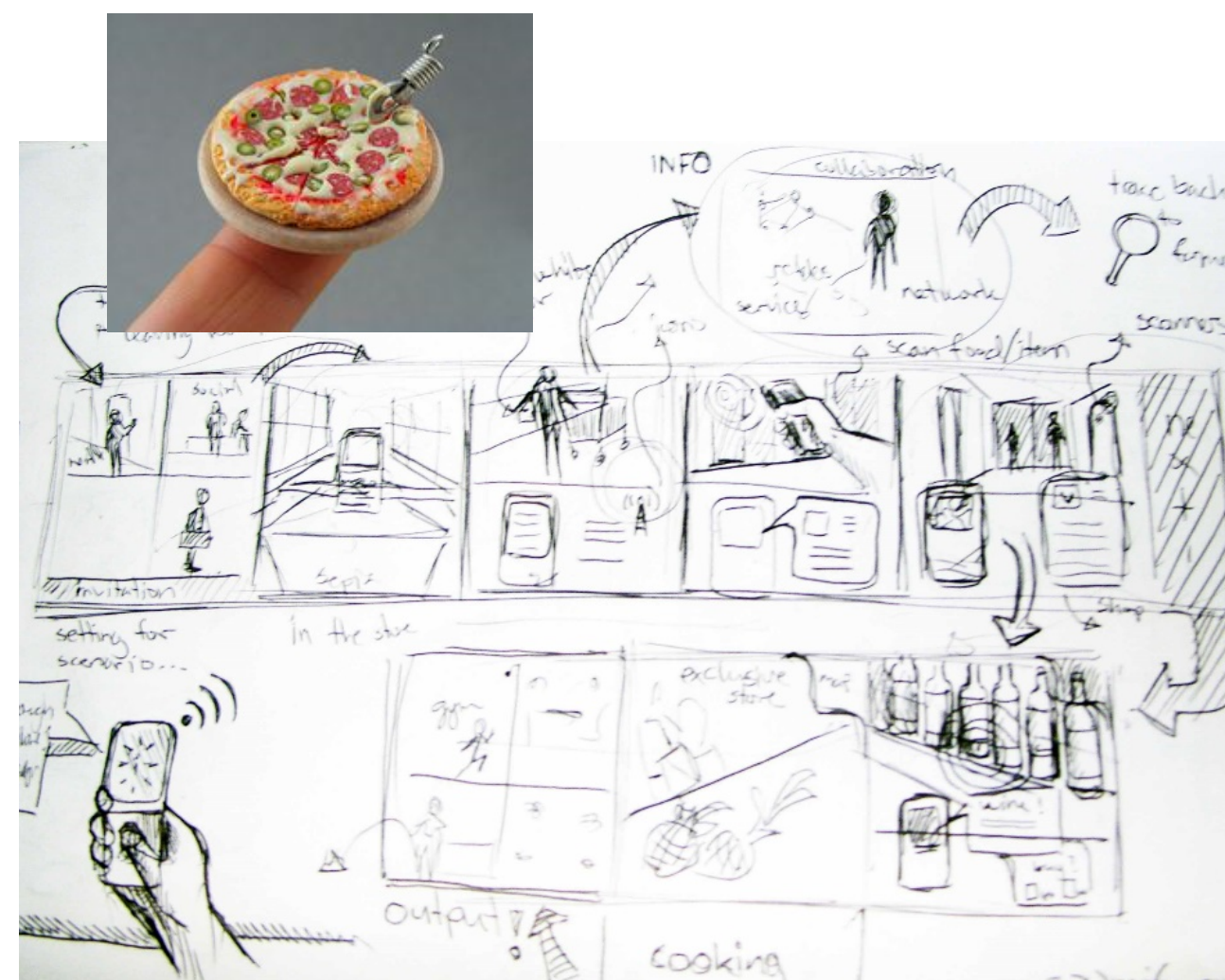
Pour le « producteur » :

C'est la personne inscrite qui valorise sa créativité (qualité fortement attendue demain).

Pour l'environnement : ne pollue pas et renforce les e-liens !

Dessinez votre nouveau concept !

(Comment fonctionne-t-il ? Quelles nouvelles émotions, quelles nouvelles sensations procure-t-il ? Quelles nouvelles interactions crée-t-il ? Quelle nouvelle expérience de la convivialité apporte-t-il ?...)



Donnez un nom à votre concept pour mieux le vendre !

« FoodLink : Plus on est Food, Plus on s'amuse »