



# Contrôle et Pouvoir

Si on songe à la vie comme des ondes sismiques, jusqu'à il y a quelques années, les choses semblaient bien aller (dans la plupart des régions), des pics occasionnels se pointant ici et là. Aujourd'hui, cependant, les chocs semblent furieux et implacables et s'avèrent parfois extrêmement troublants. Lorsque les circonstances sont littéralement indépendantes de la volonté des gens, ils trouvent de multiples façons de se stabiliser et reprendre le contrôle, souvent sous forme de micromoments et de petites occasions qui leur donnent l'impression de maîtriser la situation.

La technologie leur permet de prendre les commandes. Un changement créatif s'opère actuellement grâce à la démocratisation de l'IA pour les images, le son et la parole. La technologie offre l'occasion de contribuer à façonner l'avenir des marques qu'on aime grâce à l'évolution de l'économie de l'attention. Et avec la conversion en jetons, elle pourrait bientôt donner aux gens le plein contrôle de leurs données personnelles.

Le paysage n'est jamais le même après un changement sismique, et nous observons déjà sa transformation. Il y a des endroits où l'équilibre du contrôle basculera d'un côté ou de l'autre, influençant les relations des gens avec les systèmes par lesquels ils mènent leur vie, mais aussi les marques et les organisations. Les marques décideront du degré de contrôle à offrir à leurs clients participatifs en échange de leur fidélité, et dans le monde des affaires, les dirigeants définiront la prochaine évolution du travail hybride.

# Table des matières



## 01 Je survivrai



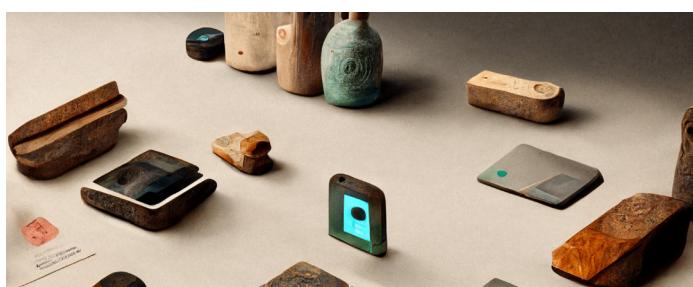
## 02 Mes convictions



## 03 Comme avant



## 04 OK, créativité



## 05 Signé, scellé, livré



/ INVITE IA

Des vagues de crises successives ont  
bouleversé le quotidien des gens

/ INVITES SUPPLÉMENTAIRES DONNÉES PAR DES UTILISATEURS HUMAINS

+ style surréaliste, débuts du surréaliste



## Je survivrai

L'état de crise permanent et  
l'adaptabilité humaine

Des vagues de crises ont déferlé l'une après l'autre, transformant la vie quotidienne. Pour certains, les crises n'ont rien de nouveau, alors que pour d'autres, elles sont extrêmement déstabilisantes. La réaction des gens aux crises est toujours de s'adapter (à la longue). Nous sommes de plus en plus nombreux à tenir l'instabilité pour normale, et la façon dont on s'adaptera aura une incidence sur ce qu'on achète et sur notre perception des marques et de nos employeurs... et les entreprises doivent être prêtes.

+ surréaliste, algorithme version 4, 100<sup>e</sup> modification



/ INVITE IA

Les groupes ont commencé par faire l'essai d'expériences segmentées

/ INVITES SUPPLÉMENTAIRES DONNÉS PAR DES UTILISATEURS HUMAINS

+ hyper réaliste, photographie, en ligne, numérique, algorithme version 4, rapport de forme 3:2, 100<sup>e</sup> modification



+ style peinture romantique, rapport de forme 16:9, 100<sup>e</sup> modification

## Mes convictions

### Quelle suite pour la fidélité?

Au cours des dernières années, les gens ont découvert un sentiment d'appartenance par l'entremise de groupes d'intérêt sur les canaux numériques, et certaines de ces habitudes se sont ancrées dans leur vie. Les dernières technologies s'appuient sur le changement de comportement, permettant une nouvelle vague de modèles axés sur la communauté, où les produits viennent plus tard, qui renforcent le lien des clients avec une marque. Les programmes de fidélisation s'en trouveront transformés, permettant aux gens de participer davantage aux marques auxquelles ils croient. D'un autre côté, les marques pourront étudier de nouveaux produits et profiter de relations plus lucratives avec leurs clients.



/ INVITE IA

Les environnements de bureau s'étendent généralement à un contexte plus large : une ville, un village

/ INVITES SUPPLÉMENTAIRES DONNÉES PAR DES UTILISATEURS HUMAINS

+ hyper réaliste, photographie, en ligne, numérique, algorithme version 4, rapport de forme 3:2, 100e modification

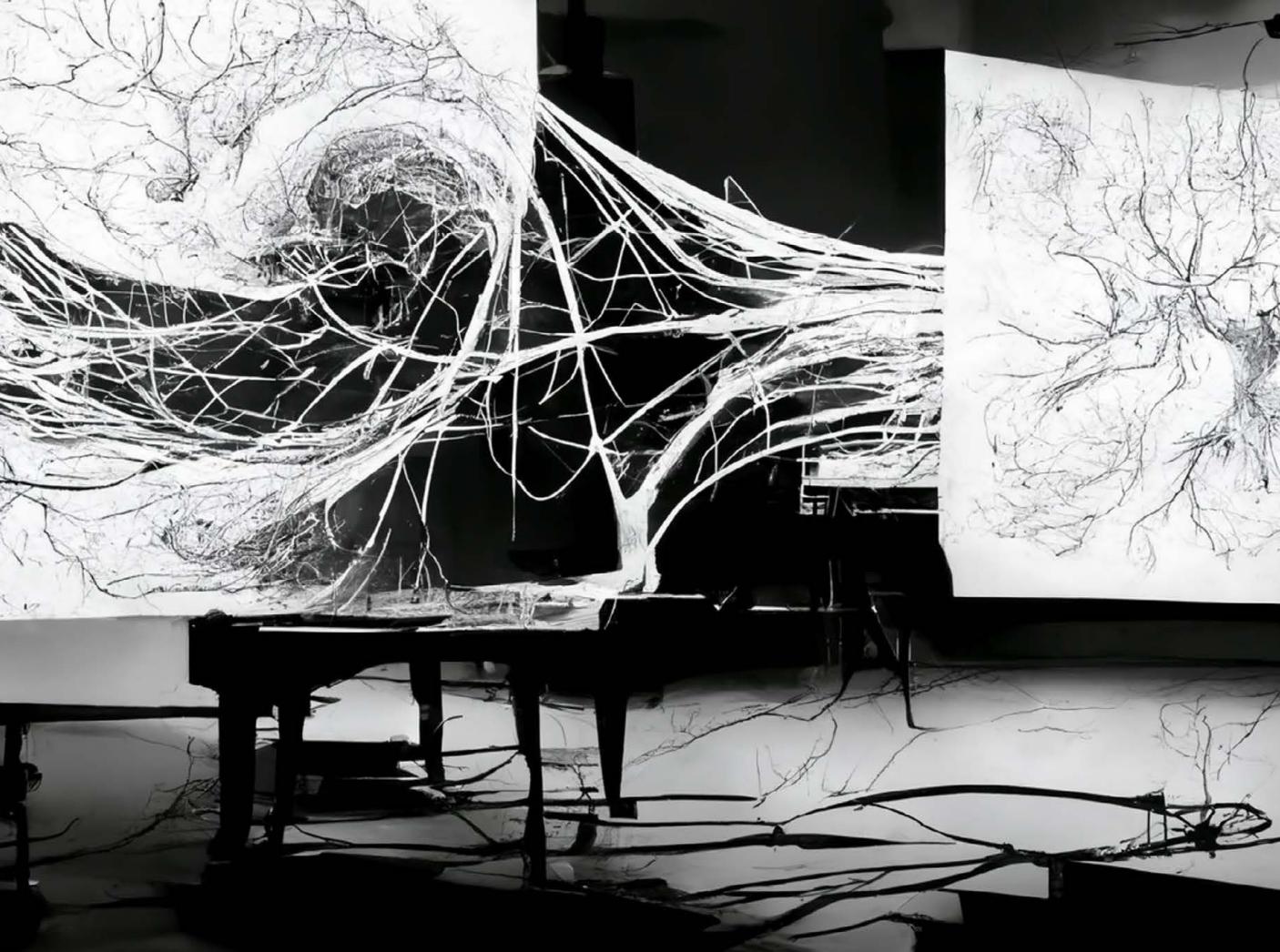


+ photoréaliste, algorithme version 4, 100e modification, rapport de forme 3:2

## Comme avant

### L'importance des intangibles du travail

Le débat sur le retour au bureau se poursuit, mais une chose est claire : pour beaucoup, ce n'est pas encore un succès. Nous avons déjà soulevé certaines de ces questions, mais elles n'ont pas été réglées, et les conséquences se précisent. Bref, les **avantages intangibles** et difficiles à mesurer de la vie au bureau ont **disparu**, et cette situation est intimement liée à l'évolution post-pandémique des villes et à leur proposition de valeur intégrale. Bon nombre d'entre elles continuent de résister à la reprise des rituels du travail pré-COVID, tandis que d'autres recherchent les fruits de la communauté. Il est temps que les dirigeants retournent à la table à dessin pour élaborer un plan logique et mutuellement avantageux.



/ INVITE IA

Découvrez comment les réseaux  
neuronaux peuvent être utilisés comme  
outil créatif pour l'art et la musique

/ INVITES SUPPLÉMENTAIRES DONNÉES PAR DES UTILISATEURS HUMAINS

+ rapport de forme 16:9, 100<sup>e</sup> modification



## OK, créativité

L'IA met la créativité  
entre les mains des gens

L'intelligence artificielle innove et aide les gens à exploiter leur créativité innée. Ce qui était autrefois un outil permettant aux entreprises d'accomplir des tâches répétitives est aujourd'hui un copilote accessible à tous dans le cadre de leur processus créatif. Tout à coup, n'importe qui peut créer du contenu linguistique, visuel et vidéo de qualité raisonnable avec apparemment peu d'efforts ou de compétences acquises. Les nouveautés émergent à une vitesse folle, et les entreprises doivent y réfléchir maintenant et déterminer comment se démarquer dans une mer de bon contenu.

+ 33 mm, extrêmement réaliste, hyper détaillé, 100<sup>e</sup> modification,  
rapport de forme 16:9



/ INVITE IA  
Identité numérique, objets et actifs

/ INVITES SUPPLÉMENTAIRES DONNÉES PAR DES UTILISATEURS HUMAINS  
+ rapport de forme 16:9, 100<sup>e</sup> modification

## Signé, scellé, livré

Portefeuilles numériques :  
une question d'adoption

Une crise d'identité numérique sévit, et les marques doivent en prendre note. Le statu quo quant à l'utilisation des données personnelles – à bon comme à mauvais escient – n'a plus sa place depuis longtemps, et les gens pourraient bientôt reprendre le contrôle de leurs données grâce à des portefeuilles numériques contenant des jetons qui représentent les méthodes de paiement, l'identité, les cartes de fidélité et plus encore. Essentiellement, ils décideront de la quantité de données qu'ils partagent avec les organisations... par défaut. Pour les marques, des données de première partie de gens qui les transmettent volontairement pourraient remplacer les données perdues à cause des restrictions sur les témoins. Le diable est dans les détails lorsqu'on conçoit des concepts de valeur et qu'on renforce envers la capacité de la technologie à protéger nos données personnelles les plus précieuses. Déterminer comment garantir l'adoption n'est pas une mince tâche



+ algorithme version 4, rapport de forme 3:2, 100<sup>e</sup> modification

# Conclusion

**Les changements en matière de contrôle influenceront en fin de compte le pouvoir, et ces changements apparemment minimes modifieront la dynamique du pouvoir à un niveau systémique.**

Nous n'observerons pas les mêmes résultats qu'auparavant, vu les nouvelles attitudes et la maturation de la technologie.

Les relations de marketing changeront à mesure que la dynamique du pouvoir fluctuera entre les marques et les clients; ces derniers auront voix au chapitre des espaces de permission des marques, et ils pourront isoler leurs données comme bon leur semble. Les chefs d'entreprises devront être prêts à repenser la dynamique du pouvoir avec des travailleurs hybrides, pour le bien de l'innovation et des relations de travail.

Dans leur rôle de dirigeants, de travailleurs, de clients, de consommateurs, de créateurs et d'êtres humains ayant des droits, les gens chercheront des moyens de récupérer un peu de contrôle. Lorsque les répliques se calmeront enfin, ils ouvriront leurs yeux sur une nouvelle vision du progrès.

# Art généré par l'IA : approche

Pour illustrer nos cinq tendances nettement différentes, nous avons utilisé celle qui, selon nous, a une incidence fondamentale sur l'art et le design, et qui constitue un excellent exemple visuel du contrôle et des rapports de force en jeu dans le monde d'aujourd'hui. Nos concepteurs ont tiré parti de la puissance de l'art généré par

l'intelligence artificielle pour nous aider à raconter notre histoire. Tout d'abord en mettant en évidence et en sélectionnant des mots et des phrases du texte à utiliser comme invite initiale, puis en travaillant main dans la main avec la technologie dans une expansion mutuelle de créativité, de diversité et de possibilités. Cette expérience

dynamique est le résultat d'un véritable partenariat entre l'ingéniosité humaine et la technologie. Nous espérons que vous prendrez plaisir à lire le rapport. Nous croyons que les tendances, comme les œuvres d'art, offrent un potentiel de changement inédit.



## / INVITE IA

main dans la main avec la technologie dans une expansion mutuelle de créativité, de diversité et de possibilités

## / INVITES SUPPLÉMENTAIRES DONNÉES PAR DES UTILISATEURS HUMAINS

+ travail, collaboration, surréaliste, 8K, algorithme version 4

## S'appuyant sur l'héritage de 15 ans des Tendances Fjord, les

Tendances de vie d'Accenture de 2023 présentent le même contenu inspirant. Le rapport de cette année se fonde sur l'approche axée sur la vie et examine les façons dont les gens adaptent leur vie et utilisent les technologies émergentes pour répondre à leurs besoins changeants.