



+TEND OBS

MEN Δ 2018

*Algérie, Maroc, Arabie Saoudite,
Égypte, Iran, Turquie*

PREVIEW



© Lalla Essaydi

**TENDANCES ÉMERGENTES, DRIVERS DE VIE ET DE CONSOMMATION
DE DEMAIN EN AFRIQUE DU NORD ET AU MOYEN-ORIENT**



L'idée



Une étude
de tendances
en zone MENA

Une étude inédite et ambitieuse en multi-souscription



Au-delà des U&A
disponibles qui
recensent pratiques
et comportements...

**Identifier les signaux faibles,
les dynamiques à l'œuvre et les
drivers qui définiront
les attentes et aspirations
sur la zone MENA demain.**



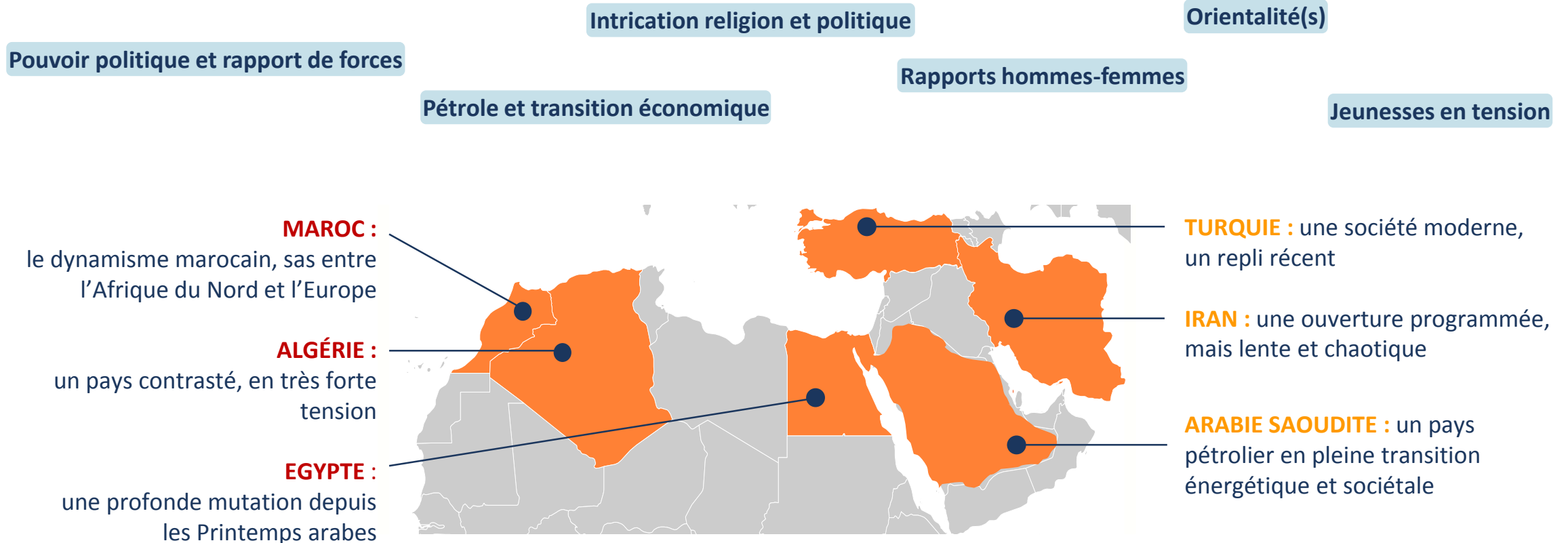
**L'approche prospective
d'Ipsos appliquée au Moyen-Orient et
au Maghreb, pour détecter et
interpréter les tendances fortes d'une
zone en ébullition, souvent caricaturée.**



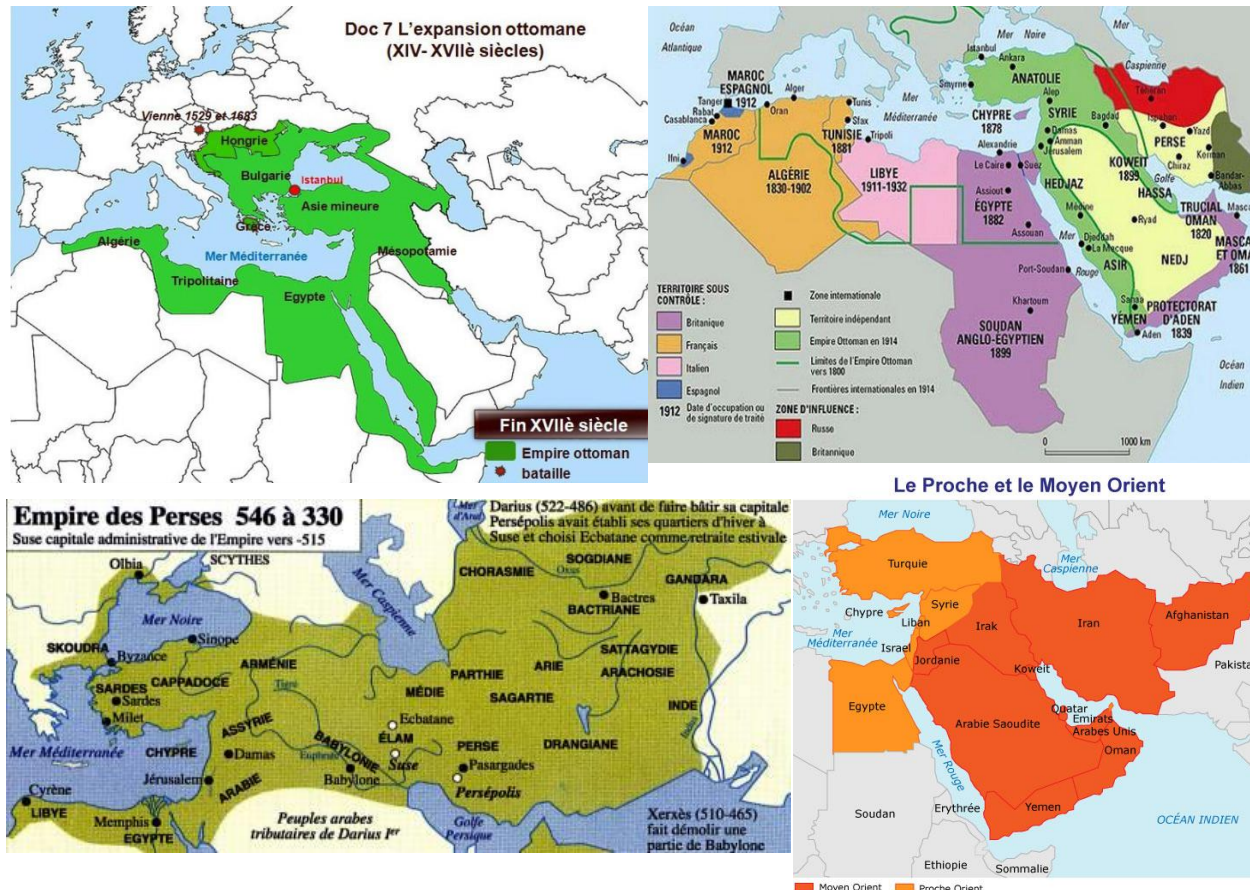
Vision dynamique d'une zone témoin de 360 millions d'habitants



L'INTUITION DE DÉNOMINATEURS COMMUNS



Paroles d'experts, éclairage géopolitique



Désengagement des US, émergence de dynamiques intra proche-orientales

Tout à la fois cause et conséquence de cette posture américaine, se manifeste de façon grandissante l'implication des Turcs, des Saoudiens, des Iraniens, des Qatariens dans les conflits de la région.

Nouvelle opposition intra Proche-Orient : Iran/KSA

La guerre froide entre l'Iran et les monarchies du Golfe touche ainsi de plein fouet le Yémen et la Syrie.

Réislamisation politique dure

Tout au long des années 90 et 2000, montée en puissance des mouvements islamistes et des groupes djihadistes, qui s'attaquent aussi bien aux régimes en place (Égypte) qu'aux intérêts occidentaux ou aux minorités chiites.

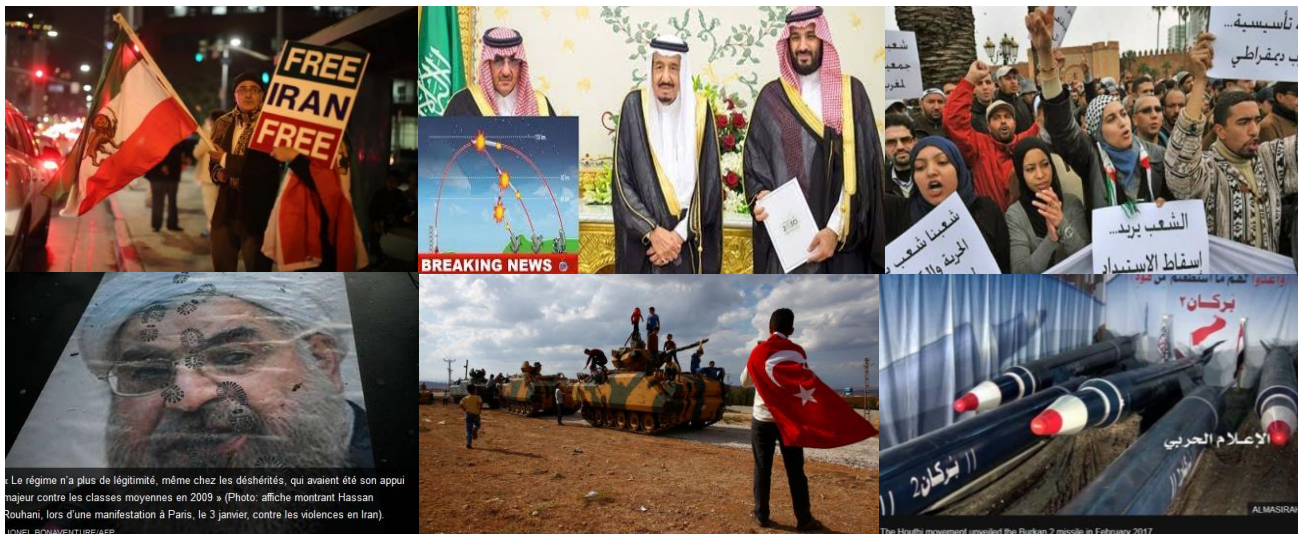
En Iran comme en Turquie, des situations proches et à part

Toutes deux héritières d'empires prestigieux, elles s'impliquent par ailleurs dans les conflits déchirant les pays voisins et développent des politiques étrangères dynamiques.

Comprendre le contexte dans lequel s'expriment les trendsetters



AUJOURD'HUI : UNE SITUATION COMPLEXE, UN NOUVEAU TOURNANT



- + Des **situations économiques difficiles** : terreau de la colère populaire
- + Une géopolitique souvent **conflictuelle** avec les pays voisins et avec les puissances mondiales & régionales
- + Dans chaque pays, une **gouvernance « rapport de force »** : des courants multiples, aux intérêts souvent divergents (Maroc, KSA, Iran, Turquie, Egypte...) et une intégration souvent conflictuelle du religieux

Aller vers l'autonomie économique et culturelle



Dans un contexte très chaotique

Comment la génération de demain vit-elle cette situation ? Que met-elle en place pour demain ?

Vécu d'aujourd'hui, idéal projeté demain ?

- + Souhaits, objectifs, projets, désirs
- + Zones d'évolution prioritaires

Drivers au quotidien ?

- + Valeurs structurantes, bénéfices recherchés, croyances et convictions sur lesquelles on s'appuie
- + Postures vis-à-vis des grands drivers internationaux : naturalité, mieux-être, hyper-personnalisation, spiritualité(s)...
- + Incarnation dans des pratiques courantes

Sources d'inspiration, modèles

- + Best of : icônes, contenu culturel favori et inspirant
- + Modèles extérieurs, influences

Consommation

- + Expression de ces grands drivers en termes de consommation : produits et marques témoins, biens, services
- + Innovations ou nouveautés-clés, emblématiques des attentes pour demain (marques, lieux, services...)

Une approche sensible et prospective : trend setters, éclaireurs locaux, regards d'experts



INTERVIEWS :
Stéphane Zumsteeg,
Directeur Dpt Opinion Ipsos,
spécialiste du Moyen-Orient
Sarah Anne Rennick
Doctorante EHESS,
spécialiste de la jeunesse
moyen-orientale
Henri Laurens
Professeur au Collège de
France, Chaire d'histoire
contemporaine du monde
arabique.

REGARDS EXPERTS GEOPOLITIQUES

Comprendre les
mouvements de fond,
les replacer dans
l'histoire et la
dynamique macro de
chaque pays

TRENDSETTERS

Ce que je vis
Ce qui m'inspire
Ce que je fais



Ce vers quoi je vais
Ce que je crains
Ce qui me motive

**Décrypter le vécu, les aspirations d'un
panel de précurseurs, emblématique de la
génération témoin de demain**

CORRESPONDANTS LOCAUX

Décoder
les mouvements
sociétaux,
illustrer les
tendances et
contre-éclairer le
discours des
trendsetters

Amy (Arabie Saoudite) -
Blogueur
Sara (Algérie) - Biologiste
Anaïs (Egypte) – PhD
student en urbanisation
Nesrin (Turquie) –
Professeur de lettres
Aria (Iran) - Journaliste
Isabelle (Maroc) -
Enseignante

- + **Millennials** (20-35 ans), mix jeunes familles et sans enfant, hommes et femmes, actifs et non-actifs
- + **Connectés et ouverts** (réseaux sociaux, intérêt et curiosité artistiques, sensibles aux mouvements du monde)
- + Génération témoin de demain : **jeunesse de CSP moyenne**, en prise avec le quotidien, hors des élites

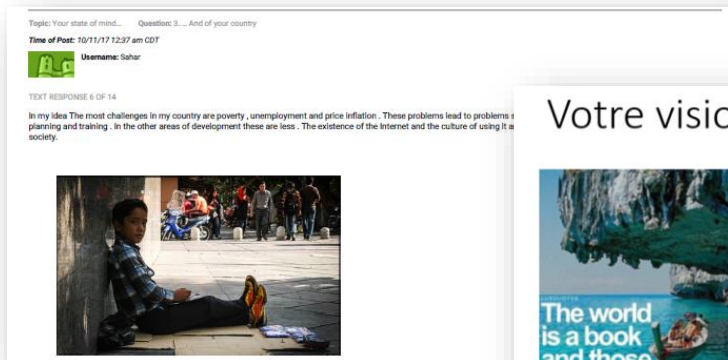
Une matière incroyablement riche



12 JOURS DE DIALOGUE ON-LINE EN ONE-TO-ONE

Plus de 2 500 pages de blog

Plus de 800 images, screenshots, liens, photos... postés



Votre vision du monde



Notre monde joue sur l'argent, tout est argent et tout le monde se lève le matin avec la conviction que plus il gagne mieux il vit.
Cela n'est pas vrai, ou du moins c'est peut-être vrai pour certains mais ce n'est pas ce qui rendra la vie meilleure.
La vie est un bouquin et ceux qui ne voyagent pas ne lisent qu'une seule page.
Pour se sentir vivant il faut absolument voyager, cela me frappe droit aux convictions car cela est vrai, c'est en voyageant que l'on découvre le nous, lié que l'on veuille ou pas avec la nature.
Le voyage permet à l'âme de découvrir qui elle est.
Cela me rend pessimiste car je sais que c'est impossible de vivre en aventurier et plaquer tout derrière.
Mais ce qui est optimiste derrière c'est que je suis sûr que cette vision est la meilleure à adopter pour se sentir vivant.
REDA



end of my country, there are lots of challenges I see, for example the culture which is disappearing and it makes the children grow without the exact great culture which we had had and it truly bothers me, because if you search it, we had the amazing culture before. Another point is about the choice of clothes outside of the home which we have not it yet. Sometimes it is really hard to have the right clothes. I do not have high school we are with family friends and relatives because I think that is very ridiculous. The thing which bothers me most and makes me really suffer and it is really a challenge for me is seeing men which are starting at me when I am outside. It is also due to the lack of culture and I know that 10% of them are sane. They think that you are not human being. I try to get this feeling when I see someone stare at me. I hate it. And before me it is not related to the culture you wear because I think it is just about their culture which we do not understand. These people think the garbage on the ground too. Of course the rest of them are not crazy, there are also people who are born in the city but because of the lack of culture of their parents they become like this. These are really disappointing. I send the screenshots for expressing my feelings if there is a need to send other photos, you can tell me.



Ma vie future



LE GUIDE

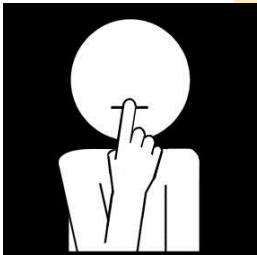
- Partie 1 : vous (vos occupations, votre rythme actuel)
- Partie 2 : votre état d'esprit, votre météo personnelle. Pourquoi ? Le monde, votre pays, votre environnement ?
- Partie 3 : votre *personal best-of*, ce que vous aimez, qui vous inspire ? Votre *worst-of* ?
- Partie 4 : votre temps libre, vos sorties et loisirs, la technologie
- Partie 5 et 6 : acheter, choisir, consommer
- Partie 7 : votre vie demain, quels projets, rêves, envies, challenges

Une étude enseignante, au-delà des résultats



La peur de la répression, présente pendant ce blog et exprimée par nos correspondants locaux

In these days, I am really shocked and sad about the US and Turkey relationship. Because of our policy, I think it is better to not write my real opinions in the internet. Sorry about this but I can show some screenshots. **(Turkey)**



I have a problem, I got the interviews and translated all of them, but almost all the people want me not to send the photos or films (some of them want me not even to use the interview, but I solved this problem). You know? **Because of the riots, they are afraid of talking.**
(Correspondant local, Iran)

I'd rather not have my name at the end of the report, I know quite a lot of people who had problems writing their opinions recently.
(Correspondante locale, Turquie)

Un dialogue bénéfique, pour eux, pour nous

I was glad to have the opportunity to think about my life, and was even surprised by some answers i gave you. It was a very interesting expérience for me. **(Turkey)**

Thank you, you make me put my hand on things in my life that needs to be changed!



PREVIEW

V é c u d u c o n t e x t e
a c t u e l

+

L e c r e u s e t d e s
t e n d a n c e s

Comprendre les tendances, c'est comprendre la stratégie de vie des trend-setters

KEY FACT

Un sentiment de menace immédiat vécu au quotidien, qui rend difficile la stabilisation de sa situation personnelle

OBJECTIF – NIVEAU 1

Sécuriser ma situation dans un pays qui est bloquant à plusieurs niveaux (plus ou moins activés selon les pays)



Il faut évoluer, **mais pas trop vite** sinon ce sera plus mauvais que bon. (KSA)

On est en pleine mutation : progrès sur l'économie, l'investissement, les libertés individuelles, **mais** régressions, politique enseignement, justice. Grande crise d'identité : on se rapproche de l'Europe par le mode de vie, **mais** on perd nos valeurs de base : grands parents en foyer pour vieux, petits élevés par des tiers, délinquance, divorces... (Maroc)

KEY FACT

L'émergence du désir de réalisation individuelle de soi

OBJECTIF – NIVEAU 2

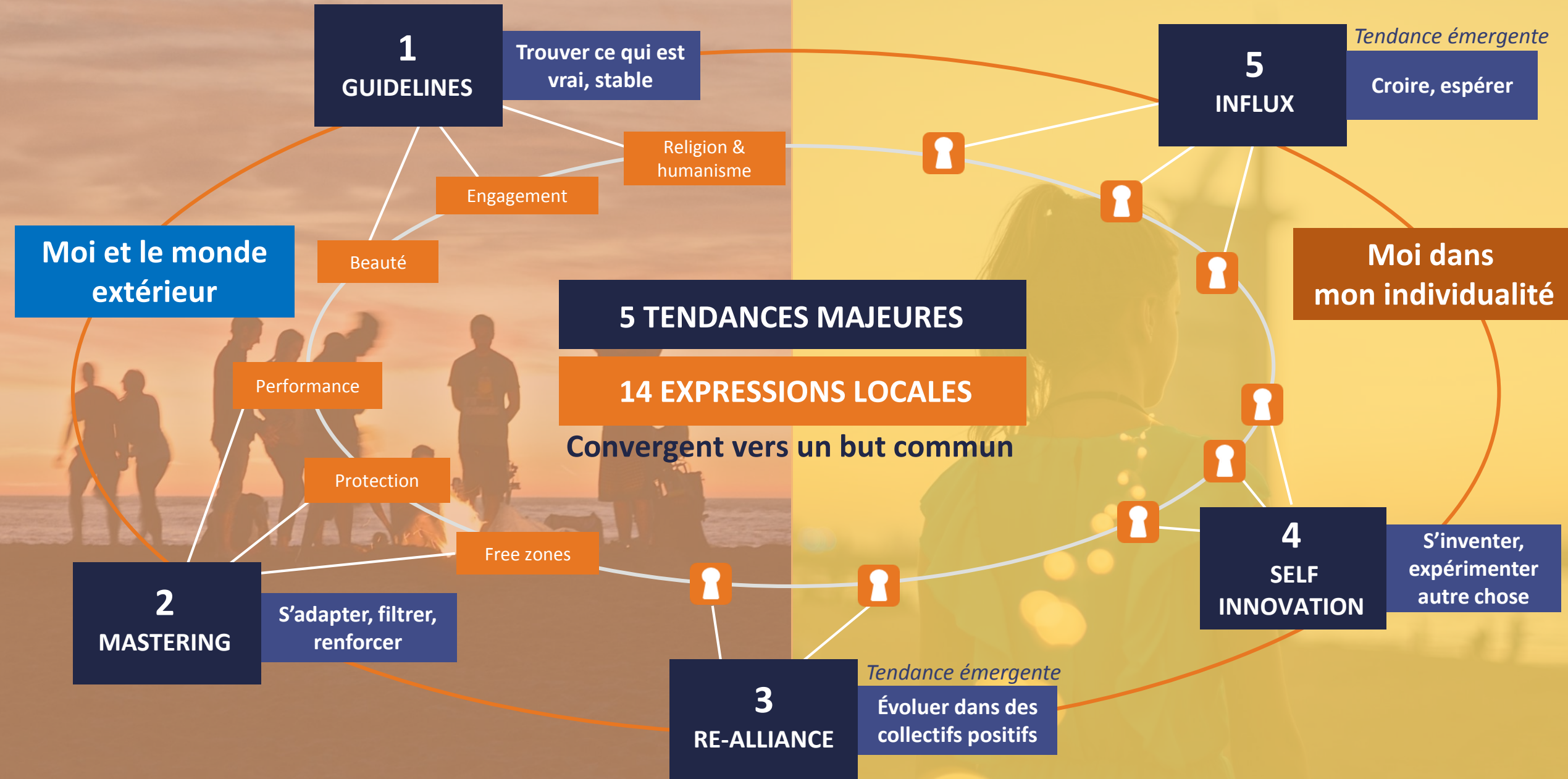
Trouver une dynamique positive pour soi, souvent en s'inspirant d'un ailleurs qui amène la nouveauté

OBJECTIF – NIVEAU 2

... sans se perdre ou perdre son âme



Key output : Trends wheel au MENA, une cartographie des tendances clés actives



Deux groupes de pays émergent, qui vont activer ces tendances
avec des expressions parfois spécifiques



Volonté d'être guidé par des **autorités supérieures**
Loyauté rémanente envers le **collectif**, sa famille, son pays

Individué, ne compter que sur moi
Être fidèle à soi, étranger dans son pays



Devoir d'effort, mérite, persévérance, renouveau :
« Espérer la synthèse Western/mon pays »

Importance d'être/de rester soi, intériorité, escape
« Réaliser sa synthèse à l'intérieur »



PREVIEW

1.

GUIDELINES



Trouver ce qui est
vrai et stable

Face à l'instabilité des repères / au « mensonge »

Violences mondiale, locales

Critique des élites et des gouvernements

La perte de certains repères plus traditionnels

1. GUIDELINES

Trouver ce qui est vrai, stable



RELIGION
&
HUMANISME



BEAUTÉ

ENGAGEMENT

1.1 / Religion et humanisme

S'APPUYER SUR DES VALEURS UNIVERSELLES POSITIVES

Pour un meilleur vivre ensemble



Partage et de solidarité, respect, tolérance

« Unis, nous tenons debout, désunis nous tombons. »
(KSA)

L'humanité, ceux qui utilisent leur argent pour faire quelque chose. (Algérie)

Gandhi, m'inspire beaucoup et les psy qui ont marqué l'humanité. (Maroc)

I believe in **equality** and **a better life for all living things**. My inspirations are **Audre Lorde**, **Peter Singer**... All of these people made me **a better human being who is more respectful to others**. (Turkey)



Audre Lorde (femme de lettres et poétesse américaine noire, militante féministe, lesbienne, engagée contre le racisme)

Questionner, dénoncer ce qui génère la violence



Anes Tina et DZ joker : deux YouTubeurs très critiques à l'égard du gouvernement et des acteurs du pouvoir en Algérie



Telquel : magazine marocain progressiste, qui pose des questions et critique

Comment oser être musulman et coller ses sœurs, dénigrer les enfants, les personnes âgées? On se dit algérien avec une mentalité d'européen, musulman tout en harcelant... (Algérie)





PREVIEW

2.

MASTERING



S'adapter, filtrer,
renforcer

Face à un environnement menaçant et anxiogène

+

Une instabilité économique et
menace géopolitique

Les agressions externes au quotidien :
harcèlement, insécurité

Le regard jugeant des autres, la censure

2.MASTERING

S'adapter, filtrer, renforcer

Being tough, vigilant and smart to resist





**LA PRESSION EST TRÈS FORTE : IL FAUT S'EN SORTIR ET ÉVITER LA « HCHOUMA » (HONTE),
À FORCE D'EFFORTS ET DE VOLONTÉ PERSONNELLE**

Un code de conduite : méritant, irréprochable

Family and my career that's all what is important in my life and I'm aiming just to be such a successful woman first to be satisfied with myself and reach my dream and to satisfy my family and make them proud of their heir. (Egypt)

J'ai changé mon comportement l'année dernière je n'avais pas eu de très bonne notes et je parlais beaucoup avec mes copines, mais j'ai repris le sport, maintenant je mange mieux et je travaille plus, pour ma mère, je lui dois ça. (Maroc)

Je tiens bon, je m'améliore, je ne lâche pas : je me lève tôt, je file en cours, puis au travail, il ne me reste plus bcp pour avoir mon diplôme et rendre mes parents fiers. (Algérie)



Il s'agit de mon animal préféré, que je trouve beau (oui c'est assez atypique) mais au-delà, il représente pour moi la persévérance, le sérieux, la patience, l'endurance, etc. (Maroc)

Améliorer l'hygiène de vie

I avoided smoking. I'm no longer drinking alcohol as it was affecting my mental health and this was unacceptable for me to be proceeding with my health on a negative way. (Egypt)

J'essaie de ne pas veiller et dormir tôt, manger sain et faire du sport. (KSA)

I started consuming less alcohol and spending less time outside due to lack of time. I investigate its effects on my body and my brain + the after effect of the alcohol was not pleasant. (Turkey)



3.

REALLIANCE

+

Mes collectifs
positifs



© Lalla Essaydi



4. SELF INNOVATION

— + —
S'inventer,
expérimenter du
nouveau



5 .

INFLUX

+

Croire, espérer



Conclusion &
Perspectives

—+—
NÉO-ORIENTALITÉ

Photo de Timurtaş Onan, prise dans la rue d'Istiklâl (Turquie), 12 mars 2016

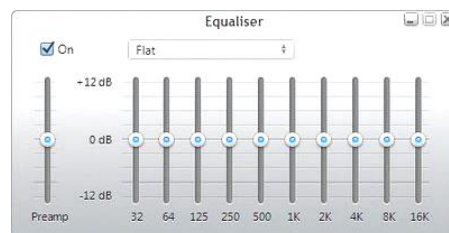
Une « **néo-orientalité** » qui s'exprime dans 3 sphères de consommation

Un pôle central

La jeunesse mondiale

Mon pays

Choix d'un collectif
de référence



Choix d'une posture
individuelle

Entrepreneur et successful

Unique et humain

Un pôle naissant

Un pôle émergent

Marques : key insights



QUELS DRIVERS SONT CLÉS POUR LE POSITIONNEMENT DES MARQUES DANS LA ZONE MENA ?

Une série d'insights / de *thoughts starters* éclairants pour vos marques

Optimiser le mix

Innover

Rénover

Communiquer

S'interroger...

Opportunité / opportunisme : le biais du regard occidental ?



+TRENDS OBS

— MEN  2018 —

€ 22 500 H.T

- Résultats complets : en anglais / en français
- Présentation orale : en anglais / en français



Thibaut Nguyen
*Directeur du Département
Trends & Prospective*

✉ Thibaut.nguyen@ipsos.com

☎ +33 (0)1 41 98 95 73



Doan Pham
*Directrice Adjointe du Département
Trends & Prospective*

✉ Doan-anh.pham@ipsos.com

☎ +33 (0)1 41 98 91 80



Mare Navarro
*Directrice de Département
Ipsos UU (Division Qualitative)*

✉ Mare.navarro@ipsos.com

☎ +33 (0)1 41 98 97 36