



L'agence

NellyRodi est une agence de conseil en Intelligence Business et Créative.

Basée à Paris, Tokyo et New-York, elle est un référent mondial de la prospective appliquée aux industries et aux services.

Notre métier, basé sur la compréhension des nouveaux standards de consommation et des nouveaux usages, est d'accompagner les marques, les fonds d'investissements et les institutions sur leurs leviers de désirabilité et de performance.

« Chers designers : c'est la dimension humaine qui nous sauvera »

Telle est la conclusion de notre tête à tête avec Vincent Grégoire, chasseur de tendances de l'agence Nelly Rodi, lors de son passage au cœur de la cité ardente où il est venu animer [une conférence sur les tendances](#) dans le cadre de la Summerschool de Plug-R, le hub créatif de Liège.

INNOVATION



Loïc Winckelmans
- Retviews



Clean Fish



Julia Faure -
Loom



Adrien Deslous
Paoli - De
Rigueur



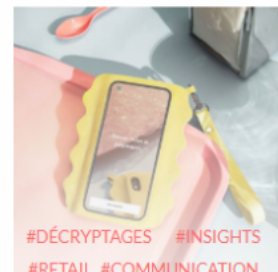
Célia Poncelin -
Heuritech



No-Screen
Business



Blockchain, le
game changer du
retail



Buy now, pay later

« Le designer qui s'en sortira, est celui qui y mettra du cœur ». Voilà ce que nous affirme haut et fort le tendanceur clair voyant. Entouré de sociologues, de tendanceurs, marketeurs et autres scruteurs de signaux faibles, Vincent Grégoire met un point d'honneur à nous rappeler à quel point l'humain à un rôle clé à jouer dans cette transition.

Nous avons demandé à ce tendanceur de Nelly Rodi, quel conseil apporter aux designers. Cette entrevue nous a permis de décoder ensemble, le designer du futur. Séquence émotion inattendue.

[NellyRodi](#), agence de conseil en Intelligence Business & Créative basée à Paris, Tokyo et New-York, est un référent mondial de la prospective appliquée aux industries et aux services.

Dans une société de plus en plus tournée vers la réussite financière, l'appât du gain, le « bankable », le designer a une carte essentielle à jouer dans l'équation : mettre du cœur dans sa création.

Car tout le monde adore la surprise, l'objet disruptif, celui qui va nous déranger et nous interpeller.

« Les plus grands noms restent, à travers le temps, les perturbateurs, les déclencheurs de surprises, les inattendus. Car tout le monde adore la

surprise, l'objet disruptif, celui qui va nous déranger et nous interpeller. Tous les signes captés par les yeux font directement écho à une émotion. Créer le signal inconnu qui va neurologiquement faire sens. Et là, c'est gagné!»

Zoom sur l'humanité du designer- son écoute -son état d'esprit.

« Être capable de créer une complicité avec son client : cela jamais une machine ne le fera. Être à l'écoute, jouer avec son brief, respecter le cadre et s'imposer les limites de la ligne éditorial, jongler avec les codes. Plus il y a de contraintes, plus le challenge est passionnant. »

Seules les sociétés ayant fait appel à un designer ont une chance de s'en sortir.

Tellement de masse, tellement d'évolution, tellement de mondialisation des informations. Il est essentiel de savoir qui on est pour savoir où on va.

Et si la Wallonie avait une carte à jouer durant cette période morose ? Si la tendance belge « d'y mettre du cœur » était une possibilité d'excellence sur le marché ? Car une chose est sûre en Wallonie, nous du cœur à l'ouvrage, on en déborde.

Article rédigé avec le soutien du Fonds européen de développement régional.



L'UNION EUROPÉENNE ET LA WALLONIE
INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR