

## En 2010, Ipsos lance la troisième vague des 4500™, l'Observatoire des modes de vie et de consommation des Français

Lancé en 2006, l'Observatoire des 4500 présente un vaste panorama de la société française. Depuis la précédente vague en 2008, l'actualité a été marquée par une crise économique sans précédent. Parallèlement, d'autres questions ont pris une place prépondérante (développement durable, web 2.0., convergence des générations...).

La vague 2010 permettra de faire un état des lieux complet : l'état d'esprit, les valeurs, les modes de consommation ont-ils durablement été impactés ? Les consommateurs ont-ils le sentiment que la France est en train de sortir de cette crise ? De leur côté, comment les décideurs et les marques peuvent-ils rester au plus près des aspirations des Français ?

**Les 4500™ vous apportent un éclairage sur les modes de vie et de consommation des Français grâce à une analyse par étapes de vie**

**Les atouts de l'étude :**

■ **La puissance d'un échantillon de 4500 individus** (âgés de 15 ans et plus, représentatifs de la société française).

Grâce à la solidité de son échantillon, l'étude permet une lecture fine des problématiques de société et de consommation :

- Sur 9 étapes de vie : du lycée à la retraite en passant par l'université, la vie active, l'arrivée des enfants, leur départ de la maison, etc.,
- Sur toutes les générations, des adolescents aux retraités,
- Sur des sous-populations spécifiques (actifs, femmes, mères d'enfants en bas âge, clients des grands magasins, retraités, consommateurs de produits bios, internautes...),
- Sur de nombreux secteurs (banque, assurance, alimentation, nouvelles technologies, beauté, mode, etc...).

■ **Une analyse des évolutions depuis 4 ans**

La vague de 2010 reprendra de nombreux indicateurs analysés en 2006 et 2008 afin de mesurer les évolutions dans les valeurs, les modes de vie et la consommation des Français.

■ **Un outil souple et opérationnel**

La base de données collectée offre une grande souplesse dans le rendu des résultats. Il est possible d'avoir accès à :

- Un rapport standard sur les évolutions des tendances en France,
- Des rapports personnalisés en fonction de vos intérêts incluant des questions spécifiques.