



Détection des tendances : repérez les signaux du marché

08 juillet 2026, 09:00

Pascal Pollet

Repérer rapidement les changements de tendance permet d'identifier de nouvelles opportunités de marché avant vos concurrents

Les entreprises suivent les tendances afin de repérer de nouvelles opportunités et d'adapter leur stratégie. Pourtant, le véritable avantage concurrentiel réside rarement dans le fait de suivre une tendance. Il résulte de la capacité à repérer très tôt les changements qui s'opèrent au sein de cette tendance. Ces premiers signaux sont souvent discrets et passent inaperçus, mais ils peuvent annoncer un bouleversement profond du marché.

«?The truly important events on the outside are not the trends. They are changes in the trends.?»

- Peter Drucker

Les premiers signaux apparaissent aux marges du marché

La plupart des entreprises concentrent leur attention sur leur marché principal. Rien de plus normal. C'est sur ce marché que se trouvent les principaux clients, les applications les plus courantes et la plus grande partie du chiffre d'affaires. Paradoxalement, c'est aussi là que les nouvelles évolutions sont souvent les plus difficiles à percevoir.

Les changements surviennent généralement d'abord dans les segments extrêmes d'un marché?: les produits les plus grands ou les plus petits, les clients les plus exigeants, les applications particulières ou les marchés de niche.

Pourquoi?? Parce que la moindre évolution y a un impact beaucoup plus important qu'au cœur du marché. Les changements deviennent ainsi visibles aux marges, bien avant de gagner le marché dans son ensemble.

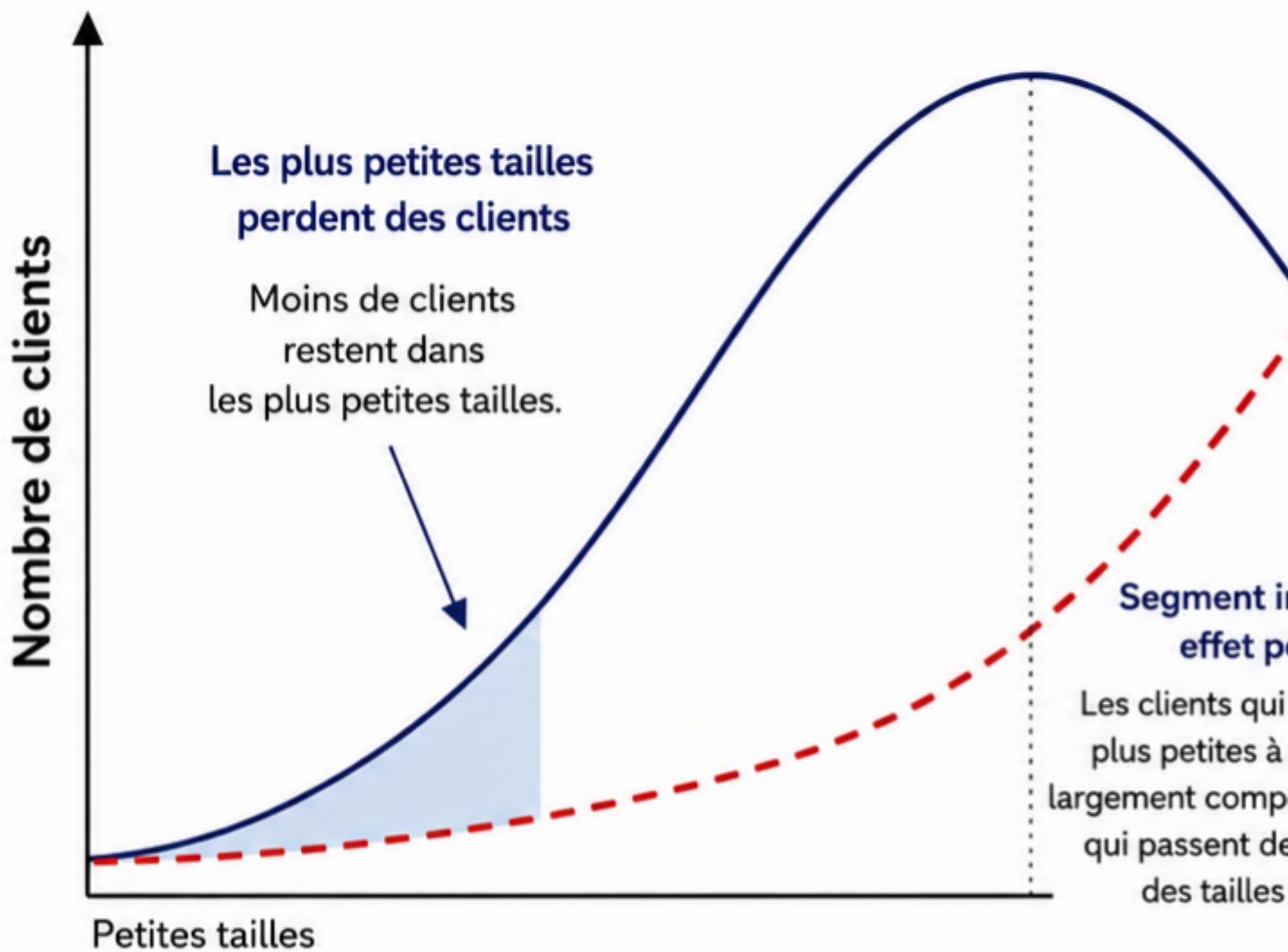
Trois exemples concrets

Le secteur de l'habillement illustre bien ce mécanisme. Avec l'augmentation du surpoids, la demande de vêtements grandes tailles progresse. Dans le segment intermédiaire, cette évolution reste longtemps peu visible, car les clients se reportent simplement sur une taille supérieure. Aux extrêmes, ce mécanisme de compensation joue beaucoup moins. Les plus petites tailles perdent des clients, tandis que les plus grandes enregistrent une croissance plus rapide. C'est précisément là que les premiers signaux apparaissent.

Pourquoi les changements sont

Exemple : le déplacement vers

— Ancienne situation



Diminution dans les plus petites tailles
(premier effet visible de la tendance)

Tailles (les plu

Taille de vêtement (c

Le changement climatique suit le même schéma. Une légère augmentation de la température moyenne entraîne une hausse beaucoup plus nette de la fréquence des phénomènes météorologiques extrêmes, tels que les vagues de chaleur, les épisodes de sécheresse et les inondations. Les fabricants de systèmes de climatisation ou de solutions d'irrigation constatent ainsi souvent une hausse de la demande plus rapide que ne le laisserait supposer l'évolution moyenne du climat.

Il en va de même du vieillissement de la population. L'allongement de l'espérance de vie entraîne non seulement une augmentation du nombre de personnes âgées, mais surtout une forte croissance du nombre de centenaires. De nouveaux marchés émergent ainsi pour les produits et services destinés aux personnes très âgées?: soins à domicile, aides à la mobilité, logements adaptés, télésurveillance et soutien aux aidants proches.

Pour les entreprises en quête de nouvelles opportunités, ces segments extrêmes présentent un intérêt particulier. C'est précisément parce qu'ils réagissent plus fortement aux évolutions sous-jacentes que les marchés de croissance de demain se dessinent souvent dans ces segments.

Les petits signaux annoncent souvent de grands changements

Les premiers signaux paraissent souvent insignifiants, car ils ne sont perceptibles qu'auprès d'un groupe restreint de clients. Ils peuvent pourtant révéler une évolution profonde du marché. Les organisations qui les détectent suffisamment tôt peuvent investir avant que le marché dans son ensemble ne suive le mouvement. Elles se donnent ainsi les moyens de développer en temps utile de nouveaux produits, services ou modèles économiques.

Croissance et risque vont de pair

Les segments extrêmes d'un marché réagissent non seulement plus rapidement à la croissance, mais aussi aux inversions de tendance. Lorsqu'une tendance s'accélère, ces segments affichent souvent une croissance plus rapide que le reste du marché. Lorsque la tendance s'inverse, ils en subissent également les effets de manière plus marquée. Les entreprises fortement dépendantes d'un marché de niche ont donc tout intérêt à suivre en permanence les tendances sous-jacentes. En effet, une position solide aujourd'hui ne constitue aucune garantie pour demain.

Vos propres données contiennent souvent les premiers signaux

Mais comment repérer ces signaux?? Les rapports externes sur les tendances ne sont pas toujours indispensables. Les premiers indices se trouvent souvent déjà dans les données de votre propre organisation. Les chiffres de vente, les demandes de devis, les demandes d'assistance, les configurations et les données d'utilisation contiennent de précieuses informations sur l'évolution des besoins du marché.

Le défi consiste non seulement à analyser les moyennes ou les volumes globaux, mais surtout à observer ce qui se passe aux marges du marché. Posez-vous par exemple les questions suivantes

?:

- Quelles variantes de produits connaissent une croissance inattendue??
- Quelles demandes inhabituelles de vos clients reviennent de plus en plus souvent??
- Quelles applications apparaissent soudainement dans de nouveaux secteurs??

Dans la littérature consacrée à la prospective, ces premiers indices sont souvent appelés «? signaux faibles?». Il s'agit de changements discrets, souvent à peine perceptibles, qui peuvent annoncer les évolutions futures du marché.

En suivant systématiquement ces signaux, vous pouvez identifier de nouvelles opportunités avant qu'elles ne deviennent visibles pour le marché dans son ensemble.

Des données à l'innovation stratégique

Les signaux de demain sont souvent déjà présents dans les données d'aujourd'hui. Ce qui distingue un leader d'un suiveur n'est pas sa capacité à repérer une tendance, mais sa capacité à être le premier à détecter le changement qui s'opère au sein de cette tendance. Les organisations qui analysent systématiquement ces signaux se dotent d'une base plus solide pour innover et soutenir une croissance durable.

Faites des tendances un avantage stratégique

Vous souhaitez découvrir quels signaux faibles présents sur votre marché annoncent les évolutions de demain?? Les experts de Sirris vous aident à transformer les tendances, les données et la prospective en opportunités d'innovation concrètes et en analyses stratégiques.

[Parlez à notre expert](#)

Auteurs



Pascal Pollet