



Communiqué de presse – 19 avril 2017

L'Association Française du Marketing au Printemps Des Etudes 2017

Cette année encore l'afm est partenaire du Printemps Des Etudes et apporte le point de vue des chercheurs à ceux des associations de professionnels des études marketing. Elle sera également présente sur le stand des associations professionnelles pour rencontrer exposants et visiteurs et permettre à certains de ses membres de présenter leurs ouvrages (stand 37).

Les enjeux de la blockchain

L'afm participe le 21 avril à 15h15 à la conférence organisée par les associations professionnelles sur le thème « **La blockchain ou comment déverrouiller les craintes ?** ». En effet, si les technologies digitales permettent de stocker une quantité considérable d'informations sur les clients, l'utilisation de ces dernières est loin de faire consensus. Les blockchains permettent de mettre en commun des blocs d'informations non-modifiables entre entreprises via des plateformes. Elles ouvrent donc la voie à de nombreuses collaborations marketing entre entreprises, mais posent également la question du rôle du marketing dans cette intégration des données. Le marketing doit alors garantir la véracité de l'information, chasser les *fake news* ou encore détecter les contre-façons au sein de ces nouveaux systèmes intégrés.

Gagner en temps et en agilité pour innover

L'afm se distingue aussi par une prise de parole d'un de ses membres enseignants-chercheurs en conclusion d'une conférence *Témoignages et Retours d'expériences*. Cette année, c'est Maud Dampérat, maître de conférences HDR à l'Institut Polytechnique de Grenoble, qui conclura la conférence le 21 avril à 14h : « **Le process innovation et créativité : études et digital, hybridation des savoir-faire... pour gagner en temps et en agilité** » à partir de son article paru dans Recherche et Applications en Marketing en 2016 intitulé « *La créativité des équipes: l'efficacité créative personnelle et collective et leurs déterminants* » et co écrit avec Florence Jeannot, Eline Jongmans, Alain Jolibert.

Le Printemps Des Etudes

Créé à l'initiative de la filière Communication, Marketing, Opinion, le Printemps Des Etudes est un événement qui répond aux vœux des différents acteurs en combinant exposition, conférences, rendez-vous, témoignages et retours d'expérience et flash benchmark, à fort contenu intellectuel. Conçu à partir des attentes de ces acteurs, le Printemps des études est le Rendez-vous annuel à ne pas manquer ! Il réunira cette année, pour sa 6ème édition, 130 sociétés actrices de la filière, 221 orateurs et plus de 80 conférences seront proposées sur deux jours. Depuis 2015, l'afm participe au côté des autres associations professionnelles de la filière Etudes, à savoir le Syntec, Esomar, le CESP, l'Adetem, l'UDA et l'IREP au comité de programme qui a pour objectif de construire le programme des conférences et événements durant les deux jours.

L'association française du marketing (afm), rassemble près de **600 adhérents** individuels et institutionnels : enseignants-chercheurs, doctorants d'enseignement supérieur, écoles et universités, et professionnels du marketing. Sa mission consiste depuis plus de trente ans, à **stimuler, diffuser et valoriser le savoir scientifique en marketing**.

Contact presse afm : Delphine Fauconnier Tél. 06 98 06 15 13

contact@afm-marketing.org

Afm – association française du marketing - c/o ESCP Europe
79 avenue de la République – 75543 Paris Cedex 11 - www.afm-marketing.org

