



Le 23 mars 2018
Communiqué de presse

Le Digital s'empare du Printemps des études



Printemps des études les 5 et 6 avril prochains au Palais Brongniart à Paris. Ces rencontres professionnelles du marketing et de la communication dresseront un panorama complet de toutes les tendances et innovations de l'année. Le digital, devenu le cœur des enjeux stratégiques des entreprises, prédomine dans les 77 conférences de cette 7ème session.

1. Le digital à l'assaut de la publicité

Alors que la télévision détenait depuis des décennies la plus grosse part du marché publicitaire, elle est détrônée en 2017 par la publicité numérique qui représente 41% des parts contre 35,1% pour le petit écran*. Cette croissance du marché est tirée par la publicité sur internet. En effet, celle-ci a augmenté de +12% par rapport à 2016 (et de +8% par rapport à 2015)**. Cette suprématie est confirmée par le baromètre dévoilé ce mois-ci par France Pub, Irep et Kantar Media : les recettes du marché publicitaire, qui connaissent une hausse de 1.2% en 2017, doivent largement leur progression à celles générées par la publicité en ligne. Grâce aux études marketing, les annonceurs peuvent faire un meilleur ciblage pour rentabiliser leurs achats d'espaces publicitaires. L'institut GfK fera un point sur les outils qui permettent de récolter des informations concernant les internautes afin d'optimiser la publicité en ligne :

→ **Agilité, rapidité, test en conditions réelles : les 3 clefs pour améliorer votre efficacité pub digitale, le 5 avril à 12h par B. Botton, Directeur Général, F. Bonhomme, Directrice Expertise Digital Media et M. Saint-Laurent, Responsable MarComms de GfK.**

*Source : article, *Le Monde* du mardi 30 janvier 2018

**Source : BUMP – *Le marché publicitaire français en 2017*, mars 2018

2. Le digital pour mieux connaître le consommateur

L'explosion du digital a permis de générer des quantités d'informations importantes sur le consommateur concernant ses habitudes, ses intérêts..., une pépite pour les professionnels du marketing ! Les instituts d'études proposent de nombreux outils pour obtenir des informations fiables sur le consommateur. Les algorithmes, de plus en plus performants, permettent de croiser les données et d'anticiper les réactions. Plusieurs prises de parole, au Printemps des études 2018, présenteront leurs méthodes pour récupérer des informations fiables concernant le consommateur :

- **Beatery: suivez en temps réel le comportement de vos cibles sur internet**, le 5 avril à 14h30 par F. Erner, Chief Innovation Officer et O. Dolay, Managing Director France de Respondi ;
- **Les Chatbots : Quelle place dans les études ? La vision d'Audirep. Pause-Café**, le 6 avril à 10h par L. Hua, Directrice Marketing et Développement et C. Pouget, Chef de Groupe d'Audirep ;
- **Le Digital augmenté ou comment l'interrogation classique (questioning) permet d'enrichir l'observation de l'écosystème digital (listening)**, le 6 avril à 12h par M. Jeanson, Lead Consultant FMCG, L. Duchier, Lead Consultant Services, N. Vidor, Partner et J. Picard, Lead Consultant Digital de June Marketing.

Le digital a permis de suivre le consommateur dans son parcours client. Le phénomène s'est amplifié et n'a cessé de se perfectionner. De nombreux Rendez-Vous abordent ce thème, entre autres :

- **Comment le digital tracking peut-il enrichir les parcours clients ?** le 5 avril à 14h par M. Lhoir, Directeur du Département Télécoms, Média, Technologies & Entertainment et H. Le Fur, Directeur Solutions & Innovation d'Harris Interactive ;
- **Allez plus loin dans l'optimisation de vos parcours clients omnicanaux grâce à la brique Social Media**, le 6/04 à 10h45 par M. Rousset, Consultant Social Media et L. Lagrevol, Directeur Général d'Enov.

3. Les influenceurs, une communauté à fort potentiel

Aujourd'hui, les influenceurs 2.0 ont à leur disposition des outils digitaux de diffusion de masse, que sont les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, etc.). Ces outils changent radicalement la donne et leur permettent de construire une communauté autour d'un même centre d'intérêt. Avec une telle opportunité, les entreprises peuvent développer un marketing d'influence dans lequel les influenceurs jouent un rôle qui peut aller jusqu'à la co-création avec les marques. Cette thématique sera abordée lors d'un Atelier Flash Benchmark pour aider à mieux comprendre et à travailler cette communauté :

- **Atelier Flash Benchmark : Les communautés d'influenceurs : quoi et pour quoi faire ?** le 5 avril à 16h par D. Duran-Leseq, Présidente Club Innovation Adetem et Consultante senior en Insights, Stratégie et Innovation avec F. Hussenot, Fondatrice-Dirigeante d'Adwise, A. Oualid, Directrice Social Media Research et A. Coulombeix, Directrice Générale Adjointe d'OpinionWay, S. Plasseraud, Présidente et Fondatrice de We Are Social France.

Pour toute demande d'interview ou d'accréditation, contactez le service presse.

En savoir plus sur le Printemps des études

Le Printemps des études, Rencontres professionnelles Research / Data / Insights, né sous l'impulsion du collectif Re-Création, est devenu en quelques années la référence française et européenne de la filière études. Proposant, en un seul lieu, une offre complète et diversifiée, associée à un contenu de qualité, le Printemps des études rassemble tous les ans plusieurs milliers de visiteurs, professionnels des études et du marketing et dirigeants d'entreprise.

Le Printemps des études est organisé par la société Empresarial.

Pour en savoir plus : www.printemps-etudes.com / [@PrintempsEtudes](https://www.facebook.com/PrintempsEtudes) / Facebook Printempsdesetudes

Contact Service Presse

Nabila Kifouche, Responsable Relations Presse

n.kifouche@empresarial.fr – 09 81 93 59 40

Contact Printemps des études

Stéphanie PERRIN, Directrice d'Empresarial et Commissaire Général du Printemps des études

st.perrin@empresarial.fr – 09 81 93 59 40 – 06 61 81 38 82