

Les études, pour une data toujours plus pertinente

Rencontres Professionnelles Research / Data / Insights

20 et 21 avril 2017 au Palais Brongniart à Paris



La filière marketing, communication et opinion est en pleine mutation. Data, digital, brand content... autant de thématiques qui sont au cœur de son évolution et qui l'incitent à réinventer ses pratiques et son métier. Le Printemps des études fait le point sur les nouveaux défis pour le secteur les 20 et 21 avril prochains, avec pour premier focus sur la data : comment encadrer et structurer ses approches et ses usages pratiques ?

Data et études, je t'aime moi non plus ?

Avec l'inflation de la data, les atouts des instituts d'études se font plus saillants : conseil à forte valeur ajoutée, benchmark pointu, neutralité et forte déontologie. Pour nourrir leur expertise, les études intègrent de nouveaux talents, et vont même jusqu'à une hybridation des savoir-faire qui permet aux instituts d'organiser méthodologies et contenus autour de nouvelles compétences et des nouveaux enjeux pour les marques.

La data fait partie intégrante de ces territoires à investir ou réinvestir. L'objectif est alors pour les instituts d'études, non seulement de collecter les données, mais aussi de les trier et de guider son client dans cette infobésité. En effet, si l'open data et la data permettent d'enrichir l'analyse, il est nécessaire de faire converger les données accessibles facilement et les données issues du déclaratif afin de saisir le décalage possible entre le comportement du consommateur et la représentation qu'il en a : c'est ici qu'intervient l'expertise la plus pointue de l'institut d'études. Lors d'un Atelier Flash Benchmark, les instituts CSA, OpinionWay et Respondi exposeront leurs pratiques en la matière :

> La convergence de la donnée : mesure active et mesure passive (récupération, intégration multi-sources, traitement et analyse)

Jeudi 20 avril à 16h00 animé par R. Rivart, Directeur Technique de l'Alliance Big Data, avec J.-N. Zeh, Data Chief Officer de CSA, P. Le Magueresse, Directeur Général Adjoint d'OpinionWay, B. Simmenauer, Chief Consulting Officer de Respondi.

Une nécessaire protection des données personnelles...

La facilité d'accès et de stockage de la data, par ailleurs de plus en plus protéiforme (open data, cloud, données clients, weblisting, prolifération des objets connectés...) a fait entrer la collecte des données dans une nouvelle dimension : la collecte de masse. Cela oblige à plus de vigilance de la part du public et des autorités et incite les professionnels à réglementer encore plus leurs pratiques, notamment en matière de protection des données personnelles.

Dans un contexte où la signature d'un décret par le nouveau président des États-Unis affaiblit la protection des données des internautes européens, données qui sont stockées aux États-Unis, et à moins d'un an de l'entrée en vigueur de la nouvelle réglementation européenne, Esomar, qui a participé aux débats au sein des communautés européennes, reviendra sur les règles à mettre en place et les points de vigilance, tant côté institut que côté annonceur, pour être en conformité avec la directive.

- > **Le nouveau règlement européen sur les données personnelles**
Par Esomar vendredi 21 avril à 11h00

...qui s'inscrit dans un contexte éthique renforcé

Dès 1948, le secteur marketing, communication et opinion, déjà précurseur en matière d'encadrement éthique, adopte le principe d'autorégulation. Sans attendre les problématiques que la data soulève, la profession s'organise et adopte un code éthique. Lors du Printemps des études, Esomar en présentera la toute nouvelle version, travaillée avec la Chambre de Commerce Internationale. Le code permet aux professionnels du secteur de respecter leurs obligations vis-à-vis des clients, du public et de la profession.

- > **Le nouveau code éthique CCI/Esomar : Quelles opportunités pour vos futurs projets d'études et de recherches ?**
Par Esomar jeudi 20 avril à 8h30

Le Printemps des études : 20 et 21 avril prochains au Palais Brongniart à Paris !

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 / Facebook Printempsdesetudes

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

Contact Presse

Mathilde DESCOTES-GENON, Attachée de presse
m.descotes-genon@empresarial.fr – 09 81 94 59 40 – 06 99 49 87 25