



## **ITWP annonce un développement important du Consortium Insights on Demand qui accueille de nouveaux membres des sociétés Nike, Amazon, Sony, Pepsi, Nordstrom, Mindshare et d'autres encore.**

### **Plus de 40 sociétés parmi les marques et agences digitales les plus emblématiques au monde ont rejoint le consortium**

**Paris, le 26 avril 2018** – ITWP, société mère des entreprises Toluna et Harris Interactive Europe, annonce aujourd'hui un développement important et une forte dynamique au sein du Consortium Insights on Demand, créé en janvier 2018 pour transformer le secteur des études de marché. Des professionnels des études et du marketing représentant certaines des marques les plus reconnues dans le monde, de divers secteurs et zones géographiques, ont rejoint le consortium depuis sa création.

La mission principale du consortium, qui consiste à faire évoluer, affiner et promouvoir de nouvelles façons de comprendre les consommateurs, a suscité un vif intérêt, car les études de marché se situent à un tournant décisif.

Depuis sa création, le consortium s'est rapidement développé pour inclure des marques et des agences : Abbott, Amazon, Audible, Clorox, Estee Lauder, GlaxoSmithKline, Heineken, L'Oréal, Masterclass, Mindshare, Mintel, McMillan, Morgan Stanley, Nature's Way, Nestlé, Nike, Nordstrom, Pepsi, Procter & Gamble, Purina, la Banque Royale d'Écosse, Schroders, Simmons, Sky, Sony, Tetra Pak, Groupe W2O, et plus encore. Une liste des membres actuels est disponible ici

<https://www.insightsondemand.org/consortium-members/>.

« *En tant que professionnels des études travaillant dans une économie digitale qui évolue rapidement, nous faisons face à de nombreux défis – de la mesure du ROI des études, à la génération d'informations exploitables grâce à la donnée. Le concept d'Insights on Demand et la possibilité de collaborer avec des pairs pour avancer ensemble dans le monde des insights consommateurs sont fascinants. Notre objectif est de mettre au jour les meilleures pratiques qui nous aident à progresser individuellement ainsi que l'industrie toute entière* », a déclaré Terence Jacinto, Directeur Etudes Marketing chez Sony Electronics North America - Stratégie Marketing et Innovation.



Le consortium a tenu sa première réunion officielle le 1er mars pour établir des objectifs et partager entre membres des opinions, des expériences et des défis. Le PDG du Groupe ITWP, Frédéric-Charles Petit, a présenté la vision du consortium à plus de 30 membres présents. Mark Uttley, Directeur de la Stratégie Groupe d'AKQA, a ensuite présenté quatre principaux sujets de discussion sur lesquels le groupe se concentrera :

- **Agilité et rapidité** : aujourd'hui, les entreprises s'orientent de plus en plus vers une approche "test & learn" rapide et itérative. Les méthodes d'études traditionnelles sont souvent trop lentes pour la réalité du marché actuel. L'industrie doit devenir plus agile, itérative et flexible lorsqu'il s'agit de la perception des consommateurs.
- **Big Data & Data Science** : certains se demandent si le Big Data et la Data Science vont rendre les études de marché obsolètes ou être à l'origine d'un renouveau pour l'industrie. Le secteur des études peut apprendre beaucoup du monde du Big Data, comme ce à quoi doit ressembler le responsable études du futur.
- **Étude de marché vs Expérience client** : comprendre l'expérience client dans sa globalité est plus important que jamais. L'industrie des études de marché doit s'adapter car la collecte de données sur l'expérience client devient partie prenante de nombreux rôles et fonctions dans l'entreprise, pas seulement celui des équipes études.
- **Automatisation** : les outils d'enquêtes sont de plus en plus automatisés. L'industrie des études de marché a de nombreuses opportunités pour s'adapter à un monde où les clients veulent, de plus en plus, des services de data et d'insights automatisés et à la demande.

Le groupe a exploré et discuté en profondeur de ces sujets lors du dîner de lancement officiel du consortium, le 28 mars à Londres.

*"Chaque industrie est confrontée à la force disruptive de l'innovation, il n'est donc pas surprenant - en particulier à une époque de progrès technologique intense - que les études de marché subissent une cadence de changement rapide", a déclaré Mark Uttley, Directeur Stratégie Groupe chez AKQA. "L'agilité, le Big Data, l'expérience client et l'automatisation sont tous d'importants facteurs moteurs de ce changement dans les études de marché. C'est passionnant de faire partie d'un groupe déterminé à explorer les moyens de s'adapter à ces nouvelles réalités du marché".*



Commentant la forte dynamique du consortium, Frédéric-Charles Petit, PDG du Groupe ITWP, a déclaré : *“L’intérêt et la participation au consortium ont été jusqu’ici extrêmement importants. Notre première réunion a été un grand succès avec beaucoup d’énergie positive et de camaraderie parmi les membres. Je vois beaucoup de pistes à explorer alors que nous travaillons pour adresser les problématiques qui aideront à façonner l’avenir de la connaissance consommateurs et des études de marché afin que cela profite aux membres de ce groupe et à l’industrie dans son ensemble.”*

Si vous souhaitez en savoir plus sur Insights on Demand, contactez [info@insightsondemand.org](mailto:info@insightsondemand.org).

### **A propos d’Insights on Demand™**

Insights on Demand™ est une nouvelle approche de la collecte d’insights basée sur le besoin des entreprises de disposer de solutions entièrement intégrées pour comprendre les envies des consommateurs en constante mutation. Cette vision démocratisée des études de marché rend les insights consommateurs accessibles et réalisables par tous les professionnels et les entreprises de toutes tailles. Insights on Demand promeut l’intégration étroite de la technologie et des communautés de consommateurs pour fournir de manière itérative des insights qui reflètent les évolutions du marché. ITWP, société mère de Toluna et Harris Interactive Europe, a lancé Insights on Demand en janvier 2018. Ce communiqué marque le lancement d’un consortium international. Pour plus d’information à propos d’Insights on Demand ou pour rejoindre le consortium, rendez-vous sur [www.insightsondemand.org](http://www.insightsondemand.org).