

11ème Printemps des études

28–29
Sept. 2023

palaisdescongrès
deparis
un site  VIPARIS

CLIENT INTELLIGENCE
& STRATEGY SUMMIT

Le 11ème Printemps des études c'est...

70 conférences et rendez-vous

150 orateurs aux expertises polymorphes

130 acteurs majeurs de la filière

6 espaces d'exposition

85 exposants – **3** Agoras

1 Espace Sensoriel et **1** Village de la Data

16 Visites Guidées sur 4 thèmes différents

20 Pitches Data

Accès gratuit

Sur inscription préalable et dans la limite des places disponibles. Simple et rapide, pour être sûr(e) d'avoir une place, inscrivez-vous dès maintenant sur www.printemps-etudes.com - Rubrique : visiter

ACTALIA • SENSORIEL •
ACTFUTURE • ADDINSOFT •
ADEQUATION MARKET RESEARCH •
ADETEM • ADN • ADWISE • AFM • ALIDA
• ALKM • APPINIO • AUDIREP • AVENIR
FOCUS • B3TSI • BEHAVIORALLY, INC • BEYOND
REASON • BILENDI & RESPONDI • BOMI • BRAIN
VALUE • CESP • CINT • CO-MEET • CONSUMER
ISLANDS • CORDUROY • CSS DATATELLIGENCE •
D'CAP RESEARCH • DIRECT FICHIERS • DYNATA •
DYNVIBE • ECORESEAU BUSINESS • EDEN INSIGHT
EMAZING RETAILING • ENOV • EPISTO • ESOMAR •
EUROSYN • EXHIBITION COLLECTIF • FACILITIES
FANVOICE • FAIRGEN • FFIND • FRC HONG KONG •
FURIOUS INTENT • GÉNÉRATIONS DATA • GIM FRANCE SARL
• GREENBOOK • GROUPE ZEBRA (LE) • IDM FAMILIES • IFOP
• IGONOGO • ILEC • IMASENS • IMPACT MÉMOIRE •
INFLUENCIA • INSIGHT CULTURE • INSIGHT HUB • IPSOS • IREP
• ITENTION • JUNE MARKETING • KANTAR PROFILES •
KANTAR WORLD PANEL • KOS RESEARCH • LABBRAND • LIKE
FIRE • MADEINVOTE • MAOBI • MARKET RESEARCH NEWS •
MARKETING ESPACE • MASTER CESSA • MC2 • MEDIA LEADER
(THE) • MELTWATER • MGS • MIS GROUP • MMR RESEARCH •
MOAÏ • NETMEDIA • NFLUANSWERS • NORDIC VIEWPOINT
• NORSTAT • NOUVEL ECONOMISTE (LE) • OPINIONS LTD •
OPINION WAY • PLATFORM ONE • POLL & ROLL •
POTENTIATE • POTLOC • PURESPECTRUM • Q° EMOTION
• QUALTRICS • QUIRKS • R3MSCORE • RADIO FRANCE
PUBLICITE • REPERES • SELVITYS • SEMANTIWEB •
SENSEVA • SKY CONSULTING • SOCIO DATA
MANAGEMENT • SORGEM • SPHINX (LE) • STATISTA
GMBH • STRATEGIR • SUGI RESEARCH • SUPPER
• SYNTEC CONSEIL • TALKR.AI • TECHNI'SENS
• THINK OUT • TOLUNA HARRIS
INTERACTIVE • UNION DES MARQUES •
VOCADS • VOIX DES MARQUES (LA) •
VOYSEN • XLSTAT BY LUMIVERO
• YOUNGOV • ZOULLOO

Conférence inaugurale

Jeudi 28 Septembre

▶ 10h15 - 11h15

AMPHITHÉÂTRE
HAVANE

Les Français à l'épreuve des émotions : une approche sociologique

Avec Pierre Rosanvallon, professeur émérite au Collège de France. Puis, échanges avec Muriel Roy, Ex Rédactrice en chef, Directrice de la Communication de l'association « Aux captifs, la libération ».

Les Grandes conférences

Jeudi 28 Septembre

■ Métiers et réseaux

▶ 12h00 - 12h45 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

"The Modern Chinese Consumerism" your compass to China consumers through marketing research.

Conférence donnée en anglais.

Introduction d'Isabelle Fabry-Frémaux, Dirigeante d'Actfuture et Co-représentante France d'Esomar et Joaquim Bretcha Directeur Général d'Esomar avec Chee Ngai Ng, Happy Founder & CEO de Samplenomics Ltd.

■ Témoignages et retours d'expérience

▶ 14h00 - 15h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Métavers, comment l'utiliser : présentation de cas concrets.

Animé par Laurent Flores, Maître de Conférences, HDR à l'Université Paris Panthéon-Assas et auteur de « Métavers marketing : Tendances ou nouvelle réalité du marketing digital ? », avec Sarah Ouaki, Chargée d'études Senior de M6 Publicité et Daniel Bô, PDG de Quali-quant, Valérie Négrier, Directrice Etudes Prospective de Dentsu et Olivier Goulet, Président d'Illigo.

■ Atelier Expertise Benchmark

▶ 16h00 - 17h00 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

L'optimisation des sources.

Animé par Elisabeth Martine-Cosnefroy, Présidente d'Adéquation MR et Co-Présidente du Club Etudes Marketing de l'Adetem, avec Jérémy Lefebvre, CEO

d'Episto et Philippe Le Magueresse, DGA - Chief Data Officer d'Opinion Way.

Vendredi 29 Septembre

■ Métiers et réseaux

▶ 9h30 - 10h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

L'UX en CaaS : regards croisés, institut et marques.

Animé par Barbara Haddad, journaliste, animatrice Marketing, Digital et Corporate, experte « Data et Etudes », avec Jean-Paul Gallaire, Chief Experience Officer d'Orange, Jorge Goncalves, Responsable de l'UX/UI et de l'insight utilisateur du Groupe Fnac Darty et Lucie Coulon, Directrice de Clientèle d'Enov.

■ Métiers et réseaux

▶ 11h00 - 12h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Quand l'IA s'emballe ?

Introduction d'Isabelle Fabry-Frémaux, Dirigeante d'Actfuture et Co-représentante France d'Esomar, avec Joachim Bretcha, Director General of Esomar, Isabelle Rouhan, Fondatrice de Colibri Talent, Alex Deslée, Maître de conférences à l'IAE de Lille et Xavier Lemuet, Directeur du département Etudes d'Epsilon.

■ Métiers et réseaux

▶ 11h00 - 12h00 - SALLE 351

Comprendre, communiquer et interagir avec la Gen Z : 3 approches.

Animé par Barbara Haddad, journaliste, animatrice Marketing, Digital et Corporate, experte « Data et Etudes », avec Isabelle Constant, Co-Fondatrice de Like Fire, William

Yattah, CEO de Nfluanswers, Florence Hussenot, Fondatrice et dirigeante d'Adwise et Mandy Llamas, Responsable du Pôle Etudes & Recherche de pass Culture.

■ Témoignages et retours d'expérience

▶ 14h00 - 15h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

La compréhension holistique du client : enjeux multi-sources et multi-canaux.

Animée par Delphine Duran-Lesecq, Consultante senior en Insights, Innovation et Stratégie Marketing et Co-Présidente du Club Innovation de l'Adetem, avec Virginie Barbieri, DG de Semantiweb et Nathalie Folcher, Responsable management de la voix du client de la FDJ, Géraldine Hue, Co-fondatrice de Maobi et Hélène Destombes, Directrice Consumer Insights d'Adeo, Thierry Lalande, Directeur France Customer experience d'Ipsos et Agnès Pegurri, Quality Director de Korian et Stéphanie Zancucchi, Directrice Commerciale de Colorado ConsumerLab et Valérie Nahon Forgette, Préfiguratrice de la mission parcours usagers de l'Agence Nationale de l'Habitat (ANAH).

■ Métiers et réseaux

▶ 16h00 - 17h00 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Optez pour des études vertueuses : 2 approches.

Animé par Guillaume Weill, Président & Fondateur de Zoulooo avec Diouldé Charrier-Beffa, Associée fondatrice de D'Cap Research et Charlotte Taupin, Co-Fondatrice de Sugi Research.

Judi 28 Septembre

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 334M **PE/NV**

Les communautés longues ou le quali "massifié".

Par Samuel Guégan, Directeur de recherches - Pôle Insight & Test de Supper.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 337M

De Macro à Micro : affiner les insights de sondage grâce à l'IA Générative.

Par Samuel Cohen, CEO et Nathan Cavaglione, CTO de Fairgen Ltd.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 333M **ECG**

Mettez de l'Or dans vos Personae.

Par Pascale Gourlot, Directrice Développement et Bénédicte Madeleneau, Directrice Conseil de Moai avec Valérie Dermit-Arnaud, Chef de projets Marketing de Matmut.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 314

Data Collection: a step into the future. Conférence donnée en anglais.

Par Ennio Armato, Global CEO et Alessandro Imborgia, Global Client Director de Ffind.

9h30 - 10h15 SALLE 351

L'intelligence artificielle à l'assaut de l'industrie des études ! Comment l'IA générative redéfinit le marché.

Par Mathilde Guinaudeau, Directrice du département Ipsos Synthesio d'Ipsos.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 334M

Economie durable et dualité du consommateur, une nécessité de repenser les modèles et les offres.

Par Pierre Doignies, Directeur du département Services, Industrie, Transport et Grande Consommation et Anne-Sophie Creysse, Directrice d'études d'Audirep avec Damien Robert, Expert en Marketing stratégique de New Value Paths.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 337M **PE**

Tendances et Perspectives : quels arbitrages vont faire les familles dans le contexte actuel ?

Partage d'insights et de données inédites sur les familles (Juillet/Août 2023).

Par Patricia Gelin, CEO et Myriam Le Danvic, Directrice Département Études et Insights d'IDM Families.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 333M **PE**

Déverrouillez la puissance des "first-party data" dans un monde soucieux de la confidentialité !

Conférence donnée en anglais.

Par Simon Beedell, VP Measurement - EMEA de Cint.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 314

Activations de marque : l'impact des nouvelles cultures affinitaires (musique, gaming, Tik Tok, etc.) - An 2.

Par Isabelle Constant, Ludovic Houré et Corentin Picaut, Co-Fondateurs de Like Fire.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 315 **PE**

Tension sur le coût de la vie : comment les consommateurs font-ils leurs arbitrages aujourd'hui ?

Par Vincent Georget, Co-Directeur départements Tech, Media, Télécom, Entertainment et Renaud Rouffiac, Directeur départements Grande-Conso, Cosmétiques, Santé de Toluna Harris Interactive.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 352A

Études omnicanales, communautés..., comment développer l'empathie auprès des clients pour maximiser la compréhension de sa cible et l'adoption de ses produits ou services. Avec la participation de leboncoin et Deezer.

Par Emmanuel Malard, Research Strategist chez Qualtrics avec Baudouin Masse Baudet, Responsable des études et Imen Jubert, Chargée d'études marketing de

leboncoin Publicité et Tom Abourmad, UX designer de Deezer.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 351

Les synthetic data, tour d'horizon et cas d'usage.

Par Arthur Peychaud, Directeur de Clientèle de Socio Data Management.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 334M

L'échantillonnage via les réseaux sociaux au service des baromètres : Comprendre les habitudes consommateurs avec Mustela et AlixPartners

Par Adrien Bourgeois, Sales Director de Potloc avec Djalila Djouadi, Head of Study and BI pour les Laboratoires Expanscience de Mustela et Louise Maarek, Performance Improvement Consultante d'AlixPartners.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 337M **NV**

Optimisez vos supports de communication en un clin d'œil grâce à une plateforme basée sur l'IA !

Par Olivier Rollus, CEO d'Attention.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 333M **PE**

Intelligence Artificielle : quel impact sur les métiers des insights ?

Par Hélène Brogat, Directrice commerciale TMTE, MR & Consulting et Hervé Le Fur, VP Solutions Management de Toluna Harris Interactive.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 314 **PE**

Les Silvers en 2030 (Europe, Amérique du Nord, Asie) : 7 défis à affronter.

Par Ilana Rudiakov, Senior Vice-Présidente de Brain Value et Rémy Oudghiri, Directeur Général de Sociovision.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 315 **ECG**

Étude exploratoire de cible : aller au-delà des clichés générationnels - illustré par le cas Petit Navire.

Par Anne-Laure Frossard, Directrice du secteur Food de Sorgem Advance avec Emily Kuntz, Head of Consumer and Busi-

ness Insights de Thai Union.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 352A **ECG**

RSE, un objectif commun mais différents chemins pour y parvenir - Etude de cas Orange.
Par Emma Baret, Research Solutions Partner et Alexandre Devineau, Commercial & General Manager de Yougov avec Claire Collet, Directrice Marque, Stratégie de communication et Études d'Orange.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 351

L'Occitane vous raconte son programme de customer centricity.

Par Romain Costes, Directeur BU Services et Marie Michel, Directrice Département FMCG d'Enov avec le témoignage de L'Occitane Group.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 334M

ZMET by HARVARD : crackez l'inconscient de vos clients.

Par Sophie Malherbe, Co-Fondatrice de Furious Intent.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 337M

Les clés du succès pour un mix marketing performant : expérience et cas clients.

Par Catherine Schutz, Directrice associée - Directrice de Département de Repères Insights.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 333M **ECG**

Dynvibe x Sanofi : en quoi la Social Intelligence révolutionne la connaissance du consommateur dans l'industrie healthcare.

Par Anne-Cécile Guillemot, Co-founder de Dynvibe avec Guilhem Fouetillou, Global Social Insights Lead de Sanofi.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 314

Comment Brut. est devenu le média incontournable des annonceurs pour engager les jeunes générations.

Par Christian Collet, RVP, Southern Europe d'Alida avec Dounia Zouine, SVP Monétisation Data et IA de Brut.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 315 **PE**

Le sexe fait vendre, mais les neurosciences, c'est plus efficace !

Par Nathan Axford, Co-Fondateur de Beyond Reason.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 352A

Les études quanti à l'ère de ChatGPT.

Par Alexis Watine, CPO d'Episto.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 334M **PE/NV**

Behavior Change & Pricing Model. Les motivations des consommateurs sous le prisme de l'économie comportementale.

Par Yves Keromnes, CEO Fondateur, Stéphane Marder, Directeur exécutif et Stéphane de Turckheim, Directeur exécutif de Sky Consulting.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 337M **ECC**

L'intelligence artificielle comme sujet d'étude : évaluation d'un service d'IA lancé par Solike - cas client.

Par Pierre-Emmanuel Berthier, Co-Fondateur d'eMazing-retailing avec Thibault Seillier, PDG de Solike.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 333M **ECC**

Spoiler alert : ChatGPT change la donne ! Le quali en ligne, nouveaux outils, nouvelles méthodes.

Par Denis Bonnay, Consultant de Bilendi avec Fanny Knusmann, Head of Brand & Communications de Wecasa.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 314 **ECC**

Comment MMA imagine l'assurance de demain avec ses clients via la plateforme communautaire Fanvoice ?

Par Stéphane Robert de Montgrand, Directeur des études de Fanvoice avec Marie Michard, Responsable de l'entité études marketing et analyses de marchés et Adrien Puio, Responsable d'Etudes et projets marketing de MMA Assurances.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 315

L'iconicité des marques en 2023 est-elle une gageure ?

Par Cécile Gorgeon, Co-Managing Director de Brain Value - Groupe Ifop.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 352A

L'IA, levier pour comprendre et hiérarchiser les insights des contenus textuels.

Par Boris Moscarola, Directeur associé du Sphinx.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 334M **PE**

Comment booster vos insights shopper avec l'Intelligence Artificielle ?

Par Damien Arrouas, VP, Customer Success France et Adrian Sanger, VP, AI Solutions de Behaviorally.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 337M

Eco-responsabilité et hausse des prix : jusqu'où les consommateurs sont-ils prêts à s'engager ?

Par Delphine Parois, Directrice sustainability, expert FMCG de Strategir.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 333M **NV**

Ciblez les actions utiles ! Grâce à LinkQ Next, gardez une longueur d'avance sur vos concurrents en investissant sur les actions qui vont réellement inciter les consommateurs PGC à vous acheter.

Par Lionel Germain, Global LinkQ Premium Solutions Director, Nathalie Paquet, France LinkQ Solutions Director et Sandrine Cayeux, Business L.A.B. Director of Kantar Division Worldpanel.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 314

Storytelling dans le marketing : GIM Storykit.

Par Clément Catinchi, Co-Directeur et Selen Destailleur, Co-Directrice de GIM France.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 315 **PE**

IA et qualité des données : premiers retours d'expériences.

Par Marion Brunet, CS team Lead et Maxime Le Bescond, Senior Account Director de Dynata.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 352A **ECC**

Comment Center Parcs exploite le social sampling pour alimenter sa stratégie de conquête et de fidélisation en Europe ?

Par Grégoire Besançon, Senior Insight Manager de Madeinvote et Victor Savigny, Senior Product Manager avec Center Parcs Europe.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 334M **ECC**

Innovation Produit La Vie Foods™ : capter les routines alimentaires de la Gen Z et générer des concepts en intégrant les méthodes de la prospective aux études d'innovation.

Par Florence Hussenot, Fondatrice et dirigeante et Sylvie Le Tadic, Consultante d'Advise avec Jeanne Lavandera, Innovation Manager de La Vie Foods™.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 337M

Plaisir et consommation dans un monde fini : entre responsabilités et désirs, le rôle des marques et les choix consommateurs.

Par Myriam Dilmî, Head of Market Research, Nadège Depeux, Verbal Brand Director et Pierre-Edouard Martial, Brand Strategy de Labbrand.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 314 **ECC**

Les études peuvent-elles sauver la planète ?

Par Inès Bizot, CEO et Axelle Sabatier, Lead FMCG de June Marketing avec Sandra Baldini, Directrice Marketing et communication de Refashion et Arnaud Tillon, Directeur Marketing de Carbios.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 315

Insights « augmentés » ou comment enrichir vos résultats d'études avec les nouvelles bousses sociétales du Groupe Ifop ?

Par Lise Brunet, Directrice d'expertise Sociovision, Fabienne Gomant, Directrice Adjointe pôle Opinion, Rémy Oudghiri, Directeur Général Sociovision et Assaël Adary, Directeur et fondateur d'Occurrence - Groupe Ifop.

Vendredi 29 Septembre

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 334M

B3santePro, le panel des professionnels de santé de B3TSI, numéro 1 en France.

Par Alexis Bonis Charande, CEO, Thomas Costa, Business Development Manager et Frank Weill, Healthcare BI Specialist de B3TSI.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 337M

Marketing responsable, quels KPIs pour piloter la transformation RSE ?

Par Assaël Adary, Co-Fondateur et DG d'Occurrence - Groupe Ifop.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 333M **NV**

Segmentation psychographique : révolutionnez vos stratégies de ciblage et l'appariement de vos cellules de tests.

Par Emilie Faget, Senior Client Relations Manager d'Appinio.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 314 **PE**

La trinité sacrée du marketing : l'infâme triangle décisionnel qui exalte la préférence de marque et magnifie l'acte d'achat.

Par Nathan Axford, Co-Fondateur de Beyond Reason.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 315 **ECC**

Think Out x Hauts de France Tourisme : à l'écoute de tous les publics pour transformer l'image d'une région et faire face aux défis environnementaux.

Par Jean-Maxence Granier, Fondateur et CEO, Valérie Méteyer, Directrice Associée et Victor Laurent, Directeur d'études, Directeur des opérations de Think Out avec Jean-Philippe Gold, Directeur Comité Régional du Tourisme et des Congrès des Hauts de France.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 334M **PE**

Panéliste, je t'aime, moi non plus !

Par Carla Dib, CS Director et Frédéric Aden, Sales Account Director de Dynata.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 337M **PE/NV**

Innover dans un monde qui bouge en intégrant les méthodes de la prospective aux études.

Par Florence Hussenot, Fondatrice et dirigeante et Sylvie Le Tadic, Consultante d'Adwise.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 333M **PE**

Chine : comprendre ce marché et assurer la qualité et pertinence des insights ?

Par Djilali Sahi, Strategic projects, Business & technical development Director et Elisabeth Candau, Directrice Commerciale Grande Consommation, Cosmétiques, Santé de Toluna Harris Interactive.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 314 **NV**

Impact Positif : les enseignements des Sciences Cognitives pour une publicité RSE plus efficace.

Par Mélanie Berger, Directrice Générale et Clémence Mirepoix, Directrice des études d'Impact Mémoire.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 315

Entre fraude et désamour : quelles solutions pour assurer la qualité des répondants online ?

Par Cécile Carre, VP, Research-on-Research et Responses Qualité et Farah El Malti, Directrice d'études, Knowledge Panel d'Ipsos.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 334M **PE**

De nouvelles méthodes pour cibler des profils plus niches.

Par Orkan Dolay, Director Business Integration & Development de Bilendi & Respondi.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 337M

Les arbitrages des Français en matière de dépenses et d'épargne : stratégies contraintes ou opportunistes ?

Par Eléonore Papeix, Directrice du Développement Services, Finances et Mobilités et Grégory White, Directeur d'activité de Strategir.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 333M

Le pouvoir de la communauté au cœur de l'Expérience Client.

Par Christian Collot, RVP, Southern Europe d'Alida.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 314 **ECC/NV**

Igonogo x Givaudan : comment mesurer les émotions et sensations pendant vos tests d'usages ?

Par Candice François, Directrice Générale et Florian Loeser, Président d'Igonogo avec Justine Blanc Catala, CMI Project manager de Givaudan.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 315 **PE**

Nouveaux Territoires du luxe.

Par Nathalie Ternisien, Associée et Noa Mintz, Analyste Market Research de Brain Value -Group Ifop.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 334M **NV**

Emotiscoré® - Le pouvoir de l'émotion au service de votre stratégie marketing.

Par Markus Gerlach, Directeur et Walther Oettgen, Fondateur de Kos Research.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 333M

L'humour, levier inattendu pour des réponses plus authentiques et plus sincères.

Par Deborah Guignot, Client Success Director, Corinne Cortier, Head of Sales et Camille Pierotti, Key Account Director de Kantar Profiles.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 334M

Le Retail vu des US : quel avenir pour la distribution ?

Par Alexandre Kson, Consultant Marketing Stratégique d'Alkm.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 333M **ECC**

Acculturer l'entreprise et engager sa communauté de clients sur la durée, avec Crédit Mutuel Alliance Fédérale et Fanvoice.

Par Stéphan Robert de Montgrand, Directeur des études de Fanvoice avec Fabienne Armengaud, Responsable Innovation, CX, Etudes, Satisfaction, Qualité et Marie Bourlard, Chargée d'études data marketing de Crédit Mutuel Alliance Fédérale.

Retrouvez les pitches sur le Village de la Data, toutes les 30 minutes

Par EDEN INSIGHT

- ▶ Découvrez Pollen, la nouvelle plateforme innovante et 100% française pour gérer vos communautés en ligne, créée par et pour les experts du market research !

Par GENERATIONS DATA

- ▶ Insights Médias sociaux sur l'égalité femmes-hommes : tendances, défis et opportunités.

Par MGS

- ▶ Quand l'IA s'invite dans les dashboards.

Par Q° EMOTION

- ▶ L'analyse émotionnelle et sémantique pour améliorer ses parcours clients et éliminer ses irritants, grâce à l'IA.

Par XLSTAT by Lumivero

- ▶ Process : une nouvelle fonctionnalité dans XLSTAT.

Les Visites guidées

Point de départ : Agora 2 (Durée : de 1h à 1h15)

Jeudi 28 Septembre

- 10h00 - 11h00** Les plateformes de recueil : démonstrations.
- 10h30 - 11h30** Prix et arbitrage consommateurs.
- 11h00 - 12h00** Datavisualisation : diffusion et activation.
- 11h30 - 12h45** La mesure des émotions.
- 14h00 - 15h00** Prix et arbitrage consommateurs.
- 14h30 - 15h30** Les plateformes de recueil : démonstrations.
- 15h00 - 16h15** La mesure des émotions.
- 15h30 - 16h30** Datavisualisation : diffusion et activation.

Vendredi 29 Septembre

- 10h00 - 11h00** Datavisualisation : diffusion et activation.
- 10h30 - 11h45** La mesure des émotions.
- 11h00 - 12h00** Les plateformes de recueil : démonstrations.
- 11h30 - 12h30** Prix et arbitrage consommateurs.
- 14h00 - 15h00** Les plateformes de recueil : démonstrations.
- 14h30 - 15h30** Datavisualisation : diffusion et activation.
- 15h00 - 16h00** Prix et arbitrage consommateurs.
- 15h30 - 16h45** La mesure des émotions.

Les partenaires du 11ème Printemps des études



GreenBook
THE FUTURE OF INSIGHTS



The MediaLeader
100%Media



QUIRK'S
MEDIA



ESOMAR



Empresarial
57 boulevard de la République
F-78400 Chatou

Tél. : +33 1 71 51 70 34

contact@printemps-etudes.com

www.printemps-etudes.com

