

INVITATION

CLIENT INTELLIGENCE
& STRATEGY SUMMIT*

**12ème
Printemps des études**

26 – 27 Sept. 2024

Palais des Congrès de Paris

*Sommet sur la stratégie et la connaissance client

Conférences | Ateliers | Stands | Visites guidées

printemps-etudes.com

Conférences | Ateliers | Stands | Visites guidées

75 Conférences et RDVs

222 Orateurs

20 Visites Guidées

32 Pitches Data

3 Agoras

1 Espace Sensoriel

1 Village de la Data

et 135 Acteurs majeurs du métier

ACTALIA SENSORIEL | ACTFUTURE | ADEQUATION MARKET RESEARCH | ADETEM | ADDING LIGHT | ADN | ADWISE | AFM | ALIDA | APPINIO GMBH | AQUALEHA | ARMATIS INSIGHTS | AUDIREP | AVENIR FOCUS | B2B RESEARCH | B3TSI | BEHAVIORALLY | BEYOND REASON | BILENDI & RESPONDI | BMC INNOVATION | BOLT INSIGHT | BOMI | BRAIN VALUE | BRANDWATCH | BVA GROUP | CAPLENA | CESP | CINT | CISION INSIGHTS | CIVILIZ | CMIT | CORDUROY | CROWDTECH | CSS/DATATELLIGENCE | DATAEXPERT | DEEP OPINION | DELPHINE DURAN-LESECQ | DIGITAL CMO | DIGITAL VALUE INSIGHT | DIRECT FICHIERS | DISCURV | DYNATA | DYNVIBE | ECORÉSEAU BUSINESS | EDEN INSIGHT | EMAZING-RETAILING | ENOV | ENTREPRENDRE MAINTENANT | EPISTO | ESOMAR | EUROSYN | EXHIBITION COLLECTIF | FABRICE GUÉGUEN | FACILITIES | FAIRGEN | FRC HONG KONG LTD | FURIOUS INTENT | GENERATIONS DATA | GHS | GIM FRANCE | GREENBOOK | GROUPE IFOP | IDM FAMILIES | IGONOGO | IMASENS | IMPACT MEMOIRE | INSIGHTS HUB | INTERNET RESEARCH BUREAU | IPSOS | IREP | JUNE MARKETING | KANTAR PROFILES | KOS RESEARCH | L'ŒIL DU MARKETING | LIKE FIRE | LOVEBRANDS | MADEINVOTE | MAOBI | MARKET RESEARCH NEWS | MARKETING ESPACE | MARKETING SYSTEMS GROUP | MASTER CESSA | MC2 | METRIXLAB | MGS | MIS GROUP | NEO STUDIES | NETMEDIA GROUP | NETQUEST | NICE ETUDES OPINIONS | NORSTAT FRANCE SAS | NOUVEL ECONOMISTE (LE) | NUMEUM | OCCURRENCE | OPINIONS LTD | OPINIONWAY | PLATFORM ONE | POTENTIATE | PURESPECTRUM | Q° EMOTION | QUIRK'S MARKETING RESEARCH MEDIA | R3M SCORE | RADIO FRANCE PUBLICITE | REAL EYE | REPERES | RUBIKLAB | SAM RESEARCH | SEISSMO - MARKT UND FORSCHUNG | SELVITYS SONDAGE | SEMANTIWEB | SKIM | SKY CONSULTING | SOCIOVISION | SPHINX (LE) | STEMA PARTNERS | STRATEGIR | STRAVITO | SUGI RESEARCH | SYNTEC CONSEIL | SYRES | TALKR.AI | TALKWALKER | TECHNI'SENS | TEST | THE LAB IN THE BAG | TOLUNA HARRIS INTERACTIVE | TRAJAAN | UNION DES MARQUES | VOCADS | VOIX DES MARQUES (LA) | VOYSEN | XERFI | ZOULLOO |

Liste des acteurs arrêtée au 05/07/2024

Accès gratuit Sur inscription préalable et dans la limite des places disponibles. Inscrivez-vous dès maintenant sur : www.printemps-etudes.com - Rubrique : visiter

Les Grandes Conférences

Jeudi 26 Septembre

■ Conférence

► 12h00 - 12h45 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Moyen-Orient : mille et une réalités.

Introduction d'Isabelle Fabry-Frémaux, Dirigeante d'Actfuture et Co-Représentante France d'ESOMAR, avec Zahia Boumaiz Market Intelligence Experte et Représentante Moyen-Orient d'ESOMAR, Parissa Poroushani, CEO et Co-Fondatrice de Bazaarnegar et Représentante Iran d'ESOMAR et Tarek Ammar, CEO d'ARA Research et Consultancy et Représentant Liban d'ESOMAR.

■ Témoignages et Retours d'Expérience

► 14h00 - 15h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

RSM (Responsabilité Sociétale des Marques) en Grande Consommation : comment les études peuvent aider les missions de marque ? Et inciter à de vrais changements comportementaux.

Animé par Christine Antoine-Simonet, Directrice Insights & Stratégie (ex-McDonald's, Bacardi, Unilever) avec Jean-Yves Laffon, Directeur France d'Appinio et David Garbous, Président et Co-Fondateur du Collectif En Vérité, Adrien Bourgeois, Directeur de SKIM et Patrick Clarke, UX senior Director Global Categories de Danone, Céline Grégoire, Co-Fondatrice et CEO d'Adding Light et Mickaël Couto, Sustainability & Responsibility Manager de Pernod Ricard, Sonia Langlet, Fondatrice de L'Œil du Marketing et Camille Verney-Carron, Fondatrice de L'Oustau de Camille.

■ Conférence

► 16h00 - 17h00 - SALLE 353

Pour que le Market Research ait "un petit truc en plus" : témoignages et solutions pour favoriser diversité et inclusion.

Animé par Delphine Duran-Leseq, Consultante senior en Insights et Stratégie Marketing et Co-Présidente du Club Innovation de l'Adetem, avec Caroline Bastide, Head of Communities and Panel Expertise d'Ipsos, Fabrice Billard, Consultant International Consumer Insights, Sandrine Charpentier, CEO de Mixity Anne Dionisi-Fung, Sustainability - Accessibility & Inclusion Initiative Leader et Pauline Sauvignet, Sustainability & Inclusion Graphic Designer, UX & UI - Michelin Innovation Lab de Groupe Michelin, Sonia Langlet, Fondatrice de L'Œil du Marketing et Guillaume Weill, CEO de Zoullou.

■ Conférence

► 17h00 - 17h45 - SALLE 352A

Research Got Talent : les jeunes professionnels des études peuvent changer le monde !

Animé par Dominique Servant, Chair ESOMAR Associations Executive Committee et Philippe Guilbert, Consultant Syntec Conseil / ESOMAR Professional Standards Committee avec Brittany Tisseau, Agnès Migaire et Zora Bouchier de PRS In VIVO (BVA Group).

■ Conférence

► 18h00 - 19h00 - SALLE 337 M

Say vs Do Gap : approches inédites pour combler le fossé entre discours et actions des consommateurs.

Animé par le Pôle Consumer Intelligence de l'Adetem avec Séverine Enjolras, Ethnographic Qualitative Research Manager d'Enjolras S. Conseil et Olivier Rollus, CEO d'Ittention.

Vendredi 27 Septembre

■ Atelier Expertise Benchmark

► 9h30 - 10h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

IA et Market Research : mieux mener ses études grâce à l'IA et mieux comprendre le consommateur grâce à l'IA. Trois approches concrètes.

Animé par Pascale Zobec, Responsable pédagogique des Masters 1 CESSA Université de Paris, avec Jean-Yves Laffon, Directeur France d'Appinio, Florian Loeser, Président et Candice François, Directrice Générale, Co-Fondateurs d'Igonogo et Marion Blanc, CEO de Civiliz et de Liz.cx.

■ Conférence

► 9h30 - 10h30 - SALLE 351

La fonction Insights dans l'écosystème : favoriser la collaboration pour maximiser l'impact.

Animé par Sophie Le Fur, Responsable Expérience et Connaissance clients de FDJ et Anne Dionisi-Fung, Accelerate Accessibility & Inclusion Mobility in the City de Groupe Michelin avec Sandrine Schneider, Directrice adjointe/PMO du Programme Simplicité Clients de SNCF et Guillaume Blanc, Directeur d'Etudes d'Enov, Stéphane Marcel, Président de la Commission Etudes de Syntec Conseil et Isabelle Herbert Collet, VP Research & Insights d'Orange Innovation, Sabine Guyot, Responsable Etudes de Maisons du Monde et Juliette Margerand, Senior Consumer Insights Manager de Pernod Ricard.

■ Conférence

► 11h00 - 12h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Les neurosciences au service de la compréhension des consommateurs : avancées et limites.

Animé par Isabelle Fabry-Frémaux, Dirigeante d'Act Future et Co-Représentante France d'ESOMAR, avec Olivier Droulers, Professeur en Neurosciences du consommateur à l'Université de Rennes, Omella Godard, Docteure en Neurosciences et CEO & Founder de Cognitio Consulting, Charlotte Rolland, Docteure en Neurosciences et Co-Fondatrice de newBrain et Sylvain Flender, Professeur en Stratégie Marketing à l'Université de Nanterre et fondateur de DeeperSight.

■ Atelier Expertise Benchmark

► 11h45 - 12h45 - SALLE 351

IA et Market Research : limites et atouts pour nos métiers.

Animé par Fabrice Guéguen, Global Strategy and Insights Expert avec Orkan Dolay, Director Business Integration & Development de Biledi & respondi, Caroline Vigneront, Co-Directrice du pôle - Qual, inno, Weblistening, Communities d'OpinionWay, Alexis Watine, Co-founder & CPO d'Episto et Grégoire Besançon, Head of Insights de Discurv (anciennement Madeinvote).

■ Témoignages et Retours d'Expérience

► 14h00 - 15h30 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Innové véritablement demain, dans le monde d'aujourd'hui, mais à partir de quoi ? Des exemples d'études, de protocoles, de collaborations.

Animé par Delphine Duran-Leseq, Consultante senior en Insights et Stratégie Marketing et Co-Présidente du Club Innovation de l'Adetem avec Helena Márquez, Directrice Stratégie de BMC Innovation et Caroline Grenthe, Innovation Director de Moët Hennessy, Sylvie Le Tadic, Consultante Market Research d'Adwise et Thomas Fournier, Advanced Design Prospective & Mobility Manager de Stellantis, Virginie Gautereau, Directrice du Pôle Quali Retail & Transport d'Enov et Margot Dussac-Panais, Chargée d'Etudes de Gémo.

■ Conférence de clôture

► 16h00 - 17h00 - AMPHITHÉÂTRE HAVANE

IA et éthique : quelles bonnes pratiques ?

Introduction de Stéphanie Perrin, Commissaire Générale et Joaquin Bretcha, Directeur Général d'ESOMAR avec Katya Lainé, Administratrice et Présidente de la Commission IA de Numéum, Dirigeante et Fondatrice de Talkrai, Atef Ben Othman, Délégué aux usages numériques de Numéum et Philippe Guilbert, ESOMAR Professional Standards Committee.

Conférence inaugurale

Jeudi 26 Septembre

► 9h30 - 10h30

AMPHITHÉÂTRE HAVANE

Sommes-nous sur le point d'être « grand remplacés » par l'Intelligence Artificielle ?

par Raphaël Enthoven, Essayiste et professeur de philosophie

Jeudi 26 Septembre

9h30 - 10h15 **ECC**

Grandir ensemble. Redéfinir la maternité comme un parcours transformationnel et non un rôle. Enseignements-clés d'une étude quali pour Nestlé menée auprès de plus de 200 mamans.
Par Nathalie Coste, Fondatrice de Lovebrands.

9h30 - 10h15 **ECC**

Articuler l'analyse sémio et les études qualitatives : comment rapprocher les codes de marque et les perceptions clients.
Par Xavier Metzger, Sémiologue et qualitatifiste de Corduroy.

9h30 - 10h15 **ECC**

Baromètre 2024 - La consommation éco-responsable des Français : au-delà des mots, des actes !
Par Géraldine Hue, Co-Fondatrice et Sophie Le Joille, Responsable Insights & UX Lab de Maabi.

10h45 - 11h30 **ECC**

Harnessing the power of AI to fight fraud.
Par Colienne Galand, VP Platform Intelligence de Cint.

10h45 - 11h30 **ECC**

Percez le mystère des achats de Luxe.
Par Nathan Axford, Co-Fondateur de Beyond Reason.

10h45 - 11h30 **ECC**

Repensez vos stratégies de marque : en partant des CEP (Category Entry Point) pour un positionnement moderne de la marque et de la création de valeur.
Par Clément Catinchi et Selen Detailleur, Managing Directors de GIM France.

10h45 - 11h30 **ECC**

Études sociétales : comment les concevoir pour en faire des outils d'influence alignés avec la raison d'être de l'entreprise ?
Par Sandrine Ziza, Directrice de Départe-

ment BFA et Anne-Sophie Creyssel, Directrice de clientèle - quanti BFA d'Audirep avec Laurent Gaudry, Chef de projets études clients de Groupe BPCE et Gaëlle Viette, Responsable Promotion de la Prévoyance de Groupe VV.

10h45 - 11h30 **ECC**

Données synthétiques : de l'engouement à la réalité.
Par Mathilde Guinaudeau, Directrice France d'Ipsos Synthesio et Michel Guidi, Chief Operating Officer d'Ipsos.

10h45 - 11h30 **ECC**

Les codes ont changé : quels sont les nouveaux accélérateurs de croissance des marques ?
Par Hélène Pavlidis, Directrice Commerciale de Toluna Metrixlab et Karl Fombuena, Co-Directeur du département TMTE de Toluna Harris Interactive.

11h00 - 11h45 **ECC**

IA x Market research : on vous montre (pour de vrai) !
Par Jocelyn Muñoz, Directeur Général Associé et Allan Maintenant, Responsable Développement IA de Deep Opinion (Groupe Ifop).

12h00 - 12h45 **ECC**

Accompagner ses clients à chaque étape de leur vie, partout, tout le temps : comment Orange relève (et pilote !) le challenge de l'Omnicanalité ?
Par Hélène Brogat, Directrice Commerciale de Toluna Harris Interactive avec Antoinette Chardonnet, Directrice Connaissance Clients de Orange.

12h00 - 12h45 **ECC**

Enrichissez vos insights grâce à des collaborations stratégiques entre Data et IA.
Par Maxime Le Bescond, VP Sales et Pauline Touboul, Team Lead - Client Services de Dynata.

12h00 - 12h45 **ECC**

Le Design Thinking augmenté par Harvard : comment transformer des insights profonds en solutions opérationnelles.
Par Sophie Malherbe, Co-Fondatrice de Furious Intent.

12h00 - 12h45 **ECC**

Publicité : comment être efficace aujourd'hui ? Entre surcharge cognitive, enjeux de responsabilité et performance, comment bien communiquer ?
Par Mélanie Berger, Directrice Générale et Clémence Mirepoix, Directrice des études d'Impact Mémoire.

12h00 - 12h45 **ECC**

Combinons toutes les intelligences pour des études stratégiques réellement actionnables.
Par Ziad Samaha, Directeur Brand Performance et Média d'Enov avec Nan Zhang, Research Director & Partner de Metis International et Déguène Ndiaye, International Consumer Insights Manager - DMI Lancôme Make-up de L'Oréal.

12h00 - 13h00 **ECC**

Activations de marque : connecter avec la Gen Z.
Par Isabelle Constant, Ludovic Houdré et Corentin Picaut, Co-Fondateurs de Like Fire.

12h00 - 12h45 **ECC**

La Social Intelligence : véritable outil d'aide à la décision pour les marques. Une analyse de Dynvibe et Pernod Ricard.
Par Anne-Cécile Guillemot, Fondatrice de Dynvibe avec Marie Dupré, Head of Consumer Insights & Marketing Effectiveness de Martell Cognacs - Pernod Ricard.

14h00 - 14h45 **ECC**

Maximiser les insights : comment intégrer du quali et du quanti au sein d'une communauté. Témoignage du Groupe IDKIDS.
Par Gwenaëlle Dalle, Account Director et Matthieu Perrin, Managing Director Europe de Platform One avec Estelle Lelong, Responsable Communauté clients du Groupe IDKIDS.

14h00 - 14h45 **ECC/NV**

Comment la Search Intelligence et l'IA permettent d'analyser la désirabilité des marques et des produits.
Par Arnaud de Baynast, Fondateur de Digital Value et co-auteur du Mercator avec Pierre-Yves Calloch, Chief Digital Officer de Pernod Ricard et David Dubois, Professeur Associé à l'INSEAD et chercheur en Consumer Behavior Analytics.

14h00 - 14h45 **ECC**

Optimiser la performance produit avec des tests innovants et efficaces.
Par Armelle Krummenacker, Directrice de Pôle et Bénédicte Lunel, Directrice Associée de Repères.

14h00 - 14h45 **NV**

Des données au rapport PowerPoint : optimisez votre production grâce à HARMONIE et à SLIDIE !
Par Fabien Lebourg, Directeur Général d'ADN avec Thomas Duhard, Head of Data Projects d'IFOP.

14h00 - 14h45 **ECC**

L'IA à toutes les étapes de la connaissance client chez Decathlon.
Par Jérémy Lefebvre, CEO et Co-Fondateur d'Episto avec Sophie Chwedura, Marketing Insights Director de Decathlon.

14h00 - 14h45 **ECC**

Panels vs réseaux sociaux : antagonistes ou complémentaires ? Découvrez le futur de l'échantillonnage avec notre parallèle testing inédit.
Par Jennifer Chapelot, Chief Operating Officer et Rodolphe Mas, Head of Sales de Discurv (anciennement Madeinvote).

15h00 - 15h45 **ECC/NV**

Études prospectives et apport de l'IA : un cas d'étude média.
Par Jean-Baptiste Bautz, Online Qualitative Director de Bilendi & respondi avec Laurence Polselli, Directrice Adjointe des Etudes de Havas Media Network.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 315 **ECC/NV**

Collecter les émotions de vos clients partout dans le monde simplement sans capteurs contraignants.

Par Candice François, Directrice Générale et Florian Loeser, Président d'Igonogo.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 333M **PE**

PurPOSE®, l'outil innovant pour créer ou redynamiser votre raison d'être.

Par Carole Harib, Directrice Associée, Valérie Beverini, Directrice Département Etudes Qualitatives, Stéphane de Turckheim, Directeur Exécutif et Yves Keromnes, Directeur Général de Sky Consulting.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 337M

Pause Quahwa ? Le point sur nos pratiques du quali à l'international – Focus sur le monde arabe.

Par Natacha Dagneaud, Directrice de Séismo.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 352A

Le super pouvoir du Quanti/Quali !

Par Christine Pugin, Cheffe de Marché et Mathilde Hervé, Directrice des Etudes du Sphinx.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 353 **NV/ECC**

Transformez votre stratégie de marque avec la disponibilité mentale by Appinio : cas pratique dans l'univers de la bière.

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

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 314 **PE**

La preuve en images : découvrez comment booster & illustrer vos insights consommateurs par la captation automatisée.

Par Marie Faget, Directrice Clientèle et Constance Cantin, Responsable du Service client et Communication de TechniSens.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 315

Tendances et Perspectives : quelles évolutions des comportements des familles ? Partage d'insights et de données inédites sur les familles (Juillet/Août 2024).

Par Stéphanie Maruani, Directrice Etudes et Insights et Jérémy Robiollle, Directeur du Développement de Xerfi Spécific - IDM Families.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 333M **PE**

Baromètre RSE 2024 : profil d'engagement et trade off prix vs responsabilité. Quelles évolutions ?

Par Delphine Parois, Directrice RSE et Communication et Ariane Van Beek, Directrice du Développement commercial de Strategir.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 337M **PE/ECC**

Les nouveaux langages du pack : comment les détecter grâce à l'IA ? Avec l'agence de design Hotshop.

Par Delphine Ferrazzi, VP Customer Success France et Thibault Cousot, SVP, Head of Product de Behaviorally avec Gaëtan Rossollin-Grandville, Directeur de la Stratégie de Hotshop.

16h00 - 16h45 ▶ SALLE 352A

Fraudeurs démasqués : examen approfondi de leur identité et de leur impact sur vos investissements.

Par Qi Wang, Global Head Of Data Science, Deborah Guignot, Client Success Director et Corinne Cortier, Head of Sales de Kantar Profiles.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 314 **PE**

BrandXP : une mesure holistique de l'image de marque intégrant CX, sciences comportementales et IA.

Par Marie Boymond, Directrice du Département Retail & FMCG et Raphaël Clavé, Directeur du Développement de BVA Xsight.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 315

Comment les données Search et Social aident-elles à mieux comprendre les attentes des consommateurs ?

Par Charlotte Clemens, VP Sales Europe et Yoan Sguerra, Senior Sales Director de Talkwalker, Matthieu Danielou, Co-Founder de Trajaan avec Sandrine Martin, Global Head of Social Intelligence de Moët & Hennessy.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 333M **PE/ECC**

Comment ADEO co-construit avec ses clients une offre de produits internationale.

Par Marine Bourigault, Principal Customer Success d'Alida avec Caroline Barbier, Chargée d'étude marketing et Aude Legrand, Leader co-construction habitants d'ADEO.

17h00 - 17h45 ▶ SALLE 337M **ECC**

Comment Innoval a cartographié ses insights pour créer une vision transversale et stratégique de ses enjeux.

Par Sylvie Le Tadic, Consultante d'Adwise avec Sylvie Danilo-Duran, Responsable Connaissance et Expérience Client d'Innoval.

17h15 - 18h00 ▶ SALLE 353 **ECC**

Paie et gestion sociale : Découvrez GHS et ses outils spécifiques à votre secteur.

Par David Lescure, Dirigeant de GHS avec Gaëlle Labuzan, DRH de Strategir et Philippe Tabazart, Directeur Administratif et Financier de TEST-SA.

Vendredi 27 Septembre

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 314

Sportifs, personnalités, sponsors : qui sont les grands gagnants des Jeux 2024 ?

Par Delphine Pachoud, Cients Insights Manager et Eugénie Doligez, Senior Analyst, CX Insights de Cision Insights.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 315 **NV**

THE NEXT BIG THING - La Neuro-Transformation du Marketing. Le nouveau modèle qui maximise le ROI du marketing. Par Nathan Axford, Co-Fondateur de Beyond Reason.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 333M **NV/ECC**

Accélérer l'usage de l'IA dans l'exploitation des insights : vers une intégration éthique et responsable.

Par Charlotte Taupin, Co-Fondatrice de Sugi Research avec Lucile Le Gallec Senior Cultural Insights Lead de Google, Julien Cloarec Professeur IA de Lyon3 et Gaëlle Cuvelier, Customer Insight Manager d'Auchan.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 337M **ECC**

Une bouteille recyclable se vend-elle mieux ? Comment concilier écologie, vente & branding. Une étude eMazing.

Par Pierre-Emmanuel Berthier, Fondateur de eMazing-retailing.

9h30 - 10h15 ▶ SALLE 352A

Social Sampling : et si on allait encore plus loin dans l'hybridation des modes de collecte ?

Par Thierry Morize, Expert Mobilité & Services Publics, Mélanie Arnaud, Experte Mobilité & Services Publics et Emilie Gest, Experte Social Media & Social Sampling d'Enov.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 314

Avec l'intelligence artificielle, des insights augmentés, décloisonnés et réinventés !

Par Laurence Berteau-Granet, Directrice du Hi Lab ! et Djilali Sahi, Strategic projects, Business & technical development Director de Toluna Harris Interactive.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 315

Les 3 grandes tendances de 2025 décryptées par la Social Intelligence.

Par Chloé Tabutiaux, Account Executive de Dynvibe.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 333M

ECC

Comment transformer les grandes tendances du TrendsLab™ en recommandations opérationnelles ?

Par Florence Husenot, Dirigeante d'Adwise avec Amelle Belin, Responsable Pôle Études Clients et Panel de Coopérative U.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 337M

NV/ECC

Rencontrez G.L.A.D.Y.S., l'IA indispensable pour renforcer la puissance du Quali.

Par Damien Arrouas, VP Customer Success South Europe et Aurélie Lecarpentier, VP Quali Europe de Behaviorally avec Mathilde Richard, Insights & Innovation Lead Europe de Elida Beauty (anciennement Unilever).

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 351

ECC

Granularisez vos stratégies marketing avec des répondeurs synthétiques.

Par Samuel Cohen, Fondateur et CEO de Fairgen avec Thomas Duhard, Head of Data Projects de Groupe Ifop.

10h45 - 11h30 ▶ SALLE 352A

L'économie de la débrouille ou quand la débrouillardise redéfinit les stratégies de consommation.

Par Rémy Oudghiri, Directeur Général de Sociovision (Groupe Ifop), Cécile Batho, VP de Brain Value (Groupe Ifop), Véronique Gabriel des Bordes, Directrice de pôle Expérience client, Mobilités & Grandes Enquêtes et un Directeur de pôle Consumer & Retail d'Ifop.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 314

PE

La preuve en images : découvrez comment booster & illustrer vos insights consommateurs par la captation automatisée.

Par Marie Faget, Directrice Clientèle et Constance Cantin, Responsable du Service client et Communication de Techni'Sens.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 315

Intégration de l'IA dans les méthodologies d'étude : évolution et impact sur la qualité de prise de décision.

Par Aurélie Caille, Présidente et Fabrice Berthet, Directeur du Département consommateurs de Test SAS avec Nicolas Spatola, Chercheur en Psychologie Sociale et Cognitive de l'Institut Artimon Perspectives.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 333M

Quelles études marketing demain à l'aune des enjeux environnementaux et sociétaux ?

Par Delphine Parois, Directrice RSE et Communication et Cécile Velasco, Directrice de développement commercial FMCG de Strategiq.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 337M

NV

Moins de préparation, plus d'inspiration : les guides d'entretien avec de l'IA.

Par Lucie Deliry, Director of Services for Market Research France et Melissa Short, Qualitative Research Manager de Bilendi & respondi.

12h00 - 12h45 ▶ SALLE 352A

L'IA au service du quali-quant : l'analyse des requêtes sur les moteurs de recherche.

Par Arnaud de Baynast, Fondateur de Digital Value avec Daniel Bô, Fondateur de Quali Quanti.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 314

Marketing & IA : cas concrets.

Par Thomas Denizot, Directeur Général de Stema Partners.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 333M

ECC

Identifier les drivers sensoriels à activer pour booster la perception de vos bénéfiques produits.

Par Céline Lucas, Directrice d'Études et Clément Bouchet, Chef de projet Etudes Consommation d'Actalia Sensoriel avec Evangéline Leyer, et Marion Pawluk-Clerc, Chefs de projet Analyse sensorielle et Perception consommateur de L'Occitane en Provence.

14h00 - 14h45 ▶ SALLE 337M

Comment anticiper les stratégies d'adaptation des cosos en les confrontant à des scénarios d'avenir.

Par Natacha Dagneaud, Directrice de Séissmo.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 333M

BoltChatAI Demo: welcome to AI-Powered Qualitative Research at Scale. Conférence donnée en anglais

Par Hakan Yurdakul, CEO of BoltChatAI.

15h00 - 15h45 ▶ SALLE 337M

Innové en communauté online : des consommateurs aux choco-explorateurs.

Par Sébastien Gradeler, Directeur d'études & Marie-Caroline Dausse, Chargée d'études d'Eden Insight avec Déborah Dubois, Consumer & Business Insight Manager de Lindt & Sprüngli.

Retrouvez les Pitches Data sur le Village de la Data, toutes les 15 minutes de 9h30 à 13h15 et de 14h à 17h45

Par Alida

▶ De l'étude à l'analyse, une plateforme d'insights tout-en-un pour plus d'efficacité ! #Communauté

Par Caplena

▶ L'art (et la science) des Questions Ouvertes en 2025 - Découvrez les meilleures pratiques

▶ Étude de cas - Les retours clients comme révélateur des insights et des attentes des passagers dans l'industrie aérienne

▶ Devenez maître dans l'analyse des Avis Produits - Une étude de cas appliquée au secteur de la beauté. Découvrez les secrets pour maximiser la valeur de vos retours clients ET gagner des insights sur vos concurrents

▶ Les enquêtes NPS à l'ère de l'IA - Savez-vous comment maximiser leur valeur grâce aux verbatims clients ?

Par Crowdtech

Pitch Data en anglais

▶ Customers want to be heard. Are you listening? 3 key insights about Insight Communities.

Par Digital Value Insight

▶ Comment Digital Value Insight, première solution de search intelligence permet aux marques d'exploiter la richesse et la donnée search ?

Par Eden Insights

▶ Découvrez Pollen, la plateforme innovante et 100% française pour gérer vos communautés en ligne!

Par Générations Data

▶ Le marketing de la sobriété.

Par MGS

▶ Dashboards personnalisés pour répondre aux demandes spécifiques de chaque client.

Par Q° Emotion

▶ Analyse automatique de verbatims : pour identifier et prioriser vos points d'enchantement et irritants.



Jeudi 26 Septembre

- 10h00 - 11h15** Démonstrations : plateformes, communautés et questionnaires.
- 10h30 - 11h30** Études sensorielles : faire le lien entre données consommateurs et données objectives (preference mapping et autres méthodes...).
- 11h00 - 12h00** Dashboards et dataviz.
- 11h30 - 12h30** Les études BtoB et BtoBtoC.
- 11h45 - 12h45** Démonstrations outils : mesure des émotions et analyse sémantique.
- ... —
- 14h00 - 15h00** Les études BtoB et BtoBtoC.
- 14h30 - 15h30** Études sensorielles : faire le lien entre données consommateurs et données objectives (preference mapping et autres méthodes...).
- 15h00 - 16h15** Démonstrations : plateformes, communautés et questionnaires.
- 15h30 - 16h30** Dashboards et dataviz.
- 16h00 - 17h00** Démonstrations outils : mesure des émotions et analyse sémantique.

Vendredi 27 Septembre

- 10h00 - 11h00** Les études BtoB et BtoBtoC.
- 10h30 - 11h30** Dashboards et dataviz.
- 11h00 - 12h00** Études sensorielles : faire le lien entre données consommateurs et données objectives (preference mapping et autres méthodes...).
- 11h30 - 12h45** Démonstrations : plateformes, communautés et questionnaires.
- 11h45 - 12h45** Démonstrations outils : mesure des émotions et analyse sémantique.
- ... —
- 14h00 - 15h00** Études sensorielles : faire le lien entre données consommateurs et données objectives (preference mapping et autres méthodes...).
- 14h30 - 15h45** Démonstrations : plateformes, communautés et questionnaires.
- 15h00 - 16h00** Les études BtoB et BtoBtoC.
- 15h30 - 16h30** Dashboards et dataviz.
- 16h00 - 17h00** Démonstrations outils : mesure des émotions et analyse sémantique.

12ème Printemps des études

Nos partenaires



PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



PARTENAIRES MEDIA

