



2019 : le Printemps du dynamisme

Entretien avec Stéphanie Perrin, Directrice d'Empresarial et Commissaire Général du Printemps des études

Par Jean Watin-Augouard



Le Printemps des études, c'est le printemps de l'optimisme, du réalisme, de l'empirisme, du positivisme, du constructivisme... ?

Stéphanie Perrin : Pour la rime mais pas que, je choisis volontiers le mot dynamisme justifié par deux enquêtes de satisfaction visiteurs réalisées sur le Printemps 2018, la première avec Score R3M score, système développé par l'institut Repères qui cherche à saisir en spontané et en trois mots les impressions des personnes interrogées sur des sujets très divers. Trois mots-clés sont ressortis et qui sont proches de dynamisme : « intéressant, innovant et riche ». La deuxième enquête, faite avec Respondi, donne de très bons taux de satisfaction (73,9% des visiteurs de plus de 500 salariés) et de recommandation de 86,9 % sur le même profil.

Quel bilan faites-vous du Printemps 2018 ?

S.P. : En termes de contenus et d'expositions, nos résultats sont très proches d'une année sur l'autre. Le Printemps 2018 s'est singularisé par une variété de contenus très large avec une palette d'interventions sur des aspects aussi bien réglementaires que technologiques, sur l'évolution des métiers ainsi qu'une mise en avant des premiers usages de l'intelligence artificielle et du machine learning. Jon Orwant, Google Research Engineering Director assurait notre conférence d'ouverture sur ce thème. Nous prenons soin d'avoir, à chaque Printemps, une approche originale. Nous avons ainsi proposé l'an dernier une plateforme de speech en continu, nommée « La Parenthèse » sous une grande bulle transparente qui a accueilli 30 orateurs. Le Printemps 2018 a proposé 90 heures de contenu sur

deux jours assurés par 276 orateurs ! Malgré les grèves, nous avons accueilli 2727 visiteurs soit seulement une centaine de moins qu'en 2017.

Comment évolue le marché des études en nombre d'acteurs ? observe-t-on une concentration ou celui-ci s'ouvre-t-il aux start-up ?

S.P. : On observe les deux phénomènes en parallèle : aussi bien une concentration notable autour des gros instituts et ceux de taille moyenne qui s'illustre par une croissance externe intégrant des prestataires qui proposent des solutions technologiques et agrégeant d'autres métiers, pour créer des plateformes études et réunir tous les savoir-faire et expertises nécessaires aujourd'hui. Une plateforme pour gérer de A à Z les études. On voit également apparaître toujours plus de nouveaux instituts dédiés à des expertises particulières. En dépit d'un contexte économique morose, le secteur des études crée des entreprises et des emplois, ce qui est encourageant pour la filière et plus largement pour notre économie.

Deux invitées d'honneur, Natalie Rastoin, Présidente d'Ogilvy Paris et Marjolaine Grondin, CEO et cofondatrice de Jam, ouvrent le Printemps 2019 - 8ème Printemps -, sur le thème « Marques en mutation(s) ». Le seraient-elles davantage aujourd'hui qu'hier ?

S.P. : Ce titre « Marques en mutation(s) » ouvre bien les deux journées car le concept de mutation sera présent dans beaucoup de prises de paroles et sur de nombreux stands. Nous innovons cette année avec un format de conférence inaugurale sous forme de dialogue d'un binôme. Ces deux femmes ont des profils très intéressants et vont chacune apporter une expertise spécifique. Les mutations que l'on abordera au 8^e Printemps des études portent aussi bien sur la pression du temps, l'instantanéité, la digitalisation, le contenu de marque, l'expérience client, l'éthique, sans oublier, bien sûr les consommateurs et les générations montantes ainsi que les nouveaux métiers.

Quelles sont les attentes des annonceurs qui se dégagent de vos enquêtes ?

S.P. : Ils souhaitent mettre en lumière leurs marques de la manière la plus singulière et pertinente. Après le RGPD, traité dans les 4 éditions précédentes, ils veulent être renseignés de manière très pragmatique sur la gestion de leur data, sur la manière de la représenter, de gagner en agilité grâce à elle. Ils souhaitent également des retours d'expérience. Nous proposerons deux ateliers Expertise benchmark – chacun avec des intervenants différents – pour comprendre tout ce qui concerne le traitement des données et la data visualisation. Et nous créons un Village de la data avec des entreprises qui auront des partis pris très différents.

Au nombre des thèmes traités, en est-il qui soient récurrents depuis le premier Printemps des études ?

S.P. : Nous ne pouvons pas nous défaire de la singularité de notre secteur. Ainsi ce qui constitue le socle des études – statistiques, data, analyse, sensoriel, émotionnel...- demeure présent d'édition en édition, mais avec un angle différent chaque année, tout en poussant les analyses en mettant en lumière de nouveaux usages.

Quelles sont les nouveautés aussi bien en termes d'exposants que de débats et de rendez-vous ?

S.P. : Comme je vous l'annonçais précédemment, nous créons Le village de la data sur la partie exposition. Le visiteur retrouvera plusieurs exposants autour de la data sur ce Village mais aussi sur le reste de l'exposition ou au fil des conférences. Ainsi, autour de la data et plus largement des études marketing, plusieurs entreprises seront présentes pour la première fois, citons notamment 3W Relevanc du groupe Casino, MédiaTech Solutions (feedback management), Reputation Institute, ou encore la société Humanizee profitera du Printemps des études pour se lancer et proposer sa solution omnicanal Discussnow.

Plusieurs sociétés expertes en matière d'analyse sensorielle et émotionnelle ainsi que dans l'expérience client profiteront de notre Espace sensoriel, créé il y a trois ans, pour faire vivre une expérience sensorielle aux visiteurs : seront fidèlement présents Mérieux NutriSciences (Biofortis), tout comme Nice Etudes Opinions et Imasens, auxquels se joindront cette année Syres et Eurosyn. L'analyse de la vision ne sera oubliée avec Eyesee et Tobii Pro Insight.

La prospective relève-t-elle du champ des études car le mot n'apparaît pas dans votre programme ?

S.P. : Tous les ans, nous donnons la parole à des instituts qui mènent des études prospectives et analysent les nouvelles tendances. Outre notre conférence inaugurale, plusieurs conférences livreront des résultats d'études ou souligneront des tendances émergentes. Un des 4 thèmes de nos 16 visites guidées donnera au sujet une dimension très opérationnelle : Détection et analyse des tendances : des études pour agir.

Quatre ateliers sont consacrés à l'intelligence artificielle. Est-à-ce dire qu'elle prend une place plus importante qu'au dernier Printemps ?

S.P. : Cette année, l'Intelligence Artificielle est présente sous un angle très opérationnel grâce à des retours d'expérience. Avec la multiplication des contenus, le machine learning est une aide et la sémantique un enjeu toujours plus majeurs. Nous comptons cette année plusieurs entreprises spécialisées sur ce sujet dont Provalis Research, Communétic, Weborama, tous deux nouveaux sur le Printemps des études.

Deux ateliers sont dédiés l'un aux pays émergents et l'autre à la Chine. Serait-il pertinent de concevoir une matinée consacrée de manière transversale à un pays en particulier ?

S.P. : Sur des éditions précédentes, nous avons plusieurs fois proposé ou accueilli des conférences ou des visites guidées sur la manière de mener des études à l'international dans plusieurs pays ou encore en Chine. Depuis, nous avons tous les ans un ou plusieurs acteurs du Printemps qui partagent des clés pour ce type d'études (cette année Toluna notamment). Pourquoi pas, une matinée dédiée à un pays avec plusieurs ateliers, l'idée est effectivement à creuser car aujourd'hui le marché semble prêt.

Au nombre de vos partenaires ne figurent toujours pas les écoles de commerce. Quelles en sont les raisons ?

S.P. : Nous sommes tout naturellement à ce jour orientés vers les sciences humaines, et sommes heureux de compter parmi nos formations partenaires le master MC2 de Panthéon Assas depuis plusieurs éditions et en 2019 s'ajoute Sciences Po Paris. Nous avons été appelés tout récemment par une junior entreprise d'une des trois majors... Le temps fera son œuvre.

