

## Le Printemps des Etudes, Une 1<sup>ère</sup> édition attendue et réussie !



Conçue pour répondre aux besoins des professionnels de la filière Communication, Marketing et Opinion, soucieux de réinventer un rendez-vous annuel à la fois représentatif de la diversité de la profession et de son dynamisme, la 1<sup>ère</sup> édition du **Printemps des Etudes** affiche un plein succès !

Une période propice, un lieu prestigieux et un concept équilibré entre contenu intellectuel et zone d'exposition ont su séduire exposants et visiteurs.

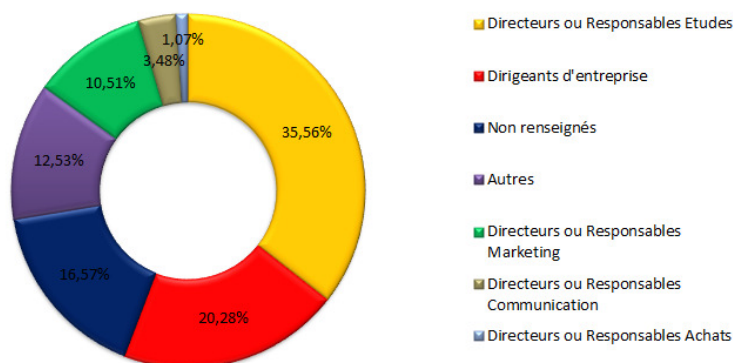
En réunissant pendant deux jours, les 5 et 6 avril derniers au Palais Brongniart à Paris, 111 acteurs majeurs de la filière dont très majoritairement des instituts d'études et de sondages (63%) autour de 51 rendez-vous, conférences et tables-rondes et une exposition répartie entre 54 stands et 1 agora de 12 jeunes entreprises, le **Printemps des Etudes** a proposé à ses **1785 visiteurs professionnels**, une large vitrine des méthodologies, des produits et services pour leurs études.

### La qualité comme leitmotiv !

La qualité des exposants et la pertinence du visitorat sont deux des atouts-phares de la manifestation, unanimement salués par les professionnels participants.

Ainsi, parmi les visiteurs, **20,28%** sont des **Dirigeants d'Entreprise -PDG, DG et Gérant**. Un réel succès donc pour le Printemps des Etudes puisque ces cibles ne participaient pas ou peu aux manifestations professionnelles de la filière. **17,5%** des visiteurs appartiennent à des **entreprises de plus de 1000 salariés**.

Fonctions des Visiteurs  
du 1er Printemps des Etudes



Troisième point fort du Printemps des Etudes, le soin apporté à la qualité des contenus proposés aux visiteurs participe également à sa réussite : les 7 **Grandes Conférences** ont su attirer **937 visiteurs**. Parmi eux, 194 auditeurs se sont rendus à la conférence Témoignages et Retours d'expérience sur le « Neuromarketing : imposture ou ouverture ? Etat de l'art et témoignages », et 168 auditeurs à celle sur « Les Nouvelles approches pour l'innovation ».

Les 42 Rendez-vous, proposés par les sociétés participantes, ont également offert aux visiteurs des présentations de cas client et de bonnes pratiques à forte valeur ajoutée.

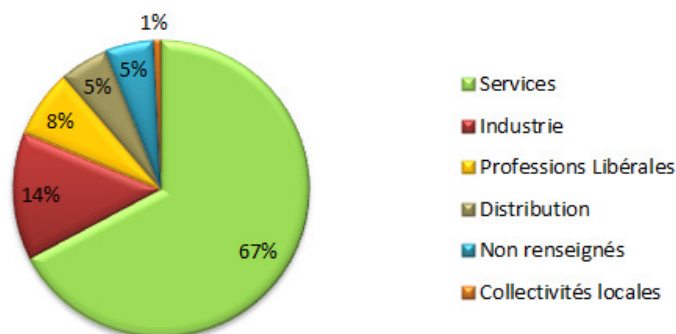
### Des secteurs demandeurs d'études !

Parmi les secteurs d'activité les plus représentés sur la manifestation, c'est sans surprise que le secteur des services génère 67,30% des visiteurs. Celui-ci se distingue avec le secteur des Médias/Produits culturels, puis celui de la Banque/Assurance/Finance suivi par le secteur Télécoms/Multimédia.

Belle représentation aussi pour l'Industrie qui atteint 13,88% avec en tête la Beauté et les Cosmétiques suivis de très près par l'Agro-Alimentaire.

Les visiteurs de la Distribution appartiennent quant à eux principalement à la Grande Distribution.

### Secteurs d'Activité des Visiteurs du 1er Printemps des Etudes



Avec cette 1<sup>ère</sup> édition, le Printemps des Etudes s'inscrit désormais comme le rendez-vous de tous les professionnels des Etudes Marketing et Sondages d'Opinion qui recherchent contenus et échanges de qualité. **La prochaine édition est d'ores et déjà fixée : rendez-vous les 4 et 5 avril 2013 !**

Pour en savoir plus : [www.printemps-etudes.com](http://www.printemps-etudes.com)

#### Contact Presse

Antoine BRASSEUR – [a.brasseur@empresarial.fr](mailto:a.brasseur@empresarial.fr) - 09 81 94 59 40

#### Contact Printemps des Etudes

Stéphanie PERRIN - [st.perrin@empresarial.fr](mailto:st.perrin@empresarial.fr) - 06 61 81 38 82