

Printemps des études 2021

**RDV avec le nouveau Market Research,
les 23 et 24 septembre 2021 au Palais Brongniart à Paris**



Référence française et européenne du secteur, le Printemps des études se tiendra en 100% présentiel les 23 et 24 septembre prochains au Palais Brongniart à Paris. Ces rencontres professionnelles, rendez-vous incontournables en matière de Research, Data, Insights, se pencheront plus particulièrement sur les mutations profondes de ces derniers mois. Venez découvrir le nouveau Market Research !

Un Market Research nouveau

L'édition 2021 du Printemps des études décrypte les enjeux qui s'imposent aux marques et aux entreprises : pertinence de l'hybridation de la data, digitalisation, émergence d'un nouveau consommateur, interactions avec lui décuplées, shopper et retail repensés pour ne pas dire révolutionnés, aspirations à une nouvelle société de consommation, recherche de plus d'éthique et d'authenticité...

Les derniers mois ont accéléré bien des mutations et fait émerger bien des innovations pour les saisir et les accompagner : un nouveau Market Research est né !

Le Printemps des études 2021 ce seront...

- 142 acteurs
- + 82 conférences et rendez-vous
- 16 visites guidées
- 2 agoras
- 1 espace sensoriel
- 1 village de la data avec 24 pitches

Une conférence inaugurale d'exception : la data hybridée



Nicolas Zunz, Président d'Epsilon France et Vice-Président de Publicis France, livrera sa vision en matière d'hybridation de la data au service de la transformation des marques et des entreprises.

Rendez-vous jeudi 23 septembre à 9h30

Des thématiques 2021 portées par les mutations que vivent les marques et les entreprises

Pour répondre à ces défis, le Printemps des études présentera un large éventail d'innovations tant technologiques que méthodologiques pour répondre à toutes les questions que se posent les marques aujourd'hui :

#nouveau shopper et nouveau retail...

Dans un contexte de risque accru, d'imprévisibilité croissante, d'un monde en perpétuel changement, de digitalisation de plus en plus prégnante, avec des réseaux sociaux des plus envahissants, quelles sont les nouvelles façons de cerner le consommateur ? Comment mettre en place une stratégie de shopper marketing pertinente ?

#nouveau consommateur, nouvelle société de consommation...

Comment cerner la nouvelle société de consommation et quelles mutations doivent entreprendre les marques ? Comment rester connectés à ce nouveau consommateur ? Ses attentes sont de plus en plus exigeantes que ce soit en matière d'écologie, de contribution au bien commun, ou aux performances sociétales des produits...

Pour enrichir sa connaissance client et prendre des décisions éclairées, des solutions :

#sémantique #communautés #international #nouveauquali #quantihybridé #digital #réseaux sociaux #datavisualisation #géolocalisation #eyetracking #plateforme marketing #digital #IA

- Pour le programme complet et détaillé du Printemps des Études, [cliquez ici](#).

Le Printemps des études, Rencontres professionnelles Research / Data / Insights, est devenu en quelques années la référence française et européenne de la filière études Marketing et Opinion. Proposant, en un seul lieu, une offre complète et diversifiée, associée à un contenu de qualité, le Printemps des études rassemble tous les ans plusieurs milliers de visiteurs, français et internationaux, professionnels des études et du marketing et dirigeants d'entreprise.

Le Printemps des études est organisé par la société Empresarial.

www.printemps-etudes.com / @PrintempsEtudes / Facebook Printempsdesetudes

Contact : Stéphanie PERRIN, Commissaire Général – st.perrin@empresarial.fr - 06 61 81 38 82