

Journée nationale des études JNE/ADETEM

Pour sa 1^e édition, LA JOURNEE NATIONALE DES ETUDES, organisée par l'ADETEM et l'UDA, sur le thème : « REINVENTER les Etudes Marketing » a rencontré un franc succès auprès des professionnels et a réuni à Paris, le mardi 24 janvier, plus de 200 participants, dépassant largement les attentes. Cette 1^e Edition de la Journée Nationale des Etudes a réuni autour de la Présidente du MEDEF, Laurence Parisot, les professionnels des études, dont tous les métiers étaient représentés, les industriels, annonceurs et experts qui sont venus témoigner et débattre des grandes questions d'actualité liées à l'évolution de leur métier : l'adaptation à l'environnement économique et technologique, l'attitude des consommateurs de plus en plus insaisissables et la professionnalisation, des répondants (ADDED VALUE France, CREATIVE WORKS / QUALITIVE VILLAGE, DANONE, DIAGEO, ELVIR, FRANCE TELECOM, GEORGIA PACIFIC - VANIA EXPANSION SNC, IFOP, IPSOS, LIBERATION, MILLWARD BROWN, MOET HENNESSY - OCRD-STRATDEV, **PANEL ON THE WEB**, PSA PEUGEOT CITROEN, RISC INTERNATIONAL, SOCIOLOGICIEL, SORGEM, THEMA, TNS SOFRES, TTE,...). Pour Jean-Paul Aimetti, Président de l'ADETEM : « la Journée Nationale des Etudes présente avec les Journées Nationales du Marketing, les deux voies de développement du marketing des années à venir : la recherche et l'innovation et le marketing opérationnel et stratégique. Le marketing s'interroge et les professionnels ont besoin, face aux bouleversements des comportements des consommateurs et de l'environnement économique et réglementaire, de nourrir leur réflexion sur les systèmes de compréhension du consommateur et sur leurs pratiques, et d'échanger sur leurs expériences. » Créée en 1954, l'ADETEM, réseau des professionnels appartenant à tous les secteurs de l'activité économique, a pour vocation le développement de la connaissance, des pratiques et de l'innovation méthodologique dans le domaine du marketing. Elle regroupe plus de 1100 adhérents appartenant à 700 entreprises. A travers ses Clubs Thématiques et Régionaux, ses structures de formation, sa revue et ses manifestations professionnelles, elle se veut un acteur majeur et objectif de la profession. Elle s'est donnée pour mission de former, d'informer sur le marketing et d'être la référence en matière d'éthique et de méthode.

www.adetem.org