

Session "Hot Topics" Marketing - France 2020
A l'heure des urgences, comment donner du sens ?

3 décembre 2020 – 10h-12h
animée par Amina Béji-Bécheur (IRG, Uni Eiffel, UPEC)



Isabelle
Collin-
Lachaud
Professeure
des
universités
et dir.
LSRMC, Univ.
Lille



Jérôme Baray
Professeur des
universités
IRG, UPEC,
Univ Eiffel



Audrey
Bonnemaizon
Maitresse de
conférences
IRG, UPEC,
Univ. Eiffel



Pierre Gomy
Directeur de la
division
Insights de Kantar



Mathieu
Marmouget
Ex Dir. général de
Konbini pendant
12 ans, conseiller
des annonceurs
et des médias

Rencontres d'Automne

3 décembre 2020

A l'heure des incertitudes, que peut-on qualifier de « hot topics » ? Qu'est ce qui est urgent et en même temps important ?

Concrètement, les tendances définies en 2019 ont-elles encore du sens pour les acteurs concernés par la recherche ?

Y a -t-il rupture ou continuité ?

Après avoir rappelé notre point de départ, les hot topics de 2019, nous y répondrons en deux temps :

- En 2020, quelles sont les tendances de la recherche, et ont-elles du sens au regard des priorités des consommateurs et des entreprises ?
- Quel est le rôle des chercheurs ?

Qu'en attendent les entreprises ?

La dynamique des « Hot topics 2020 » de la recherche française en gestion confrontés aux attentes des consommateurs et des entreprises

- ⇒ Les « hot topics » de la recherche en marketing – travaux récents – Isabelle Collin-Lachaud (LSRMC, Univ. Lille)
- ⇒ Et en 2020, quelles tendances ? Une réponse par l'analyse dynamique des archives ouvertes de la recherche (HAL) – Jérôme Baray (IRG, UPEC, Univ Eiffel)
- ⇒ Les thématiques s'inscrivent-elles dans le cadre des évolutions du marché ? – Pierre Gomy (dir. Marketing Kantar Insights)
- ⇒ Ces thèmes entrent-ils en résonance avec les priorités des entreprises ? Mathieu Marmouget (dir. de Konbini pendant 12 ans, conseille actuellement des annonceurs et des médias)

■ *10h45 Discussion ouverte avec les participants*

Quel est le rôle des chercheurs dans ce contexte d'urgence ?

- ⇒ **Quels rôles pour les chercheurs ? Regards d'enseignants-chercheurs – Audrey Bonnemaizon (IRG, UPEC, Univ. Eiffel)**
- ⇒ **Quelles transformations pour les métiers du marketing ? Qui former demain ? Quelles connaissances ? Quelles compétences ? – Pierre Gomy (dir. Kantar Insights) & Mathieu Marmouget (consultant, ex dir. Kombini et)**
- ***11h30 – Débats des intervenants avec les participants***