

**NOS MEILLEURS  
VŒUX**

pour une année

**2024**

**INSPIRANTE**

© Image by Freepik





## SOMMAIRE

- Technologie & contenu
- L'IA au quotidien
- L'art dans l'espace public
- Médias sociaux & influence
- Notre production éditoriale

Quelques cas **inspirants**...  
avec des **liens** pour aller + loin

par l'équipe



Nos vœux en vidéo (5'27) :  
<https://vimeo.com/785219311/6d00fcfbdd>

# TECHNOLOGIE & CONTENU



# VOYAGER EN QR CODE DANS LE CHÂTEAU AMBULANT DE LOEWE

<https://howls.loewe.com>



# TEAMLAB, SPÉCIALISTE DES EXPÉRIENCES ARTISTIQUES IMMERSIVES

<https://www.teamlab.art/fr/w>

teamLab★ FEATURED ART OTHER / LAB ALL EXHIBITIONS CONCEPTS BOOKS FUTURE PARK ARCHITECT BIOGRAPHY CONTACT

teamLab Borderless: MORI Building DIGITAL ART MUSEUM, Tokyo  
Opening Early February 2024 Azabudai Hills, Tokyo  
teamLab Museum

teamLab Planets TOKYO  
2018.7.07(Sat) – End of 2027 Toyosu, Tokyo  
teamLab Museum

teamLab SuperNature Macao  
2020.6.15(Mon) - Permanente The Venetian Macao, Macao  
Permanent Solo Exhibition

teamLab Massless Beijing  
2022.12.24(Sat) - Permanente Chaoyang Joy City, Beijing  
teamLab Museum

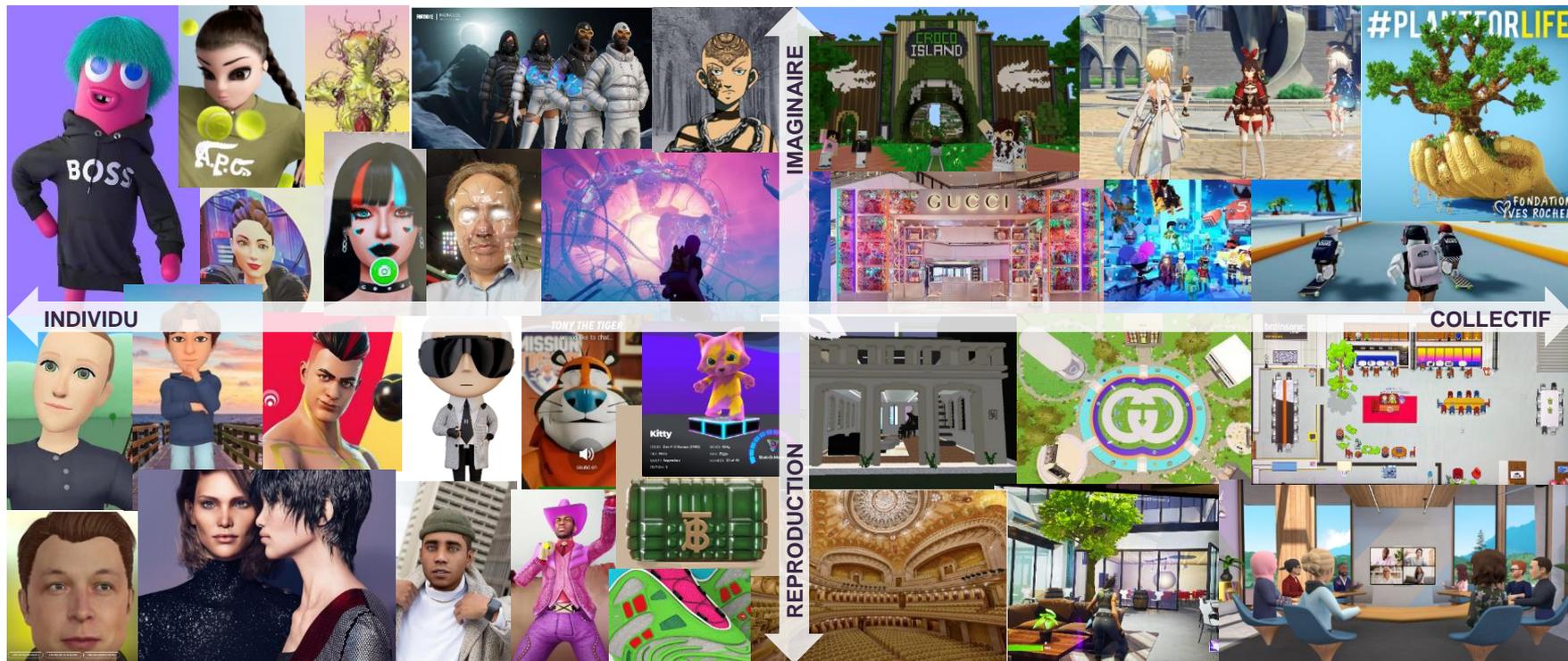
teamLab Botanical Garden Osaka  
2022.7.29(Fri) - Permanente Nagai Botanical Garden, Osaka  
teamLab Open-Air Museum

Future World: Where Art Meets Science, ArtScience Museum, Singapore  
2018.3.12(Sat) - Permanente ArtScience Museum, Marina Bay Sands, Singapore  
Permanent Solo Exhibition



# LE VIRTUEL, ESPACE DE LIBERTÉ ET DE CRÉATION POUR LES MARQUES

Synthèse en une image de l'étude réalisée pour M6 Publicité sur les marques dans les mondes virtuels.



# NAISSANCE D'UN AVATAR SUR LE STAND L'ORÉAL À VIVATECH

Stéphane Knecht rencontre et interagit avec son Digital Twin en 3D, généré avec Ready Player Me.



# L'IA AU QUOTIDIEN



# RETRANSCRIPTION ET SYNTHÈSE AUTOMATIQUE AVEC NOOTA

Voici l'enregistrement et la retranscription IA d'une conférence sur l'avenir de la santé : <http://bit.ly/478SPey>

The screenshot displays the Noota application interface. On the left is a sidebar with navigation options: Overview, Transcript, Résumé (highlighted), and Insights. The main content area is titled "Conférence prospective sur la santé par Nicolas Castoldi". It features a "Partage notes" button, a "Copier" button, and a search icon. A highlighted text box contains a summary of the conference content. Below this, there is a "Social Research" section with a "Questions / Réponses" subsection. This section lists several key topics discussed during the conference, such as the importance of public health, the role of predictive medicine, and the need for collective action. At the bottom right, there is a "Transcript Notes" player with a progress bar and a zoom control.

< Noota

Conférence prospective sur la santé par Nicolas Castoldi

Partage notes

Copier

Partager Exporter

Le participant discute de l'importance de la santé publique, de la protection des plus vulnérables, de la médecine prédictive personnalisée, de l'accompagnement des patients dans le changement de comportement et l'observance de leur traitement, de l'utilisation des technologies pour aider les patients, et exprime son mécontentement face aux débats télévisés non maî.

Social Research

Questions / Réponses

- Le participant parle de l'extension du domaine du soin et de la prise de conscience collective de l'importance de la santé publique pendant le confinement. Il souligne l'importance de protéger les plus fragiles et la nécessité de faire des choix collectifs pour y parvenir. Il parle également de l'essor de la médecine prédictive personnalisée et de la prise en charge des maladies chroniques.
- Comment accompagner un individu dans un changement de comportement ?
- Comment construire un environnement favorable au changement de comportement à l'aide d'objets connectés ?
- Comment accompagner le patient dans l'observance de son traitement ?
- Comment construire un environnement collectif favorable à des comportements sains ?
- Comment les technologies peuvent-elles aider les patients ?  
Les technologies permettent un accès facile à une vision claire de ce qu'il faut faire pour les patients. Les outils technologiques peuvent aider à converser avec le savoir médical et à changer les comportements.
- De quoi les patients ont-ils besoin pour comprendre les instructions médicales ?  
Les patients ont besoin d'une interaction médicale continue pour comprendre les instructions et poser des questions.

0:00:00 / 0:48:37

Transcript Notes



# L'IA COMME OUTIL DE DÉCALAGE ET DE DÉTOURNEMENT

Voir cet exemple d'autofiction en IA générative : [https://www.instagram.com/incognito\\_influencer\\_project](https://www.instagram.com/incognito_influencer_project)



# BRAND SPIRIT, CHATGPT SUR BRAND CONTENT & BRAND CULTURE

Base de connaissances constituée de 15 livres et études: <https://chat.openai.com/g/g-ErVv3Doer-brand-spirit>

**Brand Spirit** ▾

**Brand Spirit**

Expert en marques et communication à partir des recherches et publications de QualiQuanti

By QualiQuanti

The following files are only available for Code Interpreter:

- Livre Big Quali 2022.pdf PDF
- Brand Content Dunod 202... PDF
- brand content analyse de ... PDF
- Brand Culture\_2019.pdf PDF
- Le Product content en 25 q... Document
- Lieux\_de\_marque 2016.pdf PDF
- Le management de la bran... PDF
- article 2 pages sur la perfo... Document
- brand content étude 2008... PDF
- Klepierre\_Livre blanc Pop... PDF
- article 3 pages sur la perfo... Document
- BRAND CONTENT STRAT... Document
- AvisConsommateurs.pdf PDF
- Etudier la performance pl... Document
- V2 INFLUENCIA Etudier la ... Document

Comment améliorer le brand content de m...

Quels sont les principes de la brand cultur...

Peux-tu analyser cette stratégie de marqu...

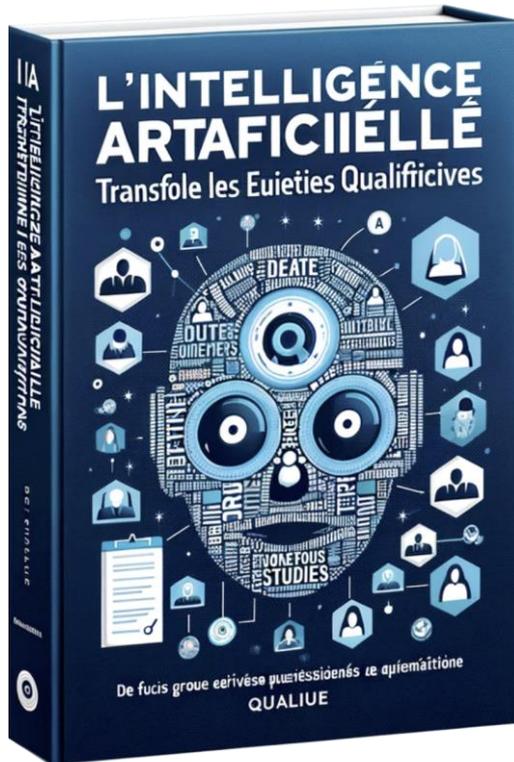
Que signifier performer une marque pour ...

Message à Brand Spirit...

ChatGPT peut faire des erreurs. Envisagez de vérifier les informations importantes.

# LIVRE BLANC « COMMENT L'IA TRANSFORME LES ÉTUDES QUALITATIVES »

Préparation d'un livre blanc, qui illustre le champ des possibles avec une série d'exemples concrets.



# L'ART DANS L'ESPACE PUBLIC



# YAYOI KUSAMA ENVAHIT LES FAÇADES DE LOUIS VUITTON

L'art est dans la rue, spectaculaire. Les œuvres sont exposées pour tous, à voir et à photographier



# PAUL SMITH SCÉNOGRAPHIE UNE EXPO SUR PICASSO

Au musée Picasso, Paul Smith revisite les collections permanentes sur un mode créatif et coloré.



# LA VOIX DE CHARLOTTE NOUS GUIDE DANS LA MAISON GAINSBOURG

Parcours avec audioguide, qui raconte le 5 bis rue de Verneuil : <https://www.youtube.com/watch?v=3R6v89RXJ9s>



M A I S O N  
*Gainsbourg*

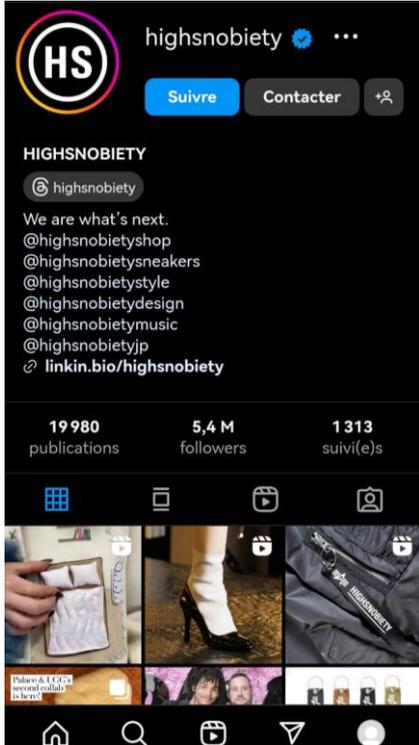


# MÉDIAS SOCIAUX & INFLUENCE



# HIGHSNOBIETY, MÉDIA PUR PLAYER DE LA POP CULTURE MARCHANDE

<https://www.instagram.com/highsnobiety/>

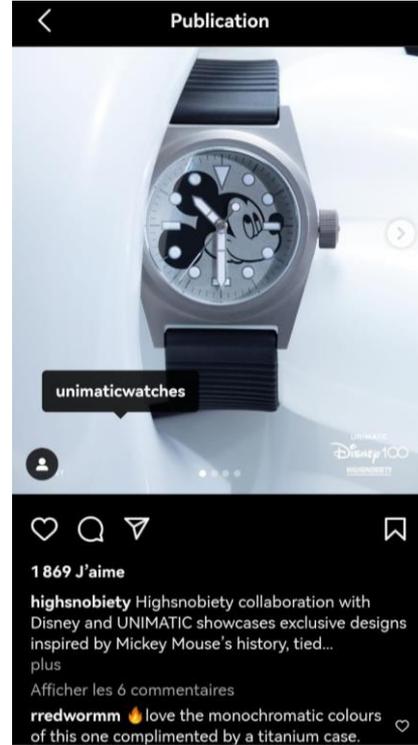


**highsnobiety** • Suivre • Contacter

**HIGHSNOBIETY**  
 @highsnobiety

We are what's next.  
 @highsnobietyshop  
 @highsnobietyneakers  
 @highsnobietystyle  
 @highsnobietydesign  
 @highsnobietymusic  
 @highsnobietyjp  
 linkin.bio/highsnobiety

19 980 publications • 5,4 M followers • 1 313 suivis

**Publication**

anigmaticwatches

Disney 100

1 869 J'aime

highsnobiety Highsnobiety collaboration with Disney and UNIMATIC showcases exclusive designs inspired by Mickey Mouse's history, tied... plus

Afficher les 6 commentaires

rredwormm 🍌 love the monochromatic colours of this one complimented by a titanium case.



**highsnobiety** • Suivre • Avenue of Stars, Hong Kong

Louis Vuitton reveals Hong Kong show location

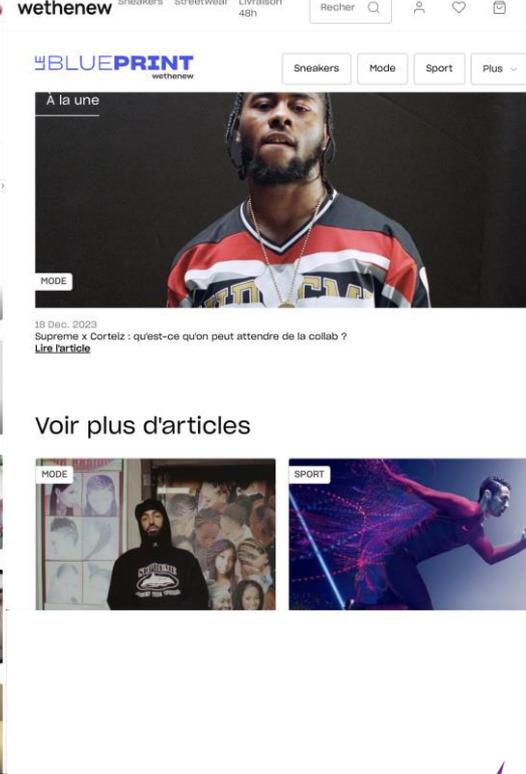
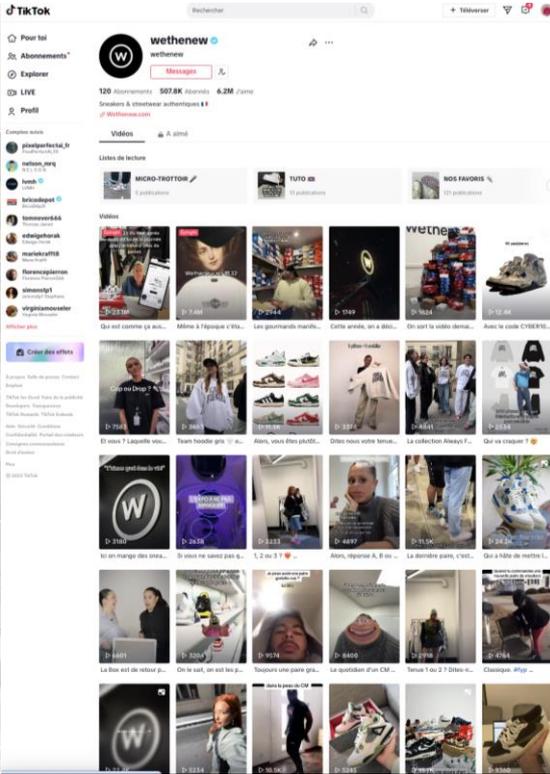
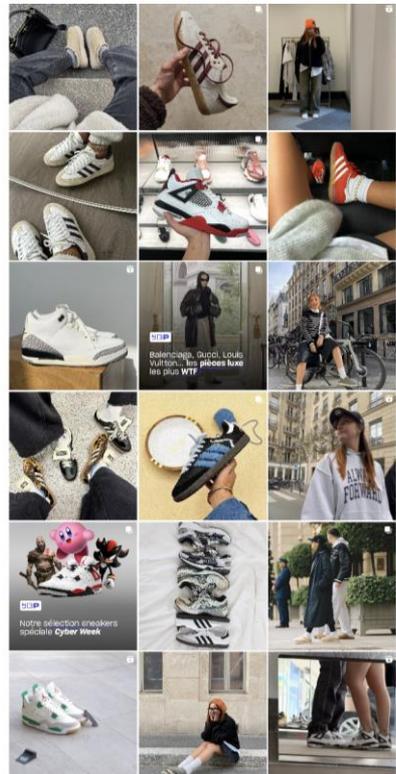
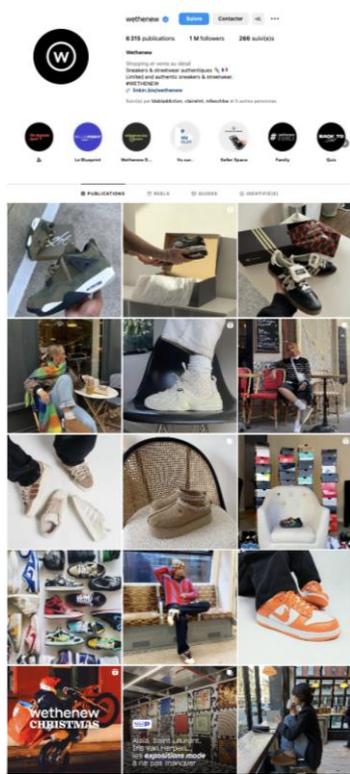
6 975 J'aime

highsnobiety @louisvuitton's next show is at



# WETHENEW & BLUEPRINT, MARQUE ET MÉDIA DE LA CULTURE SNEAKERS

<https://www.instagram.com/wethenew/>



# SECRET DE PEAU, EXPERT DE LA PÉDAGOGIE CUTANÉE

<https://www.instagram.com/secretdepeau/?hl=fr>



secretdepeau

Following ▾

Message



561 posts

437K followers

148 following

Secret De Peau | Skincare No Bullshit

📖 Laurent, auteur du livre « Skincare »

👉 Créateur de @monbeautycoach

👉 Des questions sur ta peau ?

👉 Fais mon diagnostic de peau gratuit 📄

🔗 [monbeautycoach.com/pages/diagnostic-de-peau-en-ligne-offert?utm\\_sour](https://monbeautycoach.com/pages/diagnostic-de-peau-en-ligne-offert?utm_sour)

Followed by [audreyroux](#), [sophiessg](#), [nola.dr.s](#) + 13 more



CERAVE



ESTEE LAU...



EFFACLAR



THE ORDIN...



IMPERFECT...



YOUTUBE

POSTS

REELS

GUIDES

TAGGED

Alerte Gros Concours avec Nooance!



Combien de produits faut-il dans sa routine?



Les meilleurs et pires soins de parapharmacie



Routine complète chez Aroma-Zone



Les meilleurs sérums par type de peau



Tout savoir sur les problématiques Zone T



QUE FAIRE CONTRE LES CERNES PIGMENTAIRES ?



GUIDE COMPLET DES PROBLÉMATIQUES D'HIVER



QUEL EST LE MEILLEUR ACTIF ANTI-ÂGE ?



PRODUITS CORÉENS ANTI-IMPERFECTIONS



TOUT SAVOIR SUR LES SIGNES DE L'ÂGE



LES PRODUITS QU'IL VOUS FAUT ABSOLUMENT !



# KONBINI X ANDROS, TOUT SUR LE PEANUTS BUTTER (BE NUTS !)

<https://www.tiktok.com/@konbini/video/7292781135271136545?q=be%20nuts%20konbini&t=1700845006997>



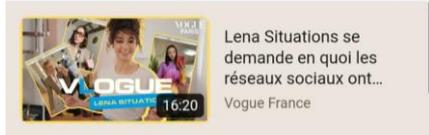
# LÉNA SITUATIONS, REPORTER CRÉATIVE ET SPONTANÉE DE VLOGUE,

<https://youtu.be/c6g5HykB6V8?si=68z02Vq6KRiLwGFJ>



Vlogue | Vogue France 1 / 11

Vogue France



Lena Situations se demande en quoi les réseaux sociaux ont...

Vogue France



Pourquoi certaines sneakers valent des millions? Lena Situation...

Vogue France



Lena Situations s'envole pour Rome, à la découverte de la haute...



4 looks, 4 situations: Lena passe la journée avec un styliste de célébrités | VLOGUE | Vogue France

Vogue France

917 k abonnés

S'abonner

2,7 k

Partager

Télécharger

Extraire

Vlogue | Vogue France

Vogue France - 11/11



# NOTRE PRODUCTION ÉDITORIALE



# ARTICLE SUR LA SINGULARITÉ DANS LE MAGAZINE ÉPATANT

<https://linktr.ee/singularite.patrickmathieu>

**ÉPATANT**  
AUTOMNE HIVER 2023-2024

# ÉPATANT

ÇA NOUS BOUGE!

Dossier Spécial :  
**MIEUX MANGER DEMAIN**

**CLAIRE VALLÉE**  
Le végétarisme vers les étoiles

**JULIE ANDRIEU**  
La cuisine en grande vadrouille

**PHILIPPE ETCHÉBAST**  
Ressource les sens aux Marquises

**DOMINIQUE CRENN**  
Révolution en cuisine

**LES GLADIATEURS**  
De la restauration solidaire

L 14432 • F. 6,50 € • RD

La Grande Interview : **CYRIL DION**  
VOYAGE AU CŒUR D'UN GLACIER QUI FOND !

## TROUVEZ (ENFIN) VOTRE « SINGULARITÉ »

Découvrir sa singularité peut être une révélation. Pourquoi ? C'est là que réside notre puissance d'agir pour transformer le monde et répondre aux besoins d'évolution de la société. Entretien avec Patrick Mathieu, à l'origine de cette théorie inspirée de grands noms de la sociologie et de la linguistique comme Georges Dumézil.

EP - La « singularité », qu'est-ce que vous entendez par là ?

PM - Vous n'avez jamais que ce nombre d'épatant dédié à l'Alimentation. Et bien la singularité – ce don reçu à la naissance – nous inscrit en permanence – une caractéristique spirituelle. Cette question du don se présente à moi à l'âge de 11 ans. Je me demande alors : Est-ce que tout le monde a un don ? À l'époque, j'en doute et cela me semble très injuste. Aujourd'hui, ce don, je l'appelle « singularité ». Tout le monde en est doté. C'est ce qui nous différencie, nous invite à embellir notre propre destinée.

EP - C'est une méthode de décryptage de la personnalité ?

PM - Oui. Ce que nous vivons d'inscrit chaque jour dans le champ de l'identité mais repose sur cette singularité. Le sociologue américain Irving Goffman distingue deux notions. D'une part, l'identité personnelle : la combinaison de faits biographiques qui s'attache à l'individu par un engagement unique et exclusif de faits sociaux et vient s'incarner à lui, telle une « barbe à papa » autour de son bâton. D'autre part, son comportement : notre être profond, cet aspect de soi-même, global et entier, qui nous différencie. La singularité se décrypte en dépassant les enjeux viciés de l'identité. Elle met au jour les mécanismes socio-culturels qui engagent le langage de nos attitudes et comportements, au-delà des conditionnements de nos idéologies – familiales, culturelles, religieuses, nationales...

EP - Comment identifier et décrire sa singularité ?

PM - Il faut définir ce qui vous motive, votre « why ». Trois possibilités, selon ce qui vous guide. Si ce sont les valeurs, le pouvoir, le savoir, la transmission, vos « être » ou « devenir ». Si ce sont les faits, l'énergie, la performance et le challenge, vos « être » ou « devenir ». Si ce sont les relations, les émotions, l'expérience et le bien-être, vos « être » ou « devenir ». À chacun de ces types correspond deux variantes. Au total, six profils, six « moyens de singularité », sont constitués. Ces variantes se valent par complémentarité : chacun d'eux nous possède les trois fonctions mais avec des priorités différentes. Ces familles ont des points communs, insaisissables au premier regard mais à l'origine de nombreux de nos motivations et comportements. Cela dit, chacun est infiniment différent. Cette singularité s'anule avec nos outils, plus fins.

PM - À titre individuel, c'est la possibilité de consulter son mode de fonctionnement et de mieux maîtriser ses clés de succès. À côté des autres, cela permet de mieux se faire comprendre, de pousser les accompagnés dans leur logique et de les écouter plus attentivement, en sorte d'être les bienvenus. Pour mieux s'apprécier, en respectant ses différences.



EP - Quelles sont les sources de cette méthode ?

PM - Le linguiste Georges Dumézil, pour la structure des trois fonctions « souverain », « guerrier » et « producteur ». Le néo-ritualiste A. Germain, pour les schèmes narratifs. Le sociologue Max Weber, pour les fins, moyens et conséquences. Le philosophe de Palo Alto et la PNL, pour la modification comportementale. Abraham Maslow et ses successeurs, pour l'échelle des besoins et les niveaux d'évolution personnelle. La physique fondamentale, pour les lois qui structurent le vivant. La psychiatrie, pour l'analyse des troubles de la personnalité. Et aussi des auteurs de recherche, pour ses thèses universitaires à ce sujet, en particulier Eric Gauthier et Luc Gril, avec une mention spéciale à Michel Schiro l'EB beautiful, d'ailleurs, que je remercie.

EP - Et en quoi cette méthode est-elle « épatante » ?

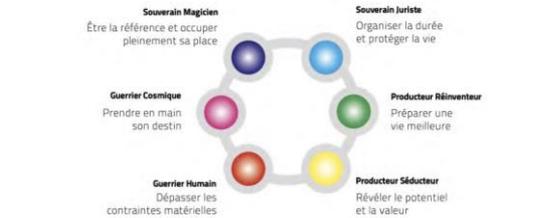
PM - Découvrir sa singularité, c'est une révélation. C'est dans notre singularité que réside ce don – notre puissance d'agir pour transformer le monde et répondre aux besoins d'évolution de la société. Chacun peut faire des miracles ! Management, communication, éducation, géopolitique... La singularité s'applique à nombre de sujets.

EP - Quel est l'intérêt de connaître son profil de singularité et celui de son entourage ?

PM - À titre individuel, c'est la possibilité de consulter son mode de fonctionnement et de mieux maîtriser ses clés de succès. À côté des autres, cela permet de mieux se faire comprendre, de pousser les accompagnés dans leur logique et de les écouter plus attentivement, en sorte d'être les bienvenus. Pour mieux s'apprécier, en respectant ses différences.

## DÉCOUVREZ VOTRE NOYAU DE SINGULARITÉ

L'invite vos lecteurs à se reconnaître dans l'un de ces noyaux, ou à le découvrir gratuitement en utilisant le QR code en fin d'article



Le « Guerrier Cosmique »

Il prend son destin en main pour contribuer au bien commun. Porté par sa quête et sa volonté, il remet en cause les croyances établies et engage pour produire un art de vivre invitant aux relations et à l'échange. Dans votre environnement, le profil d'épatant de trouille, fondateur de l'Épatant et acteur engagé depuis longtemps dans l'entrepreneuriat social, est un bon exemple. Il fait partie des gens qui se heurtent pour un monde plus innovant, responsable et solidaire.

Exemple : Coluche et les Restos du Crâne, Édouard Lévrier, Brigitte Berault, Xavier Niel avec Free, Adrien, mais aussi Nobby Guozel d'Épatant et Emmanuel Macron.

Le « Producteur Réinventeur »

Il veut dépasser les contraintes matérielles pour élever toujours plus haut. Bourré d'énergie, compétitif, il apporte attention et engagement pour produire un art de vivre invitant aux relations et à l'échange. Dans votre environnement, le profil d'épatant de trouille, fondateur de l'Épatant et acteur engagé depuis longtemps dans l'entrepreneuriat social, est un bon exemple. Il fait partie des gens qui se heurtent pour un monde plus innovant, responsable et solidaire.

Exemple : Jamille Mallat, Jacques Perrot, Frédéric Lelièvre, mais aussi François Hollande.

Le « Guerrier Humain »

Il veut dépasser les contraintes matérielles pour élever toujours plus haut. Bourré d'énergie, compétitif, il apporte attention et engagement pour produire un art de vivre invitant aux relations et à l'échange. Dans votre environnement, le profil d'épatant de trouille, fondateur de l'Épatant et acteur engagé depuis longtemps dans l'entrepreneuriat social, est un bon exemple. Il fait partie des gens qui se heurtent pour un monde plus innovant, responsable et solidaire.

Exemple : Napoléon Bonaparte, Élie Miki, Mark Zuckerberg, Barry Diller des publicitaires « The Billings Boston », Emman, Renaud, Rihanna et l'artiste Damien Hirst, mais aussi Jacques Chirac et Nicolas Sarkozy.

Le « Souverain Juriste »

Il organise le temps et le rythme dans la durée pour protéger la vie. Porteur d'une vision globale et unificatrice, il se situe au-delà du temps pour apporter un changement en profondeur. Avec autorité, il s'approprie les ressources et les redistribue après amplification, il gère de la richesse partagée. Le « souverain magicien » aime la grandeur.

Exemple : Louis XIV et Bernard Arnault, Jacques Chirac, James Cameron, Galipol, Beyoncé, Céline Dion, ou Adèle, mais aussi Charles de Gaulle et François Mitterrand.

Le « Producteur Séducteur »

Il révèle le potentiel et la valeur de l'autre. Il aime aider les personnes – il ressent les signaux faibles qui vont l'y aider. Pragmatique, il cherche des solutions rapides pour créer une performance forte et obtenir la reconnaissance. Le slogan « Faire que vous le saluez bien » inspire ces personnes.

Exemple : Eugène Ionesco le fondateur de l'Unité, Carl Gustav Jung, le père de Pinocchio, Brian Cheney, Jonathan Zito, mais aussi le législateur Adolphe Vuille, Salvador Dalí ou Lady Gaga.

Le « Souverain Magicien »

Il révèle le potentiel et la valeur de l'autre. Il aime aider les personnes – il ressent les signaux faibles qui vont l'y aider. Pragmatique, il cherche des solutions rapides pour créer une performance forte et obtenir la reconnaissance. Le slogan « Faire que vous le saluez bien » inspire ces personnes.

Exemple : Louis XIV et Bernard Arnault, Jacques Chirac, James Cameron, Galipol, Beyoncé, Céline Dion, ou Adèle, mais aussi Charles de Gaulle et François Mitterrand.



# ÉTUDE EN SOUSCRIPTION, « C'EST QUOI UN QR CODE PERFORMANT ? »

Un tour d'horizon des QR codes avec des centaines d'exemples analysés en France et à l'international.

**RÉSERVEZ**  
Savoir utiliser une afficheuse C'EST PAR ICI !  
www.systeme1.fr/31000

**HYPERCONDIRIAQUE**  
est un podcast de Santé magazine, sur Decanter, Spotify, Apple Podcast et Google podcasts.  
À retrouver chaque quatrième mardi du mois.

**VOTRE GUIDE DES ANIMATIONS**  
Vous préférez les animations géo-localisées ou celles faites en réalité d'augmentée ? Découvrez les avantages de chacune.  
Les vidéos guidées, les guides audio, les visites guidées.

**POUR LIRE VOTRE GUIDE**  
USAGES WEB

**C'EST QUOI UN QR CODE PERFORMANT ?**  
Etude qualitative en souscription  
2023

**QUALIQUANTI**  
CREATIVE INTELLIGENCE

**LE QR CODE, UNE TECHNOLOGIE POLYVALENTE**  
Le QR code peut déclencher un contenu (site, vidéo, podcast, pdf, texte, carte, appli), une interaction (téléphone, mail, SMS, video, questionnaire), une connexion ou ouvrir une fonctionnalité du smartphone.

- Ouvrir un site internet ou un media social
- Regarder une vidéo en ligne ou un contenu multimédia
- Écouter un podcast, une playlist, le son d'une conférence
- Ouvrir WhatsApp, déclencher un appel
- Envoyer un courriel ou un SMS
- Ouvrir une vidéo, un questionnaire, un formulaire
- Afficher un texte ou rédiger un texte libre
- Montrer un point géographique précis sur une carte
- Télécharger une appli
- Se connecter à une borne wifi ou ouvrir une clé
- Faire un paiement (Lydia, PayPal, Bitcoin), un don, donner un pourboire
- Ajouter une carte de visite (vCard) dans les contacts ou un événement (Calendar)

**INTERACTION**  
**CONNEXION**  
**CONTENU**

**QUALIQUANTI**

**LE QR CODE ACCOMPAGNE LE PARCOURS D'ACHAT ET LES USAGES**  
Le QR code est dans la relation pragmatique au produit aux différents stades de la consommation

Choisir	Acheter	Installer	Utiliser	Entretien et revendre
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fiche produit</li> <li>Essai virtuel</li> <li>Composition et transparence</li> <li>Couilles</li> <li>Obtenir un devis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prendre RV</li> <li>Commander</li> <li>Réserver</li> <li>Avoir une réduction</li> <li>Payer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kit de démarrage</li> <li>Guide d'installation</li> <li>Plan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mode d'emploi</li> <li>Recettes</li> <li>Tutoriel/Démo</li> <li>Conseils et astuces</li> <li>Donner son avis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conseils d'entretien</li> <li>Conseils de réparation</li> <li>Donner son avis</li> <li>Étiquette pour la revente</li> <li>Jeter ou recycler</li> </ul>
Sur le pack Sur l'étiquette En PLY En magasin Catalogue	Sur la pub Sur le pack	Sur le suremballage Sur le produit	Sur la boîte Sur le produit	

**QUALIQUANTI**

**DES BÉNÉFICES PERÇUS PAR RAPPORT AUX SUPPORTS PAPIER**  
Le QR Code est plus écologique, complet, durable et hygiénique que le papier

- ÉCOLOGIQUE**  
Il permet de réduire le gaspillage papier en limitant l'impression et la réimpression de documents éphémères.  
« C'est aussi, très bénéfique pour la planète, cette évite d'imprimer des catalogues de produits (grands distributeurs) qui sont périmés au bout d'une semaine, des flyers. »
- COMPLÉT**  
Il permet d'exploiter tous les formats et fonctionnalités du digital (vidéo, image, recherche par mot-clé, historique) et d'augmenter le volume d'informations.  
« On a accès à un nombre d'info bien plus importante que sur un flyer ou n'importe quel document papier: la nature des documents également, de la vidéo, des images, des liens. »
- HYGIÉNIQUE**  
Il permet d'éviter de manipuler des supports touchés par d'autres usagers.  
« C'est plus hygiénique de ne pas passer derrière 1000 personnes. »
- DURABLE**  
Il est évolutif et peut être mis à jour. Il peut se conserver et ne s'abîme pas.  
« C'est pour ça que je l'avais mis sur ma carte de visite. C'est pour la mettre à jour et ne pas l'avoir à l'imprimer 40000 fois. »

**QR CODE (vs papier)**

**QUALIQUANTI**

**CARREFOUR INVITE À RECEVOIR SON CATALOGUE SUR MOBILE**  
En choisissant le canal de réception (application Carrefour, Messenger, WhatsApp, e-mail, SMS)

**DUI**  
pour recevoir nos catalogues sur votre téléphone.

Plusieurs QR Code  
High Tech  
Technologie  
Carrefour  
Carrefour  
Carrefour  
Carrefour

Je veux recevoir mon catalogue par...  
WhatsApp  
Messenger  
SMS  
Email

**QUALIQUANTI**

**À CENTRAL PARK, LES STATUES EXPLIQUENT LE DROIT DES FEMMES**

WOMEN'S RIGHTS PIONEERS  
Susan B. Anthony and Elizabeth Cady Stanton

Enregistré dans ce PC

Talking Statues  
Español English

**QUALIQUANTI**



# INFLUENCE-MARQUES: LES CLÉS D'UNE COLLABORATION STRATÉGIQUE

Les leviers d'efficacité du marketing d'influence et des médias sociaux au travers d'une approche Big Quali



**INFLUENCEURS ET MARQUES  
LES CLÉS D'UNE COLLABORATION  
STRATÉGIQUE**

**Étude en souscription**  
« Les leviers d'efficacité du marketing d'influence et des médias sociaux au travers d'une approche Big Quali »

2023

**QUALIQUANTI**  
RESEARCH & CONSULTING

**SPÉCIALISATION THÉMATIQUE OU SECTORIELLE DES INFLUENCEURS**  
Expression d'une personnalité, d'une passion, localité, domaine d'expertise, créativité, passion, esprit positif joyeux, capacité pédagogique

Créateurs de contenus	Experts avec spécialisation	Célébrités	Consommateurs ordinaires
Blogueurs (mode, beauté, lifestyle, voyage), YouTubers, Twitcher, gamers, journalistes, photographes, dessinateurs, vidéastes, artistes	Nutritionnistes, coach fitness, trainer, chefs, pâtisseries, barman, coiffeurs, maquilleurs, jardiniers, agents immobiliers, entrepreneurs, conseils en finance perso, engagement	Comédiens, chanteurs, gagnants de jeux télévisés, humoristes, miss France, mannequins, sportifs, chefs	UGC, blog sur le quotidien ou la famille, vie de couple et familles nombreuses, enfants, animaux, passionnés alimentation et commerces
Compétence médiatique et journalistique Capacité à argumenter	Compétence technique (sport, nutrition, mode déco) pour tester les produits Auteurs de livres ou conférences	Beauté esthétique Canon de beauté, Performers Habitude d'être dans la lumière Notoriété	Partage d'expérience sur les produits, commerces, promotions mais aussi l'éducation

Une focalisation sur la beauté et la mode attestée par la catégorisation des American Influencer Awards <https://www.ibeawards.com/2022/awards/> : 39 catégories across beauty (dont les cheveux, extensions, couleur, barber, ongles, skin beauty, mais aussi fashion, fitness and lifestyle). Parmi les catégories hors beauté qui augmentent chaque année : tech, sénior, product review, parenting, gaming, couple, DIY

Report d'Etude Influence 17

**QUALIQUANTI**

**REPÉRAGE DIFFICILE FACE À LA MULTIPLICATION DES ACTEURS**  
Les marques privilégient les relations directes. Elles utilisent les plateformes pour identifier les micros. Elles regrettent le manque de transparence et de valeur ajoutée. L'expertise est attendue au-delà des agents.

Plateformes et solutions technologiques	Agences de talents, de micro-influenceurs, TikTok, internationales	Agences d'UGC
FindUly, skwad, yoob, kolosquare, tagger, DEMOOZ, upfluence, traackr, HEMBLEME, Influence [4You], AdAlong, trnd, metapic, Hivency, SLEEPERS, DCREW, VOGZ, REECH, AKWAÏ	WOÖ, INFLUENS, SOCIALCUT, ADMS, studio playground, neads, Takema, ADSTORYS, ARTYZON, KATALL, GROWS, FORT-CLAIR, CTZR, LINOV, social playground, BINOME, obviously, CON TNT, eYeka	creator hub, neads, ADSTORYS, ARTYZON, kick ads

Report d'Etude Influence 18

**QUALIQUANTI**

**UN LIEN ÉMOTIONNEL FORT ENTRE INFLUENCEUR ET FOLLOWER**  
Le follower développe un sentiment de familiarité et d'intimité avec la personnalité médiatique, même si la relation est fictive et unilatérale. C'est la relation parasociale.

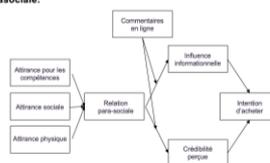
La relation parasociale est une forme de relation unidirectionnelle entre une personne et une personnalité médiatique qui n'a pas conscience de l'existence de la personne.

La relation parasociale se forme lorsque la personne suit le contenu médiatique sur les réseaux sociaux. La relation est renforcée par l'identification, le sentiment de proximité ou fascination pour ses talents, son expérience ou sa personnalité.

La relation parasociale peut jouer un rôle important dans la formation de l'identité et dans le bien-être émotionnel de la personne qui la vit.

Ce concept, issu de l'analyse des relations avec le public fan des acteurs et des présentateurs TV, fait l'objet de nombreux travaux de recherche aux États-Unis.

**Fonctionnement de la relation parasociale en marketing**  
Bu B.C., Wu L.W., Chang T.Y.C., Heng R.H. Influencers on Social Media as Influencers: Understanding the Importance of Parasocial Relationships. Sustainability 2021  
<https://www.mdpi.com/2076-3433/12/19/9275/12/2021/0963/1#pdf>



Report d'Etude Influence 19

**QUALIQUANTI**

**LES DIRIGEANTS, INFLUENCEURS CLÉS**  
Des vecteurs fondamentaux de la réputation de leur entreprise qui doivent développer une ligne éditoriale autour de l'idée qui le guide au minimum sur LinkedIn

On est passé du *personal branding* au *leader advocacy*. Le nombre de dirigeants actifs sur Twitter et LinkedIn a explosé (cf étude annuelle d'Ange intitulée « Top 100 du leadership digital » <https://www.ange.com/fr/actualites/2022/09/20/le-top-100-du-leadership-digital>)

Nicolas Bordas avec TBWA accompagne les leaders dans leur médialisation. Il insiste sur l'importance, pour avoir une influence pertinente, de définir une plateforme de marque personnelle qui fait apparaître les qualités du leader au-delà de son entreprise <https://www.tbwa.com/fr/fr/actualites/2022/09/20/le-top-100-du-leadership-digital>



Report d'Etude Influence 20

**QUALIQUANTI**

**LES AMBASSADEURS VIRTUELS : INCARNATION PÉRENNE DE MARQUE**  
Ce sont des images durables, mémorables et maîtrisées de la marque (vs influenceurs humains ou collaborateurs plus versatile, qui peuvent changer d'orientation).

**INFLUENCEURS VIRTUELS**  
Ce sont des personnages créés par des équipes (souvent des collectifs d'artistes), avec un storytelling ou engagement. Ils sont amenés à collaborer avec plusieurs marques.

**AMBASSADEURS VIRTUELS DE MARQUE**  
Ce sont des personnages créés par la marque, avec un storytelling ou engagement. Ils promeuvent uniquement la marque.

Collaborations à court-terme

**MANNEQUINS NUMÉRIQUES**  
Ce sont des générations d'humains sous forme numérique (pas une copie de quelqu'un en particulier)

**AVATARS**  
Ce sont des actifs virtuels. Ils ont une personnalité humaine.

Report d'Etude Influence 21

**QUALIQUANTI**



# ÉTUDE SUR LE BRAND CONTENT POUR LA BCMA

[https://www.qualiquanti.fr/wp-content/uploads/2023/09/QualiQuanti\\_Brand-content\\_2023-BCMA-extrait.pdf](https://www.qualiquanti.fr/wp-content/uploads/2023/09/QualiQuanti_Brand-content_2023-BCMA-extrait.pdf)



bcma  
branded content  
marketing association  
france

prache  
media  
event

IN  
FLUENCIA

## QUELLE PRATIQUE DU BRAND CONTENT PAR LES MARQUES ?

État des lieux qualitatif auprès de 35 experts

Daniel Bô

[ extrait ]

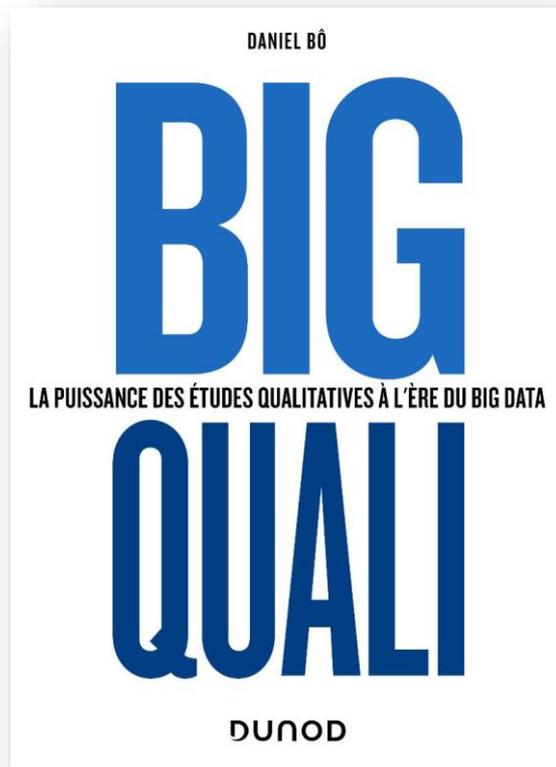
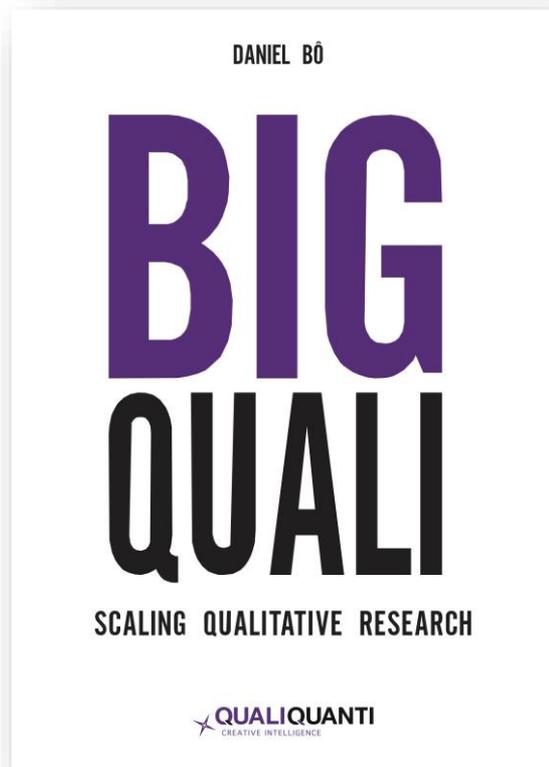


QUALIQUANTI  
CREATIVE INTELLIGENCE



# / SORTIE DE « BIG QUALI, SCALING QUALITATIVE RESEARCH »

Traduction de Big Quali et poursuite du blog <https://bigquali.com>



**BIGQUALI.COM**  
LA PUISSANCE DES ÉTUDES QUALI  
À L'ÈRE DU BIG DATA



# TÉMOIGNAGES CLIENTS ET EXEMPLES DE LIVRABLES

Cliquez pour télécharger des témoignages de nos clients et des exemples de nos livrables



[En verbatim, le retour d'expérience de nos clients](#)



[À quoi ressemblent nos livrables ?](#)



Cliquez sur les liens  
pour télécharger  
ces exemples





# MEILLEURS VŒUX

## POUR UNE ANNÉE 2024 INSPIRÉE

12 bis rue Desaix – 75015 Paris  
Tel: 01 45 67 62 06

Sites :

<https://linktr.ee/qualiquanti>

<https://www.qualiquanti.com/>

<https://brandcontent.institute>

images: [Freepik.com](https://www.freepik.com)

•  
Daniel Bô : [daniel.bo@qualiquanti.com](mailto:daniel.bo@qualiquanti.com)

Claude-Emmanuelle Couratier : [cecouratier@qualiquanti.com](mailto:cecouratier@qualiquanti.com)

Pierre Gaillardon : [pgaillardon@qualiquanti.com](mailto:pgaillardon@qualiquanti.com)