

Recording: *Ponderings from the Perch* – Kristin Luck

Bonjour et bienvenue sur *Ponderings from the Perch*, le podcast de la société Little Bird Marketing. Priscilla McKinney avec vous, comme d'habitude, mais aujourd'hui j'ai invité l'une de mes meilleures amies. Bienvenue à mon show, Kristin.

Merci. Merci de m'avoir réinvitée.

Tu sais, c'est la troisième fois et je crois que, maintenant, les gens m'écrivent juste pour me demander « Voici ma question, peux-tu la poser à Kristin ? »

Parfait. Me voici. Pose-moi toutes les questions que tu veux.

Pose-moi toutes les questions que tu veux. En fait, pour tout te dire, je t'ai invitée, parce que moi aussi j'ai des questions à te poser. Ce qu'il y a de bien, c'est que c'est mon show, donc je fais ce que je veux.

Très bien.

Voilà, je pensais à notre rencontre, il y a un an ou deux, à ce plateau dans un événement professionnel que nous nous étions partagé. C'était mon premier événement professionnel dans les études de marché et tu es venue vers moi et tu m'as demandé de parler de moi, de ce que je faisais, et tu m'as aussi raconté ce que tu faisais. Peu après, tu m'as fait part de ta passion pour ton projet, Women in Research, WIRe, que j'ai rejoint. Et cela a complètement changé ma vie. Mais aujourd'hui, je voudrais parler d'un autre moment qui a changé ma vie, grâce à toi aussi. Donc il y a un an ou deux, à l'IIEX pour GreenBook, tu m'as invitée à un déjeuner pour parler d'ESOMAR. Et tu m'as vraiment convaincue qu'au travers de nos actions, nous essayons toi et moi de rendre à la société tout ce que nous a apporté cette communauté. Tu m'as invitée à ce déjeuner, où j'ai rencontré Joaquim Bretcha, le président d'ESOMAR. Donc, quand j'ai appris que tu te présentais à la présidence d'ESOMAR, j'ai pensé qu'il fallait que tu reviennes à *Ponderings from the Perch* nous en dire plus. Donc parle-nous un peu de ce que tu fais chez ESOMAR, de tes projets et de tout ce qu'il y a derrière cette campagne.

D'accord. En fait, je suis une fan de la première heure d'ESOMAR, son porte-drapeau en quelque sorte. Cela fait presque 11 ans que je travaille pour cette association. Cela a sans doute beaucoup contribué à propulser ma carrière à l'international. Je vis sur la côte Ouest des États-Unis et passe en moyenne la

moitié de l'année en Europe, sauf depuis avril où je passe beaucoup plus de temps aux États-Unis, à cause de cette pandémie. Mais ça a été vraiment fondamental pour m'aider à développer mon réseau mondial et entrer en contact avec des chercheurs du monde entier que je n'aurais pas rencontrés sinon ; ça m'a aussi mieux fait connaître les méthodes de travail des gens dans le monde, les différents types de recherche et les différentes manières de résoudre les problèmes. En fait, cela a tellement boosté ma carrière que je me suis présentée au Conseil pour la première fois il y a six ans. Donc, cela fait six ans que je suis au Conseil d'administration. À la dernière élection, je me suis présentée à la vice-présidence et cela fait maintenant deux ans que je suis vice-présidente. Et comme ce projet me passionne, j'ai décidé qu'il était vraiment temps que je me lance et me présente à la présidence.

Donc parle-moi un peu de ce qui t'a amenée à te présenter. Quelles sont les tâches dont tu t'occupes au sein du Conseil d'administration et en tant que vice-présidente ? Quelles causes défends-tu ?

ESOMAR est une association qui s'investit réellement mondialement dans la protection et l'éthique des données. Pour vous situer un peu, pour ceux qui n'ont jamais travaillé dans une association, ce dont vous n'êtes sans doute pas conscient, et c'est d'ailleurs aussi le cas d'Insights Association ici aux USA et de la plupart des associations de toutes les régions du monde, c'est l'incroyable travail de lobbying et de négociation avec les gouvernements pour que notre secteur puisse continuer son combat pour un recueil des données éthiques et socio-responsables. Mais l'une des principales missions de l'association est aussi la recherche intensive et la validation de nouvelles méthodes de recherche ; et, surtout, elle ne cesse de se développer et d'apporter de nouvelles idées et méthodes de travail. C'est l'un des trois axes de la plateforme à laquelle je collabore. Je pense qu'un grand nombre d'entreprises se lancent sur ce créneau qui draine un important flux de capitaux privés, mais beaucoup de chercheurs ne savent pas vraiment traiter les données de tiers ou auxiliaires qu'ils reçoivent. Comment intégrer ces acteurs à notre écosystème et travailler avec ces données de manière éthique et responsable ? Et que faire pour que ces sociétés adoptent aussi nos bonnes pratiques de confidentialité et d'éthique des données ? Je pense que le but de cette association est d'avoir une vision globale de l'ensemble du secteur au niveau mondial et de prendre les bonnes mesures pour assurer sa pérennité.

Bon, j'aimerais revenir sur quelques-uns de ces points, car tu parles beaucoup des importantes sommes qui affluent en ce moment vers le secteur des études de marché.

Oui, ce sont vraiment de grosses sommes.

Nous avons eu beaucoup de discussions intéressantes, mais je voudrais revenir sur ce que tu viens de dire à propos du développement à l'international et te poser une question personnelle. J'ai travaillé pour toutes sortes d'associations et je ne sais pas où j'avais entendu cela, mais pour moi ESOMAR était une sorte de conseil européen. Je ne la percevais pas comme une association mondiale. J'avais sans doute mal compris. Pourquoi avais-je cette impression, ou bien est-elle aussi perçue comme telle aux USA ?

En fait, à l'origine ESOMAR était une association européenne. Mais ces 20 dernières années, nous sommes devenus une association mondiale, présente dans le monde entier et travaillant avec des associations de tous les pays. Donc je pense que c'est un peu son image d'origine, lorsque le « E » d'ESOMAR se rapportait à Européen. Cela étant, nous avons revu notre slogan et notre positionnement, ce qui fait de nous une association vraiment mondiale. Mais c'est quelque chose qui revient souvent dans les conversations que j'entends et, à chaque fois, je dis « Non, elle est mondiale ». Nous sommes une association mondiale. Nous travaillons avec des gens du monde entier. Oui. L'une des raisons pour lesquelles je t'ai décidée à nous rejoindre, Priscilla, en particulier quand on vit dans un pays comme les USA, qui a une tendance à l'isolationnisme, ou que l'on a un travail assez sédentaire et que l'on ne voyage pas beaucoup, en particulier à l'étranger, je pense que l'un des grands avantages d'ESOMAR, c'est l'accès à des personnes, des présentations et des contenus du monde entier, qui offrent une perspective plus globale et permettent de savoir comment les gens résolvent les problèmes dans des régions que l'on ne connaît pas.

Ah oui, ça, ça me plaît beaucoup. Mais j'ai cru remarquer que tu es très prosélyte, tu cherches toujours à faire de nouveaux adhérents - en gros, plus on est nombreux, plus les échanges sont fructueux.

Absolument. C'est vraiment une chance pour moi de faire partie du Conseil de la Fondation ESOMAR depuis environ six ans. Et ce qui me passionne dans cette fondation, qui aide surtout les chercheurs dans le besoin, c'est qu'elle travaille beaucoup avec des associations à but non lucratif. Leurs présentations sont parmi les plus intéressantes que j'aie jamais vues au Congrès d'ESOMAR et, si vous êtes membre d'ESOMAR, vous pouvez les parcourir sur ANA et les retrouver toutes en ligne ou sur papier. Mais cet enregistrement présenté lors de notre conférence annuelle au Congrès d'ESOMAR est sans doute l'étude la plus intéressante et innovante dont vous entendrez jamais parler ou lirez, comme comment faire des études de marché au Sud Soudan ou d'autres régions en guerre du monde entier, où parler aux gens de leurs problèmes sociaux est aussi dangereux pour les personnes interrogées comme pour les chercheurs, et

essayer de recueillir des données exploitables, intéressantes et pertinentes et l'opinion des gens dans les régions les plus dangereuses, où recueillir des données et les analyser relève de l'exploit. Voilà, c'est comme cela que je « vends » la Fondation ESOMAR. Si vous n'avez jamais vu ou lu aucun de ces enregistrements ou sessions, allez sur ANA, notre bibliothèque de références ESOMAR, c'est une véritable mine d'or.

D'accord, comme nous sommes amies, je pense que tu ne m'en voudras pas si je dis que tu profites de l'occasion pour lancer un appel aux dons pour la Fondation ESOMAR, une excellente idée de ta part.

Je le fais et l'ai d'ailleurs fait à titre personnel. Je ne vais quand même pas te demander de faire quelque chose que je ne fais pas moi-même, Priscilla.

C'est normal. J'adore ça. Sérieusement, c'est un plaisir de faire quelque chose pour ce secteur qui nous a tant apporté. Mais je pense qu'il faut des gens qui aient vraiment envie d'en parler ; sinon le message ne passera pas. Au fait, à propos de ce déjeuner auquel tu m'avais invitée pour parler d'ESOMAR et mieux connaître cette association, je crois qu'il y avait aussi une quarantaine de tes amis proches, non ?

Oui. Je suis toujours très convaincante pour décider les gens à venir à ces événements, car je pense que cela leur sera très utile. Tu y as rencontré Joaquim Bretcha, notre président depuis deux ans. Joaquim et moi faisons partie du Conseil d'administration depuis six ans. Et je crois vraiment en la plateforme qu'il a créée. Mais il reste encore du pain sur la planche. Pour moi, notre but est de rallier le plus de monde possible, pour que nous allions tous dans la bonne direction, la même direction.

C'est vrai. C'est super. Donc je voudrais maintenant te présenter un peu mieux à mon public, pour ceux qui ne te connaissent pas encore très bien. Ceux qui te connaissent savent que tu ne te contentes pas de guider les femmes, mais que tu les sponsorises aussi pour décrocher des postes comme celui-ci. Et tu es toujours prête à défendre la diversité dans les panels, sur scène, dans les associations, enfin partout. C'est tellement exaltant pour moi de voir une femme se présenter à la présidence d'ESOMAR. Dis-moi un peu comment tu vois l'avenir d'ESOMAR, notre évolution, que tu deviennes présidente ou non. Comment allons-nous évoluer en termes de diversité et donner la parole à des gens de tous horizons ? Quel est ton point de vue là-dessus ?

Je suis vraiment ravie que la liste de candidats au Conseil d'ESOMAR de cette année soit sans doute l'une des plus diversifiées que j'aie jamais vu se présenter au Conseil. Nous avons davantage de candidats d'Afrique, des Amériques,

d'Asie-Pacifique, car je crois que, du moins depuis que je suis au Conseil d'administration, les plus représentés ont été l'Angleterre et l'Europe. Bien sûr, ces associations font un énorme travail de recherche et il est important qu'elles y soient représentées. Mais si vous prenez le continent américain, par exemple, l'Amérique du Nord et du Sud représentent à elles seules 56 % des dépenses de recherche, et pourtant ces dernières années nous étions moins de 10 % au Conseil. De même, nous n'avons pas eu de femme présidente depuis plus de 12 ans et aucun président du continent américain ou non européen. Donc je pense que la diversité, c'est aussi et surtout cela. Je pense que l'une des plateformes de Joaquim à laquelle nous avons collaboré au cours de ces dernières années est justement née de cette idée de jeter des ponts. Donc, comment rendre notre association vraiment mondiale, pour que, quels que soient le fuseau horaire et la langue, on ait accès à la plateforme et aux services ESOMAR aussi facilement qu'aux Pays-Bas ou en France. Et ça, c'est vraiment ce qui compte. Comme je te l'ai déjà dit, deux ou trois personnes m'ont demandé « Comment pourriez-vous être présidente d'une association dont le siège est aux Pays-Bas, alors que vous vivez sur la côte Ouest des USA ? » Ce à quoi j'ai répondu « Vous savez, pour une association vraiment mondiale comme la nôtre, ce n'est pas un problème. » Exactement comme si nous avions un président en Australie ou à Tokyo. Je pense que c'est fondamental, surtout pour une association comme la nôtre. Les deux autres axes de ma campagne étaient d'attirer des jeunes chercheurs vers ESOMAR. Nous en discutons depuis un moment et nous ne réussissons pas encore vraiment à attirer la nouvelle génération de chercheurs. Je pense que de nombreuses sociétés de technologie et de recherche non conventionnelle se lancent sur ce créneau, qui draine beaucoup de capitaux privés. Donc elles cherchent à recruter ces jeunes talents, mais je ne crois pas que les sociétés d'études de marché à service complet réussissent vraiment à attirer cette jeune génération, et c'est ce que nous cherchons réellement à faire en tant qu'association.

Je pense que c'est super important. Ce n'est pas qu'une question d'équilibre des genres, des races et des origines ethniques, ou juste de diversité d'opinions ; l'âge est aussi un facteur important pour l'avenir de notre secteur. Oui, c'est clair. Donc revenons à l'époque où tu as créé Women in Research.

Oh là, qu'est-ce que tu vas encore me demander...

C'est devenu une grande association d'envergure internationale, que nous ne pouvons que vous conseiller de rejoindre. L'adhésion est toujours gratuite.

Oui, effectivement.

Donc c'est gratuit pour les femmes. Mais ce qui est intéressant et ce que je voulais surtout te demander au sujet de cette plateforme avec ESOMAR, c'est que tu as toujours insisté sur le fait que Women in Research ne s'occupe pas que des chercheuses.

C'est exact.

C'est aussi pour les hommes qui partagent ce point de vue. Et tu as acquis le soutien de Joaquim qui essaye aussi de s'attaquer à ces problèmes avec sa plateforme, que ce soit la diversité de races, d'opinions, de cultures ou de genres. Donc pourrais-tu m'en dire un peu plus sur ta vision d'ESOMAR, l'association qui apporte son soutien sur ces questions et le travail qu'il reste à faire dans ce domaine ?

Notre étroite collaboration avec ESOMAR, depuis déjà quelques années, est une grande chance pour WIRe. C'est l'un de nos partenaires stratégiques. Donc nous collaborons avec eux sur le contenu et la programmation. Je pense que la diversité va encore plus loin. Quand on parle de diversité, on pense diversité de genres, d'origines ethniques ou de races, mais je pense que l'on devrait aussi parler de la diversité de compétences. Et l'un des domaines où je pense que nous sommes un peu en retard ou réticents en tant que chercheurs, ce sont les sociétés de données-en-tant-que-service et les fournisseurs de données tiers, les scientifiques des données, l'informatique décisionnelle, qui ne sont peut-être pas des chercheurs à proprement parler, ou qui se situent à l'écart de la recherche standard. Donc ils sont confrontés à des volumes effarants de données dont ils ne savent pas vraiment quoi faire. Je pense que cela explique, dans certains cas, des points de vue ou perspectives sur lesquels nous devrions revenir. Selon moi, nous devons aller au devant de ces gens et les intégrer à notre communauté, pour qu'ils comprennent l'importance de l'éthique et de la confidentialité des données, de la satisfaction de la personne interrogée, les intégrer au lieu de les exclure. Personnellement, j'essaie toujours de rapprocher les gens au lieu de les exclure. J'ai toujours pensé qu'il est préférable de travailler ensemble, et je pense aussi que c'est indispensable à l'avenir de notre secteur, car nous commençons à mieux connaître les différents types de données et de fournisseurs de services de données. Et encore une fois, à cause de tout l'argent que draine ce secteur, des capitaux privés au capital-risque, je pense que cela change radicalement le paysage de la recherche tel que nous le connaissons, mais en mieux.

C'est intéressant pour moi en tant que PDG d'une agence de marketing, mais nous entrons dans une ère où les gens ne disent pas seulement qu'ils veulent des messages marketing et des décisions axés sur les données, mais commencent à faire ce qu'il faut pour cela, là aussi en impliquant plus de gens, pour ceux d'entre nous qui ne font pas vraiment d'études de

marché mais les utilisent : quelle éthique devons-nous respecter dans leur utilisation ? Je suis totalement d'accord sur ce point et d'ailleurs, c'est toi qui m'as suggéré d'en parler. Et il me semble que cela débouche sur de très intéressantes discussions au cours desquelles les gens en viennent à demander : « Au fait, à quoi vous servent mes données ? Ça m'intéresserait de le savoir. » Et en fait c'est le genre de conversation que j'entends assez souvent.

Ouais.

Mais un dernier point pour terminer. Je sais que je te pose toutes sortes de questions – et en fait, cette discussion nous a fait gagner beaucoup de temps que nous aurions autrement passé à envoyer des SMS. Mais je suis super contente que tu te présentes à la présidence. Voyons, qu'est-ce que je voulais encore te demander ? Que faudrait-il que nous sachions sur ce que tu feras si tu es élue présidente d'ESOMAR ? Que penses-tu pouvoir apporter de nouveau ?

Je suis une serial entrepreneuse, en fait... ça va révéler mon âge, mais tant pis. J'ai créé ma première entreprise en 1999. J'ai une longue expérience de la profession et ai eu beaucoup de casquettes dans ma carrière, de chercheuse à conseil en stratégie, directrice commerciale et du marketing et PDG. Et je suis passée par des périodes de crise comme celle que nous traversons actuellement. Je pense que l'année passée, cette pandémie a bouleversé les prévisions de beaucoup d'entreprises . Et cela a été très dur pour certaines. Je pense que les associations ont peiné à offrir aux entreprises de vrais conseils, au lieu de simples études de marché. Un grand nombre de gens ont beaucoup souffert l'année passée. Je suis fière que mes entreprises aient survécu à la bulle Internet, les récessions de 2007 et 2009 et maintenant à une pandémie. Donc je pense avoir un point de vue unique sur la façon de prospérer en période de crise, de moderniser nos associations et les services aux membres et de les rendre pertinents pour les chercheurs, mais aussi pour les chefs d'entreprise et, encore une fois, pour ces nouveaux types de sociétés qui arrivent sur le marché.

Oui, oui, formidable. Mais tu m'as dit que tu te décrirais comme une personne « inclusive ». J'ajouterais que le premier mot qui me vient à l'esprit est « généreuse ». Tu es toujours généreuse et prodigue sans compter ton temps et tes conseils, et c'est aussi ton travail en tant que conseil en stratégie. Il y a tant de gens qui m'ont raconté comment tu les as aidés et leur as consacré du temps et de l'énergie pour étudier à fond leur problème et essayer de les aider efficacement. C'est quelque chose que j'apprécie vraiment et je pense que toi et moi sommes d'accord que plus nous collaborerons, plus notre profession s'améliorera et nous aussi. On

fait toujours mieux en collaborant ensemble. C'est quelque chose que j'apprécie vraiment chez toi.

Ça me fait très plaisir. Merci. Je dirais que la générosité d'esprit est quelque chose de très important pour moi. Comme on m'a dit deux ou trois fois : « Tu es sacrément occupée, un conseil d'administration par-ci, un autre par-là, et en plus tu conseilles cette société. Où trouverais-tu le temps d'être présidente d'ESOMAR ? » Il y a un super proverbe qui dit « Si vous voulez que quelque chose soit bien fait, confiez-le à quelqu'un de très occupé. »

Exactement.

Je suis très efficace. En fait, étant au Conseil d'administration depuis six ans, j'ai la chance de très bien connaître l'association et je vois de vraies opportunités de croissance, en particulier sur les marchés où nous ne sommes pas encore bien implantés, comme l'Amérique du Sud, l'Afrique et l'Asie-Pacifique, un énorme potentiel de croissance pour nous. Donc je suis impatiente d'avoir la possibilité de faire progresser les choses.

Génial, et si vous ne [INAUDIBLE] pas encore ESOMAR et que vous travaillez dans les études de marché, rendez-vous vite sur son site. C'est très enrichissant. Et apparemment, nous aurons un panel de candidats très diversifié entre lesquels choisir cette année. Donc, Kristin, merci d'avoir aimablement répondu à mon invitation comme toujours et d'être venue à mon show.

Merci de m'inviter régulièrement Priscilla.

Tu es l'une des favorites de mes fans, donc c'est normal.

C'est agréable à entendre.

Génial ! De la part de nous tous, ici, à Little Bird Marketing, bonne journée et beaucoup de succès dans votre marketing !