QUALIQUANTI
CREATIVE INTELLIGENCE

ÉTUDES & RECHERCHE: VOUS ÉCLAIRER POUR VOUS DONNER DES LEVIERS D'ACTION

Image by Freepik

QUALIQUANTI, INSTITUT D'ÉTUDES ET DE RECHERCHE

« Pour des études qui donnent du sens et permettent d'identifier des leviers d'action », par Daniel Bô, Pdg

QualiQuanti, c'est un institut indépendant qui propose des solutions sur mesure à partir d'un portefeuille de méthodes. Notre credo ? Mener à bien des études ambitieuses. Avec des dispositifs **frugaux**. Être transparent, aussi : transmettre les avancées de l'étude au fil de l'eau et ouvrir l'accès aux données brutes et documents de travail.

Notre signature, « **Creative intelligence** » ? Elle illustre une approche inventive et évolutive des méthodes pour favoriser la mise au point de solutions originales et pertinentes. Dans une société positiviste qui sacralise les données chiffrées, QualiQuanti s'appuie résolument sur les sciences humaines et l'interdisciplinarité. Notre équipe accorde une place importante à la culture, à l'émotion et au sensoriel. À la clé : l'utilisation des images et de la vidéo.

Observatoires, veille internationale, interviews d'experts, analyse culturelle, exploration des usages, crowdsourcing… Autant de méthodologies fécondes pour la créativité ! Une bonne étude doit surprendre, donner matière à réflexion et générer des résultats enthousiasmants.

« QualiQuanti », ce nom annonce la volonté d'hybrider le meilleur des approches quali et quanti. L'enjeu ? Additionner des focales micro et macro afin d'explorer un sujet sous tous les angles. Nous allions rigueur et expertise data à une sensibilité qualitative pour des études quantitatives en profondeur. Pourquoi nos études sont-elles riches en *insights* ? Grâce à notre approche « Big Quali » qui génère abondance et diversité de données. Cf. le blog du Big Quali : https://bigquali.com/.

La raison d'être de QualiQuanti ? Décrypter les leviers d'adhésion (ou de performativité) à un produit ou à une marque ; comprendre ce qui va favoriser le passage à l'acte de publics ciblés. Les études permettent d'explorer pourquoi et comment une personne adhère à une marque, adopte un comportement via un choix de consommation ou s'identifie à un modèle culturel. La consommation est un terrain de jeux où s'exprime la singularité de chacun. « Performer », c'est s'accomplir dans une pratique, réinventer un usage, adhérer à une vision. Comprendre la « performativité », c'est identifier l'essence du succès et les bons axes de transformation.

Dans le livre *Brand Culture*, voir le chapitre « performativité »

NOTRE VALEUR AJOUTÉE

1. **NOS PANELS – PROPRIÉTAIRES & ONLINE**
2. **NOTRE MÉTHODOLOGIE – UNE PALETTE D'OUTILS**
3. **NOS LIVRABLES – OPÉRATIONNELS & ILLUSTRÉS**
4. **NOTRE ÉQUIPE – PLURIDISCIPLINAIRE ET EXPÉRIMENTÉE**
5. **NOS PUBLICATIONS & RECHERCHES – MÉDIAS, MARQUES, RETAIL…**
6. **NOTRE ENGAGEMENT RSE – INTERNE & EXPERTISE**
7. **NOS RÉFÉRENCES – MULTISECTORIELLES – 35 ANS D'EXPÉRIENCE**

1. NOS PANELS – PROPRIÉTAIRES & ONLINE

350 000 PANÉLISTES FRANCOPHONES

(France, Belgique, Suisse, Maghreb, Afrique subsaharienne…)

testconso.com
VOTRE AVIS A DE LA VALEUR

Qualité des terrains pour les recrutements (visios, forums, face à face) et enquêtes en ligne.

Souplesse, réactivité, rapidité de mise en œuvre avec résultats bruts à J+3.

Réponses détaillées aux questions ouvertes et forte implication dans les terrains qualitatifs.

50 000 PANÉLISTES ANGLOPHONES

(International)

consumerworldwide.com
ONLINE SURVEYS AND FORUMS

Plus de 100 pays couverts.

Capacité à recruter pour des études qualitatives online multi-pays.

2. NOTRE MÉTHODOLOGIE – UNE PALETTE D'OUTILS À COMBINER

QUALI & BIG QUALI

- Bilan 360° marque, enseigne, dirigeants
- Test communication, médias sociaux, produit et service
- Communautés en ligne, forums
- UX design et UX éditorial
- Etudes BtoB et experts
- Ateliers créatifs et workshops
- Enquêtes quali-quanti®
- Création de panels sur mesure

TENDANCES & SÉMIO

- Observatoires et cahiers de tendances
- Audit sémiologique et culturel, sémio-live®
- Plateforme de marque et audit de brand culture

INTERNATIONAL

- Études multi-pays
- Études interculturelles et entretiens biculturels
- Marketing ethnique

QUANTI & DATA

- Usages et attitudes avec segmentation, typologie
- Bilan de clientèle, de marque avec mise en perspective marché, matrice importance, performance
- Test de noms, packs, concepts… en monadique séquentiel
- Test innovation en salle, en longitudinal au foyer
- Evaluation des prix via PSM (Price Sensitivity Measurement)
- Analyse conjointe type Trade-Off avec simulation de marché

NOTRE APPROCHE MULTIFOCALE À GRANDE ÉCHELLE – LE BIG QUALI

DONNÉES QUALITATIVES À GRANDE ÉCHELLE : POURQUOI ET COMMENT LES EXPLOITER ?

À l'heure du Big Data, toute marque a accès à une masse de données qualitatives (photos, vidéos, témoignages, etc.). Mais comment produire et exploiter cette matière sans s'y noyer ?

La réponse réside dans le Big Quali, méthode qui rend les études qualitatives plus riches et attractives au travers du numérique. À la clé :

- des échantillons plus importants (forums, communautés, veille sur les réseaux sociaux) ;
- des durées d'interrogation longues (jusqu'à plusieurs semaines) ;
- des interactions enrichies par des logiciels, capteurs, caméras, etc.

La force du Big Quali ?

- Générer des données quali massives et diversifiées, en coopération avec les consommateurs – à condition de savoir les stimuler.
- Bénéficier d'une multitude de points de vue indépendants et d'une vision globale.
- Généraliser des règles à partir d'une vue panoramique alliée à une analyse culturelle en profondeur.
- Accéder à un résumé illustré d'une quantité d'observations et de vécu.

Le Big Quali, c'est offrir une vision omnisciente, qui fait le tour d'une réalité, dans un temps et un budget limités. Une façon de générer les fameux *insights* (éclairs de compréhension), sources d'innovation et de créativité.

Cliquez ici pour télécharger les 40 premières pages du livre *Big Quali*

3. NOS LIVRABLES – OPÉRATIONNELS & ILLUSTRÉS

Objectif : captiver l'attention et faciliter une appropriation autonome et fluide

1. Un titre informatif, un chapeau explicatif.
2. Plusieurs niveaux de lecture : rapide ou en profondeur.
3. Des visuels qui font sens.
4. Une transmission efficace de l'information via des techniques journalistiques.
5. Enregistrement de rapports vidéo.

Photos commentées de consommateurs

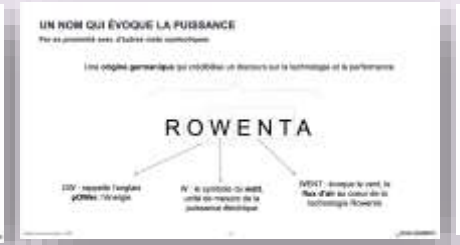


Schéma explicatif

Frise

Tableau

Visuel légendé

Communication graphique des résultats

Pour en savoir plus sur nos livrables : https://www.quali-quanti.com/wp-content/uploads/2026/03/qualiquanti_bestoflivrables.pdf

NOS ÉTUDES – QUATRE EXEMPLES

Étude quali combinant une veille, communauté en ligne, entretiens d'experts et sémio-live

Étude quali & quanti combinant focus groupes, enquête quantitative grand nombre (échantillon représentatif)

Cliquez pour télécharger ces exemples

Étude en souscription sur le product content

Étude quantitative de type "usages et attitudes"

4. NOTRE ÉQUIPE – PLURIDISCIPLINAIRE & EXPÉRIMENTÉE

Daniel Bô
PDG et fondateur

HEC, SciencesCom

Claude-Emmanuelle Couratier
Directrice conseil

ISC

Pierre Gaillardon
Directeur d'études

CELSA, IFP

Alexandra Marsiglia
Directrice conseil

ESSEC

Raphaël Lellouche
Consultant sémiologie

Agrégé de philosophie

Philippe Berthelot
Consultant

Expert RH

Carla Bouis
Directrice d'études sémio

ESSEC, École du Louvre

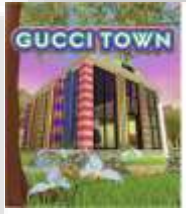
Eléonore Hourt
Chargée d'études senior

Master 2 Sociologie
Master 2 Sciences politiques

- **Des PROFESSIONNELS** qui ont à cœur de produire des livrables opérationnels, avec une réelle compréhension des enjeux business.
- **Des profils** diplômés de grandes écoles, formés en sciences sociales, sciences humaines, philosophie mais aussi histoire de l'art, sémiologie, langues & civilisations étrangères et journalisme.
- **Des profils DIVERSIFIÉS**, avec l'expérience d'une multitude de secteurs et de problématiques.

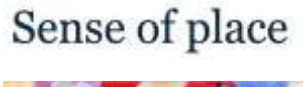
5. NOS PUBLICATIONS & RECHERCHES – MÉDIAS, MARQUES, RETAIL…

NOUVEAUX MÉDIAS



MARQUE & COMMUNICATION

LIEUX & COMMERCE



6. NOTRE ENGAGEMENT RSE – INTERNE ET EXPERTISE

Un engagement auprès des collaborateurs, consommateurs et des clients labellisé par un score de 55/100 et une médaille de bronze chez Ecovadis.

Une expertise sur les problématiques environnementales : bio, recyclage, consigne, vrac, tri des déchets, écogestes… et **sur les problématiques sociales :** dépendance, handicap, vieillissement, bien-être au travail…

Une expertise sur la singularité et la raison d'être en partenariat avec PatrickMathieu Conseil.

Pour en savoir plus…
Ecovadis : https://ecovadis.com/fr
Code de conduite et d'éthique professionnelle : https://www.quali-quanti.com/wp-content/uploads/2025/02/Code-dethique-pro.pdf

7. NOS RÉFÉRENCES – MULTISECTORIELLES – 35 ANS D'EXPÉRIENCE

VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

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

Pour savoir ce que nos clients disent de nous :
https://www.quali-quanti.com/wp-content/uploads/2025/02/Point-de-vue-Clients.pdf

Pour voir à quoi ressemblent nos livrables :
https://www.quali-quanti.com/wp-content/uploads/2026/03/qualiquanti_bestoflivrables.pdf

CONTACTS

Daniel BÔ – PDG fondateur
daniel.bo@qualiquanti.com

Claude-Emmanuelle COURATIER – directrice associée
cecouratier@qualiquanti.com

Alexandra MARSIGLIA – directrice conseil
amarsiglia@qualiquanti.com

QUALIQUANTI
CREATIVE INTELLIGENCE

12 bis rue Desaix, 75015 PARIS

01 45 67 62 06

Site : www.qualiquanti.com