



Un matinée en partenariat avec l'ADETEM



15/10/19

Amphithéâtre de l'ISEG, 95 avenue Parmentier 75011 Paris

8h30 Accueil des participants

9h Introduction de la matinée : Être une marque aujourd'hui, quels enjeux et opportunités ?
François Laurent, Coprésident, Adetem et Pascale Patat-Dubouis, Enseignante, IESEG

OUVERTURE DU FORUM

9h15 Développer une stratégie de marque-média

Alexandre George, Consultant en stratégie marketing, stratégie digitale et communication, AG Conseil

Quels sont les différents objectifs possibles pour une stratégie de marque-média ? A partir de cas concrets, des repères solides seront mis en lumière pour une mesure d'efficacité adaptée à chaque orientation stratégique.

9h35 Le contenu éditorial de la marque IBM,

Didier Barbé, Vice-Président, Global Influencer Engagement & Strategic Relationships, IBM Corporation

IBM, 108 ans d'innovation et de transformation en état d'alerte permanent.

9h55 Sponsoring sportif et proximité sociale : comment les marques ont tissé des liens étroits avec leurs audiences pendant la Coupe du Monde ?

Erwan Le Nagard, Directeur R&D, The Metrics Factory

Comment les marques ont-elles pris la parole sur les réseaux sociaux lors de la Coupe du Monde de football 2018 ? Quelles ont été les stratégies utilisées ? Quelle résonance sociale pour les marques ?

10h15 CSA, le POE media score

Claudine Brulé, Directrice du pôle Consumer, CSA Research ; Marion Rossi, Directrice Pôle Qualitative, CSA Research et François Le Corre, Chief Operations Officer DBI France & Pôle Data Solutions de CSA

CSA présente la Méthodologie POE Media Score, une méthode qui utilise l'intelligence artificielle pour mesurer la puissance média d'une marque, en s'appuyant sur les résultats du baromètre de référence POE croisés avec les interactions owned media.

10h35 PAUSE

10h55 Le cas SEAT Détours

Emma Habby, SEAT, Bertrand Nadeau, Fuse, Bastien Lanson, Canal+ Brand Solutions

SEAT et CANAL + ont créé Détours en 2016, un média au thème précurseur : les nouvelles mobilités. Détours est le fruit d'une collaboration entre une marque automobile en pleine évolution et un groupe audiovisuel qui apporte son savoir-faire éditorial et son audience premium au projet.

11h15 Le Brand Contract, une approche contractuelle et expérientielle

Maria di Giovanni, Directrice Générale, Sorgem Advance et Vincent Christen, Directeur Brand expériences, Sorgem Advance

La marque doit construire un contrat d'expérience à tous les niveaux (produit, points de contact, action sociétale, expression...) qui démultiplie ainsi le sens classique de marque média. Le contrat d'expérience (ou brand contract) n'est pas qu'un contenu mais bien un univers d'expériences multiples !

11h35 Schweppes, la marque média de la nuit

Raphael Grandemange, Directeur Général, Groupe Webedia et Pauline Varga, Directrice Marketing, Orangina Suntory France

Présentation de l'expérience Villa Schweppes, marque média de la culture nuit, présente sur de nombreux festivals en France autour de la musique et de la mixologie depuis 2008. Comment prolonger l'expérience Villa Schweppes au-delà du hors média ? Comment augmenter la visibilité et la proximité de la marque auprès du cœur de cible ?

11h55 Les marques s'invitent dans les débats de société

Julien Bernard, Président, Nova Consulting et Laurent Pinsolle, Directeur associé, Nova Consulting

Sous le prisme de plusieurs études de cas réalisées pour certains de ses clients (Valrhona, ENGIE, Shiseido), le cabinet partage le contexte, les enjeux et les best practices d'une communication de marque réussie.

12h30 PRIX DU PUBLIC POUR LA MEILLEURE PRESENTATION ET CLÔTURE DU FORUM

MEMBRES PARTENAIRES



KANTAR

L'ORÉAL
Produits Grand Public



PM
PRISMA MEDIA
SOLUTIONS



PARTENAIRES ÉVÈNEMENT



MYEVENT
NETWORK





Nom..... Prénom

Fonction.....

E-mail

Nom..... Prénom

Fonction.....

E-mail

Nom..... Prénom

Fonction.....

E-mail

Société

N° TVA intracommunautaire

Adresse

Code postal Ville

Téléphone

Membre IREP : l'accès aux IREP FORUM est inclus dans votre adhésion annuelle (pour 1, 2 ou 3 participants de votre entreprise selon votre cotisation).

Inscription supplémentaire : 200 €HT (240 €TTC)

ou 150 €HT (180 €TTC) pour grande école - université - consultant - startup - entreprise étrangère

Membre ADETEM : Tarif 200 € HT (240 €TTC). Inscription auprès de l'ADETEM

Non Membre IREP : Tarif 390 €HT (468 €TTC)

Tarif spécial grande école - université - consultant - startup : 275 €HT (330 €TTC)

UNE FACTURE SERA ADRESSEE À RECEPTION DE L'INSCRIPTION.

Toute inscription annulée après le 7 octobre 2019 sera due et ne donnera lieu à aucun remboursement.

n° d'immatriculation professionnelle : 11 75 01611 75