

# Data collaboration et Retail média, quels enjeux ?

Le programme du 06 décembre 2024

MAISON DES SCIENCES DE GESTION, 1 RUE GUY DE LA BROSSE 75005 PARIS

08h30 ■ **Accueil petit-déjeuner**

09h00 ■ **Introduction**



**Virginie Pez**

Professeur des Universités, Directrice du Master Marketing et Communication (Master MC2), Université Paris-Panthéon-Assas

09h10 ■ **Découpler les performances des campagnes de marketing grâce à la Data collaboration**

L'accès aux données de comportements d'achat réels révolutionne les habitudes du marketing en permettant de monter des stratégies d'acquisition plus performantes.



**Stéphane Bernal**

Directeur associé en charge de l'acquisition, Agence Dékuple

09h30 ■ **Opportunités et freins dans l'usage de la donnée Retail pour les annonceurs**

Exploiter la donnée à des fins d'insights et d'activation média : étude de cas Feu Vert.



**William Rondeau**

Directeur Général, Ermes

09h50 ■ **La data collaboration sans email sans cookie**

# Horizons de la qualification d'audiences de marques B2B2C

Enjeux et objectifs pour les marques : étude de cas Laboratoires Pierre Fabre.



**Pierre Cholet**

Directeur du développement commercial, Decentriq



**Juliette Tezenas du Montcel**

Data Strategist, Publicis Media

10h10

## Comment la data collaboration redéfinit la connaissance client

La connaissance client issue de la data Valiuz de 55 millions de clients permet de nombreux cas d'usage souvent enrichis par l'IA.



**Amandine Launois**

Account Developer, Valiuz

10h30

## Activation & mesure full funnel

Une stratégie data intégrée & unifiée via l'exploitation clean room Amazon Marketing Cloud (AMC) pour une marque de grande consommation.



**Stanislas Legrain**

Data Strategist, Publicis Media



**Enrico Patti**

Head of Ad Tech Sales France, Amazon Ads

10h50

## Optimiser la fréquence d'achat grâce à une campagne data-driven

Un nouveau KPI conçu pour mesurer et optimiser l'impact en continu : étude de cas Olia de Garnier.



**Jean-François Rousseau**

Directeur Commercial, Infinity Advertising

11h10

## La data collaboration comme catalyseur de transformation

Une expertise clé : le management et la valorisation d'une clean room de marque - étude de cas Hill's (Colgate).



**Loukas Kozonis**

Head of Data Collaboration &  
Strategy, Numberly

11h30

## Mesure de l'incrémentalité en Retail Media

Optimiser la profitabilité du retail media en maximisant les ventes incrémentales grâce à l'IA : étude de cas Heineken.



**Florence Bréban**

Co-fondatrice, Datagram



**Fabrice Moreau**

E-Retail Media activation manager,  
Heineken

11h50

## Comment grâce à la data collaboration accroître l'adressabilité et l'efficacité pour les annonceurs ?

Stratégie d'optimisation des campagnes vidéo digitales grâce à la data et plus spécifiquement la data retail.



**Sonia Ferreira**

Directrice projets data & pub, TFI  
Publicité



**Antoine Audit**

Directeur des Études, TFI Publicité

12h10

## Conclusion

