

# Retail Media, quelle efficacité ?

Le programme du 13 octobre 2022

AUDITORIUM TF1, 1 QUAI DU POINT DU JOUR 92100 BOULOGNE-BILLANCOURT

08h30

## Accueil café

09h00

## Introduction par l'Union des marques



**Didier Beauclair**

Directeur Efficacité et Transparence,  
Union des marques

09h15

## Le retail media : un outil unique pour enrichir la connaissance client et mesurer l'efficacité d'une campagne digitale

Le retail media permet de mieux comprendre les comportements pour mieux cibler, d'activer les segments de data les plus captifs, de mesurer l'impact sur les ventes omnicanales.



**Chloé Six-Latapie**

Managing Director France, Gammed!

09h35

## La donnée retailer au service d'une stratégie d'activation : le cas Bonduelle

Numberly a accompagné Bonduelle pour mieux connaître ses clients, maximiser ses ventes sur une gamme de produits et mesurer l'impact de la campagne sur les conversions.



**Laure Gery**

Directrice média trading / retail  
media, Numberly

# media sur des activations drive. Quelles nouvelles alternatives ?

Quel est le poids du e-retail media dans un mix media ? Quel est l'impact que peuvent avoir ces activations sur les ventes ?



**Alexis Langrené**

Directeur Régional Marketing Effectiveness, Nielsen



**François Muzy-Mazza**

Plan Optimize Consultant, Nielsen Marketing Cloud



**Guillaume Durand**

Directeur France & Belgique, Shopmium

10h15

## Activation, mesure et enrichissement d'audience avec vos partenaires retail

Les avancées technologiques permettent le partage de données 1st party entre annonceurs et retailers. Retour d'expérience sur deux cas d'usage concrets.



**Pierre Cholet**

Directeur du développement commercial, Decentriq

10h35

## Pause café

11h00

## Le e-retail media, un levier pour améliorer ses ventes : l'uplift et la mesure

Quels sont les effets des activations e-retail media sur le ranking des produits ? Quel est l'impact d'une activation sur la visibilité en digital shelf ?



**Florence Bréban**

Co-fondatrice, Datagram



**Thomas Beguin**

Insights & Analytics Executive, Datagram

11h20

## Comment le retail media peut aider une marque pour l'acquisition omnicanale

Etude de cas d'un des acteurs leaders dans le domaine de la beauté, qui souhaite conquérir de nouveaux clients, à l'aide d'une stratégie data issue du retail media.



**Stanislas Lajouanie**

Directeur Commercial Europe & Latam, Retail & CPG, LiveRamp



**Paul Blanc**

Chief Revenue Officer, Carrefour Links

11h40

## Qui a dit que le retail media ne mesurait que les ventes ?

La diversité des leviers du retail média en réponse à des objectifs divers : objectif médias et objectif de performance.



**Grégory Mialhe**

Directeur Marketing & Trade, Retailink by Fnac Darty

12h00

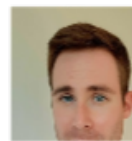
## La 1ère campagne cookieless de Danone sur l'open web

La marque Danone et son agence iProspect ont testé l'efficacité d'une campagne retail media cookieless sur l'open web en se basant sur de la Data Shopper.



**Valentine Viaud**

Directrice Associée, iProspect (groupe Dentsu)



**Pierre Loiseau**

Media Manager, Danone France

12h20

## Conclusion

