

Sport, le grand décryptage : contenus, valeurs, performances ?

Le programme du 24 avril 2024

AUDITORIUM HAVAS MEDIA NETWORK, 2BIS RUE GODEFROY 92800 PUTEAUX

08h30

Accueil petit-déjeuner

09h00

Introduction



Magali Florens

Directrice Générale, UDECAM

09h10

Au détail près ! Ce que l'olympisme dit de la société

Comment les mouvements sociétaux font évoluer le sport et les territoires d'expression nouveaux qui s'ouvrent pour les marques.



Dominique Levy

Co-fondatrice et co-présidente,
George(s)



Pascale Luca

Directrice Générale Adjointe en
charge du Marketing et du Business
Planning, Les Echos Le Parisien Médias

09h30

Perception des JO & visibilité des sponsors

En avant-première, les résultats de la 5e vague du baromètre de perception des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024 en France et dans le monde.



Maxime Debuchy

Directeur de clientèle, Toluna Harris
Interactive

09h50

Décryptage des contenus digitaux autour des JO

Comprendre les opportunités et les défis associés aux contenus en ligne autour des grands événements sportifs pour les marques.



Laetitia Zinetti

Vice Présidente Régionale, Europe du Sud, DoubleVerify

10h10

Athlètes et marques à l'heure des réseaux sociaux

Comment mesurer l'impact des partenariats et leur ROI ?



Quentin Gressien

CEO, The Metrics Factory



Jérémy Danulot

Directeur Conseil, The Metrics Factory

10h30

Pause

10h55

Amplifier les bénéfices émotionnels des partenariats sportifs

Au travers de cas concrets, les enjeux spécifiques liés à une communication sur les réseaux sociaux.



Barbara Vite

Head of Research & Insights, Dentsu



Mélanie Bouchez

Directrice de clientèle, iProspect (groupe Dentsu)

11h15

Consommation de contenus sportifs : décryptage des publics

Appréhender les différents segments qui constituent les personnes intéressées par le sport et leurs usages.



Guillaume Lartizien

Directeur du service Etudes et Audience, Canal+ France



Claudine Brulé

Directrice du Pôle Consumer, CSA Research



Hugues Borderiou

Directeur d'Etudes Qualitatives, CSA Research

11h35

Le sport, terrain d'innovations éditoriales & publicitaires

Décrypter les enjeux et les impacts du sport pour les marques.



Geoffroy Martin

Directeur Marketing Adjoint Offre
Multiscreen, France Télévisions
Publicité

11h55

Des écrans qui mettent en mouvement

Analyses & tendances sur l'état de la pratique sportive en France.



Bénédicte Ibert

Head of Consumer Insights, Google
France



Florence Corbasson

Senior Consumer Insights Planner,
Google France

12h15

Conclusion

