

Le digital, relais de relance ?

Le programme du 09 juillet 2020

FORUM 100% NUMERIQUE

09h30 ■ Introduction de la matinée

09h35 ■ Le marché du digital en France en 2020 et perspectives 2021

Mesure de l'impact du Covid 19 et perspectives sur les investissements publicitaires médias et digitaux en France et en Europe à partir de données prospectives.



Nicolas Rieul

Managing Director France, Criteo -
Président de l'IAB France

09h55 ■ Les perspectives d'un nouveau monde digital sans cookie tiers

Introduction et modération par Augustin Decré et animation de la table ronde qui présentera deux vues, et deux approches différentes. L'utilisation actuelle des cookies tiers dans la publicité numérique est remise en cause. De nouvelles solutions émergent : l'approche User Centric relative à l'identification de l'internaute et l'approche Site Centric basée sur des éléments contextuels.



Augustin Decré

Managing Director, South Europe -
Administrateur IAB France, Index
Exchange



Bastien Faletto

Director Sales, Southern Europe &
Benelux, IplusX



David Folgueira

Directeur Exécutif adjoint, Prisma
Media

10h25 ■ Nouveaux rythmes, comportements inédits

La hausse record du temps passé sur Internet pendant le confinement a considérablement réduit la distanciation sociale pendant la crise. De nouvelles pratiques ont dessiné les



Bertrand Krug

Directeur du Département Internet,
Médiamétrie

10h45

■ Covid 19 Bouversements des comportements et prémices d'un profond changement

Ces derniers mois, de nouveaux comportements de consommation ont émergé : attitudes naissantes, accélération de tendances déjà émergentes à la veille de la crise, retour en force de la surconsommation ou encore changement durable des habitudes à la suite du confinement. Weborama présentera son baromètre des tendances de consommation construit grâce à sa technologie IA d'analyse sémantique.



Antoine Bsaibes

Directeur Data & Etudes, Weborama



Julie Baillon

Data strategist en charge des études quantitatives, Weborama

11h05

■ Du digital forcé au digital choisi

Comment replacer les pratiques digitales media et circuits d'achat, dans un contexte de sortie de confinement ? Peut-on identifier des modifications pérennes dans le comportement digital des consommateurs ? GfK présentera ici un panorama international (USA, Japon, Allemagne, Royaume-Uni, Pays-Bas, Belgique, Espagne, Italie...) et partagera les tendances émergeant du confinement.



Nathalie Bollé

Regional Lead Consumer Insights –
Southern Europe, GfK

11h25

■ New retail, quand la crise accélère la digitalisation

Après un premier bilan de l'évolution des comportements et parcours d'achats des consommateurs français, Strategir illustrera l'accélération de la digitalisation de la distribution au travers de plusieurs exemples de phygitalisation des magasins et de nouveaux relais de croissance : pure e-commerce, nouveaux circuits et services digitaux.



Caroline Bastide

Digital & Services Director, Strategir

11h45

■ Données de géolocalisation issues du mobile :

■ Données de géolocalisation issues du mobile : une opportunité pour générer du trafic en magasin dans un contexte de relance

Comment les technologies Drive to Store permettent-elles d'exploiter les données de géolocalisation mobile afin de générer du trafic physique dans les points de vente ? Démonstration au travers d'un cas réel. Le CESP et la MMAF partageront les bénéfices de la certification engagée conjointement dans le contexte de reprise actuel.



Olivier Hays

Directeur Data science, CESP



Vadim Wichmann

Rapporteur de la Commission
Publicité, Mobile Marketing Association
France

12h05

■ La data au service de la reprise du spectacle vivant et de l'évènementiel

A l'instar d'autres secteurs, les spectacles et évènements culturels et sportifs ont été durement touchés par la crise du Covid 19. L'objectif est de montrer comment la data, longtemps ignorée par le marché de la culture, peut l'aider à optimiser les conditions de la reprise, tant via différents mécanismes de ciblage du public qu'au travers de développement d'outils spécifiques.



Eric de Rugy

Président, Delight



Jean Creusefond

Chief Data Scientist, Delight

12h30

■ Clôture de la matinée

