

# Stratégies

Conférences  
d'actualité

Le rendez-vous annuel des professionnels  
de la communication. 6<sup>ème</sup> édition

## TENDANCES COMMUNICATION



Les 29 et 30 novembre 2010 à Paris

En partenariat avec :



la revue des  
**MARQUES**

<http://www.prodimarques.com>

LE 29 NOVEMBRE 2010

Prix 1 jour : 875 €HT - 2 jours : 1575 €HT

C1

## Profiling consommateurs et tendances de fond

### IMC, médias sociaux, DD, fragmentation médias, ...

➔ Président de séance : Nicolas Bard, associé, **Circus Paris**

9h - 9h45

**Le consommateur face à la multiplicité des canaux : chiffres clés et impact sur les stratégies de communication**

- Attitudes des consommateurs européens face aux différents canaux de communication : quels degrés d'influence, d'utilisation et de saturation ?
- Quelle appropriation par les consommateurs des nouveaux moyens de communication en France et dans le monde ?
- Analyse d'une segmentation des consommateurs selon leurs habitudes et relations avec les différents moyens de communication

➔ Pierre Gomy, directeur marque & communication

**TNS Sofres**

9h45 - 10h45

**Face au tsunami de la web-culture, quelles sont les mutations nécessaires du marketing et de la communication pour 2015 ?**

- De la "cible" au "wiki-consommateur"
- De la chasse à l'affût à la chasse à courre du "catch marketing"
- Du produit monolithique d'ingénieur à "la solution de vie" co-produite et personnalisée
- Du matraquage des mass media à des "wiki-médias" collaboratifs
- Du "blitz buzz pushy" à un "buzz pull"
- D'une Com' dogmatique à un libre échange interactif en "co'édition"
- D'une pub artistique léchée à une nouvelle sémiologie du "Vrai Rough"

➔ Bernard Cathelat, sociologue et fondateur

**CCA**

10h45 - 11h Pause

11h - 11h45

**Optimiser sa communication intégrée face à la multiplication des points de contact**

- Le concours des rumeurs, où comment prolonger une saga télévisuelle sur le web et les réseaux sociaux ?
- Placer l'expérience consommateur au centre de la campagne
- Optimiser la communication par une cohérence entre les différents points de contact traditionnels et innovants
- Analyse du retour sur investissement

➔ Eric Madelénat, directeur marketing & communication externe

**MAAF**

➔ Olivier Aubert, associé fondateur **Aubert & Storch**

11h45 - 12h30

**Communication et développement durable : éviter le "greenwashing"**

- L'entreprise est-elle réellement légitime pour communiquer sur le DD ?
- Harmoniser la communication produit et corporate
- Comment décliner son engagement et sa transparence sur l'ensemble des supports de communication

➔ Elisabeth Laville, fondatrice & directrice

**Utopies**

12h30 - 14h Déjeuner d'échanges

14h - 14h45

**Utiliser la fragmentation médias pour développer des approches "consumer centric" hyper ciblées**

- Segmenter le consommateur face à la fragmentation des supports
- TV et multiplication de l'offre : développer une campagne publicitaire TV niche, des programmes courts, etc. ?
- E-publicité et ciblage comportemental en ligne : nouvelles techniques de "tracking" et d'analyse
- La publicité hyper ciblée interactive pour créer le buzz : quelle compatibilité avec la protection de la vie privée ?

➔ Pascale Merzereau, co-directrice

**Aegis Media Solutions**

14h45 - 15h45

**Accroître sa visibilité et sa notoriété sur les médias sociaux**

- Piloter une stratégie communautaire globale auprès de ses cibles
- Concevoir sa propre communauté ou participer à des communautés existantes ?
- Les "best practice" de la co-création
- Mesurer les retombées d'une campagne virale (audience et visibilité) : préconisations pour optimiser l'exploitation de la notoriété sur le web social

➔ Emmanuel Vivier, cofondateur et directeur de la stratégie

**Vanksen**

➔ Florence Hocq, business manager

**EMEA division, Fiskars**

15h45 - 16h : Pause

16h - 16h45

**La digitalisation du hors média : quels impacts sur la politique de relations publiques ?**

- La culture des journalistes génération Y et leurs pratiques RP
- Appréhender la culture des nouveaux influenceurs. Qui sont-ils et comment échanger avec eux ?
- Nouvelles pratiques des relations publiques : entre modes et usages durables
- Les événements à l'heure du digital : comment le web permet-il de les préparer et de les faire vivre ?

➔ François Guillot, directeur

**i&e ON**

➔ Iannis Ait-Ali, associé

**i&e**

16h45 - 17h45

**Débat - L'e-reputation et le management de l'information en temps réel : comment rester maître de son image sans pouvoir la contrôler ?**

➔ Claire Dorland-Clauzel, directrice de la communication & des marques et membre du conseil exécutif **Groupe Michelin**

➔ Vincent Ducrey, auteur du "Guide de l'influence" & conseiller communication internet **Gouvernement**

➔ Géraldine Gossot, media & CRM manager, réputation en ligne **Danone France**

➔ Sophie Heller, vice-présidente marketing & communication **ING Direct France**

# “Tendances Communication”

## Communication plus participative : quelles révolutions à venir ?

LE 30 NOVEMBRE 2010

Prix 1 jour : 875 €HT - 2 jours : 1575 €HT

C2

## Place à une communication innovante et impactante

### Mobile, tablette, brand content, placement de produit, ...

➔ Président de séance : Ludovic Delaherche, VP marketing & sales, **Eyeka**

9h - 9h45

#### La communication locale : entre hyper proximité et accessibilité ?

- Vers un ciblage contextuel : unité de lieu, d'action et de temps
  - Du “everywhere” au “on demand” : sur des plateformes accessibles via web et mobile
  - Quels sont les médias à favoriser : locaux traditionnels vs digitaux, médias hyperciblés, réseaux sociaux locaux, ... ?
- ➔ **Jérémy Dumont, DG** **Pourquoi tu cours**

9h45 - 10h30

#### La révolution mobile : comment développer sa communication sur smartphones et tablettes ?

- Utiliser le mobile comme levier de communication et de fidélisation : campagnes SMS/MMS, applications, sites, publicités et nouvelles ergonomies
  - Écran tactile, tablettes, sans contact, l'impact des nouvelles technologies mobiles sur le m-commerce
  - Mettre en place des indicateurs de performance : audience, transformation, ROI
  - Réalité augmentée et géolocalisation : gadget ou réelle tendance ?
- ➔ **Damien Bousson, CEO** **Apocope**
- ➔ Avec le témoignage d'un annonceur

10h30 - 10h45 Pause

10h45 - 11h30

#### Brand Content : comment créer de l'engagement vis-à-vis de vos consommateurs ?

- Définir une stratégie d'intégration de contenus de marques dans des univers éditoriaux à forte personnalité
  - Créer des contenus engageants et développer une relation forte entre sa marque et son audience : analyse de cas français et internationaux
  - Vers de nouveaux metrics : du ROI au ROA - Return On Attention
- ➔ **Michèle Benzeno, directrice** **Yahoo! Studio**
- ➔ Avec le témoignage d'un annonceur

11h30 - 12h30

#### Améliorez votre notoriété grâce au storytelling !

- Les nouveaux codes et thématiques d'un storytelling optimal
  - Améliorer sa notoriété en s'émancipant d'une communication traditionnelle : création, production et médiatisation
  - Deux univers, deux marques : exemples d'application du storytelling
  - Quel impact réel sur la notoriété de la marque et les ventes ?
- ➔ **Franck Botbol, directeur associé** **Arthur Schlovsky**
- ➔ **Clothilde Sellami, responsable marketing personal care (wilkinson - Hawaiian Tropic)** **Groupe Energizer**
- ➔ **Christophe Martel, responsable internet France** **Barclays**

12h30 - 14h Déjeuner d'échanges

14h - 15h

#### Le placement de produit en action dans les jeux vidéo

- Comment choisir son support de placement et quel budget allouer ?
  - Cibler la génération Y : pourquoi et comment mettre en place le placement de produit dans les jeux vidéo ?
  - Quel impact de visibilité et de valorisation pour la marque ?
- ➔ **Mathieu Parisot, integrated MarCom manager** **Philips - rasoirs Philips Nivea For Men**

15h - 16h

#### La communication internationale plurimédia : innovations, tendances médias et problématiques de contenu

- Comment coupler les médias pour créer une communication d'influence internationale cohérente ? Les messages à privilégier
  - Médias digitaux et web social : nouvelles opportunités ou nouveaux risques ?
  - Comment mesurer l'impact de sa campagne plurimédia internationale ?
- ➔ **Marie-Stelline Gulin, directrice de la communication et des nouveaux médias** **Biotherm - projet Force**

16h - 16h30 Pause

16h30 - 17h30

#### Table ronde : Crise structurelle et communication

- Quelle réallocation budgétaire suite à la crise structurelle mondiale ?
  - Les nouvelles “best practice” qui ont fait leur preuve
  - Zoom sur : le bartering, les RP télévisuelles, la rémunération sur CA, l'ambush marketing, ...
  - La place de l'innovation dans vos futures campagnes ?
- ➔ **Gérard Deray, président** **Gérance Center**
- ➔ **Direction marketing** **Baboo**
- ➔ **Direction marketing/communication** **Honda**
- ➔ **Xavier Hesse, directeur trading média** **Cadbury France**

17h30 - 17h45 Clôture des deux jours de conférence

**PAR TÉLÉPHONE**

**01 46 29 23 81**  
Contactez notre  
Service Clients

**PAR FAX**

**01 46 29 68 29**  
Renvoyez l'inscription  
ci-dessous

**PAR E-MAIL**

**inscriptions@  
strategies.fr**  
Précisez le titre et la date

**PAR INTERNET**

**[www.strategies.fr/  
tendances-com](http://www.strategies.fr/tendances-com)**

**PAR COURRIER**

**Comundi**  
Pôle Inscription Formation  
28 481 Thiron cedex

**OUI, je m'inscris à la conférence d'actualité Tendances Communication :**

Références	Dates sélectionnées	Prix
<b>C1</b>	<input type="checkbox"/> Le 29 novembre 2010 <b>Profiling consommateurs et tendances de fond</b> IMC, médias sociaux, DD, fragmentation médias, ...	1 jour (7 heures) 875€HT - 1 046,50€TTC
<b>C2</b>	<input type="checkbox"/> Le 30 novembre 2010 <b>Place à une communication innovante et impactante</b> Mobile, tablette, brand content, placement de produit, ...	1 jour (7 heures) 875€HT - 1 046,50€TTC
<b>C1+C2</b>	<input type="checkbox"/> Les 29 et 30 novembre 2010	2 jours (14 heures) 1 575€HT - 1 883,70€TTC

**Tarifs congrès - Bénéficiez de 10% de réduction pour 2 inscriptions et de 20% pour 3 inscriptions sur le prix total Hors Taxes.**  
Au-delà et pour obtenir un devis sur-mesure, contactez notre service commercial au 01 46 29 69 17 ou à l'adresse [commercial@comundi.fr](mailto:commercial@comundi.fr)

**Compris dans votre inscription\*, 6 mois d'abonnement\*\*  
au magazine Stratégies et à la Newsletter quotidienne!**

\* Offre valable pour toute inscription à 2 jours de formation minimum.  
\*\* Votre abonnement prendra effet trois mois après participation effective et règlement de la formation. Pour plus d'information sur votre suivi, contactez notre service Abonnements au 02 37 29 69 30 ou [abonne@strategies.fr](mailto:abonne@strategies.fr)

**Les formations Stratégies sont gérées par Comundi, organisme de formation professionnel référent**

**Inscriptions multiples :**

Vous vous inscrivez à plusieurs sur cette formation : bénéficiez de -10% sur la 2<sup>e</sup> inscription. Au-delà ou si vous souhaitez obtenir un devis, n'hésitez pas à nous contacter au 01 46 29 23 79 ou [inscription@comundi.fr](mailto:inscription@comundi.fr)

**Transports :**

Vous souhaitez recevoir avec votre convocation :  
 Un fichet de réduction SNCF de 20% portant sur le billet Aller-Retour et la réservation.

**Hébergement :**

Pour réserver votre chambre d'hôtel, contactez la centrale de réservation BBA par tél. : 01 49 21 55 90, par fax : 01 49 21 55 99, ou par e-mail : [solution@netbba.com](mailto:solution@netbba.com), en précisant le code de réservation Comundi.

**Lieu de la formation :**

Hôtel PULLMAN - 8/12, rue Louis Armand - 75015 Paris.

**Conditions d'inscription et moyens de paiement :**

Votre inscription sera considérée comme définitive à réception de votre demande d'inscription formalisée par l'envoi du bulletin rempli et signé. Tous les tarifs sont indiqués hors taxes et comprennent la formation, la documentation pédagogique remise pendant la formation, les petits-déjeuners, déjeuners et pauses-café. Le règlement du prix de la formation est à effectuer avant le jour de la formation, soit par virement bancaire à notre banque CIC ST AUGUSTIN GCE SUD, libellé au nom de COMUNDI, sur le compte n° 30066 10947 0002004701 72, soit par chèque à l'ordre de COMUNDI. En cas de paiement effectué par un OPCA, il appartient au Client de s'assurer de la bonne fin du paiement par l'organisme concerné. Pour les organismes soumis au code des marchés publics, la facture leur sera communiquée après la formation. À compter de cette date, le règlement devra être effectué au plus tard dans les 45 jours.

**Conditions d'annulation - remplacement :**

Toute annulation devra se faire par lettre recommandée ou par courriel avec accusé de réception à l'adresse [info@comundi.fr](mailto:info@comundi.fr). Jusqu'à 14 jours calendaires avant la date de la formation (ou du 1<sup>er</sup> module pour un cycle), le remboursement se fera sous déduction d'une retenue de 10%, dans la limite de 180 €HT. Au-delà de cette date, le montant de l'inscription reste dû en totalité à COMUNDI, mais les participants pourront se faire remplacer. COMUNDI se réserve le droit, si le nombre de participants à une formation est jugé insuffisant sur le plan pédagogique, d'annuler cette formation au plus tard 14 jours calendaires avant la date prévue. Les frais d'inscription préalablement réglés seront alors entièrement remboursés ou, à votre convenance, un avoir sera émis. COMUNDI se réserve le droit de reporter la formation, de modifier le lieu de son déroulement, le contenu de son programme ou de remplacer un animateur, si des circonstances indépendantes de sa volonté l'y obligent.

**Qui sommes-nous ?**

Spécialistes depuis 1987 de la formation pour managers, cadres et dirigeants de tous les secteurs d'activité, privé et public, nous figurons parmi les principaux organismes de formation français. Présents dans tous les domaines de l'entreprise, nous organisons plus de 1100 sessions de formation par an. COMUNDI fait partie du groupe Reed Elsevier, leader mondial de l'information professionnelle.

**Garantie de Qualité :**

COMUNDI applique à l'ensemble de ses formations des principes rigoureux de qualité. Si vous estimez qu'une formation n'a pas répondu à vos attentes, notre Service Clients se tient à votre disposition. Tél. : 01 46 29 23 79 / Fax : 01 46 29 68 29.

COMUNDI bénéficie de l'Agrément Ministériel pour la formation des Élus Locaux, ainsi que du label Qualité OPQF (Office Professionnel de Qualification des Organismes de Formation).



**Participant**

M./Mme : .....  
Fonction : .....  
Service : .....  
Tél : .....  
Fax : .....  
e-mail : .....

**Responsable du suivi de l'inscription**

M./Mme : .....  
Fonction : .....  
Service : .....  
Société / Établissement : .....  
Adresse : .....  
Code Postal : ..... Ville : .....  
N° TVA intra communautaire : .....  
SIRET : ..... NAF / Activité : .....  
Nbre salariés / Habitants : .....  
Tél : ..... Fax : .....  
e-mail : .....

**Adresse facturation (si différente) ou prise en charge par organisme collecteur**

M./Mme : .....  
Société / Établissement : .....  
Adresse : .....  
Code Postal : .....  
Ville : .....  
Tél : ..... Fax : .....

**Cachet / Signature**

Conformément aux dispositions de la Loi n°2004-801 du 6 août 2004, les informations qui vous sont demandées sont nécessaires au traitement de votre inscription et sont destinées aux services de COMUNDI. Vous pouvez accéder à ces informations et en demander la rectification. Sauf opposition de votre part, ces informations peuvent faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange auprès d'autres sociétés partenaires.

mailing août 2010

COMUNDI • Société du groupe Reed Business Information - SASU au capital de 100 000 euros - RCS Nanterre 509 626 107 - NAF : 8559B - FORUM 52 - 52, rue Camille Desmoulins - 92448 Issy-les-Moulineaux cedex