

Stratégies

Tendances

com
muni
cation

2 0 0 9

2 jours de conférences d'actualité pour :

- Appréhender les tendances médias et l'impact de la convergence numérique
 - Replacer la marque au cœur de la relation avec le consommateur
 - Découvrir les dernières innovations en communication : communication intégrée, buzz multicanal ...
- + 1 conférence d'ouverture offerte aux participants

Les 25 et 26 novembre 2008, Paris

www.strategies.fr/tendances-com

En partenariat avec :



En collaboration avec :

LE FIGARO · fr

la revue des
MARQUÉS
<http://www.prodimarques.com>

Directmatin
PLUS

Newzy
UN BUSINESS D'AVANCE


webcastory
rich media productions

C o n f é r e n c e s

Le lundi 24 novembre 2008,
à Paris, de 19h à 20h30

La communication intégrée annonce-t-elle la fin des agences spécialisées ?

Débat animé par **François Kermaal**,
Directeur de la rédaction, **Stratégies**

En présence de :

- Nicolas Bordas, Président, **TBWA France**
- Jacques Chauvet, Directeur Commercial France, **Renault**
- Matthieu de Lesseux, Président, **Duke**
- Philippe Lasne, Directeur de la Communication, **LG France**
- Bruno Marzloff, Sociologue, **Groupe Chronos**
- Marie-Laure Sauty de Chalon, Présidente, **Aegis Media France**

Offert aux participants des conférences C2 et C3 et sur invitation

Contact : Jésila Bensalah
01 46 29 23 18 - jbensalah@reedbusiness.fr

Le 25 novembre 2008 - Prix 1 jour : 875€ HT - 2 jours : 1 575€ HT

➤ Matinée animée par Guillaume MULTRIER,
Directeur Général, **Isobar et Aegis Media Expert**

9h00 - 9h45

La fin d'une génération : l'émergence d'un nouveau modèle marketing / communication

- Quelles sont les ruptures socio-marketing incontournables des prochaines années ?
- Comment les marques doivent-elles apprendre à se réinventer pour dépasser la défiance des consommateurs ?
- L'enjeu primordial : prendre le risque de la véritable interactivité en communication face à la fragmentation et l'hyper-joignabilité

➤ Bernard CATHELAT, Sociologue,

Centre de Communication Avancé

Tendances médias et convergence

9h45 - 10h30

Internet : de nouveaux usages pour de nouvelles stratégies de communication

- Après le Web 2.0, "l'internet ouvert", nouvelle tendance ?
- L'avenir des réseaux sociaux : de l'effet de mode à la maturité
- Et pour les marques, quelles nouvelles opportunités ?

➤ Brigitte CANTALOUBE, Directrice commerciale,

Yahoo! France

10h30 - 11h00 **Pause**

11h00 - 11h45

Quelle complémentarité entre Internet et la télévision, média de masse par excellence ?

- Comment les chaînes hertziennes peuvent-elles se renouveler face à la montée en puissance du monde de la vidéo communautaire ?
- WAT et plate-forme de partage, streaming, catch-up... : quand le web apporte un nouveau souffle. Quel modèle économique pour cette offre gratuite financée par la publicité ?
- Comment tirer parti de la complémentarité TV / Internet pour une communication encore plus efficace ?

➤ Olivier ABECASSIS, Directeur Général Adjoint, **E-TF1**

11h45 - 12h30

Le consommateur à portée de mobile

- Suite aux évolutions des terminaux nomades et des réseaux, quelles sont les nouvelles perspectives ?
- Quand le mobile s'associe au web et à la télévision : quels sont les usages et les technologies sous-jacentes ?
- Quel est le modèle économique ? Quelle est la place des annonceurs ? Un nouveau mode de publicité reste à inventer

➤ Catherine LE DROGO,
Directrice des offres multimédia mobiles,

Orange

12h30 - 14h00 **Déjeuner d'échanges**

➤ Après-midi animée par Mondher ABDENNADHER,
Directeur Général, **Deepblue**

14h00 - 15h00

La presse : de nouveaux défis à relever

- Comment un groupe tel que Le Figaro a-t-il pris le tournant numérique ? Une coexistence réussie entre la version papier et l'édition électronique
- Quelles sont les pistes pour augmenter l'audience sur le site lefigaro.fr ? Comment optimiser les synergies entre le site et le quotidien ?
- Comment investir en publicité ? Papier ou web : l'incessant dilemme ?
- Face à la PQN, comprendre la montée en puissance des magazines

➤ Véronick PIERODE, Responsable Communication & Coordination Marketing des Nouveaux Médias,

Groupe Figaro

➤ Sophie RENAUD, Directrice du Pôle Expertise Presse,
Aegis Media Expert

Les médias dans la ville, nouveau terrain de jeu

15h00 - 15h45

Le street marketing : le mot d'ordre, la créativité !

- Comment faire du street marketing un outil de votre stratégie de communication ?
- Est-il devenu un incontournable dans la zone urbaine ?
- Comment innover et marquer les esprits ?

➤ Richard PELLET, Directeur associé, Stella,

Publicis Dialog

15h45 - 16h15 **Pause**

16h15 - 17h00

La Communication Extérieure (affichage, mobilier urbain...) : entre mobilité et interactivité

- Le tournant numérique au profit du « Marketing Relationnel Urbain »
- Les nouvelles solutions : le flash code, le digital...
- Quand la réglementation transcende l'innovation

➤ Albert ASSERAF, Directeur Général Stratégie, Etudes et Marketing,

JCDecaux

17h00 - 17h45

Evaluer la communication pour mieux la piloter

- Vers un pilotage rationnel des investissements en communication grâce au tableau de bord
- La mesure d'impact d'actions hors médias (RP, événementiel, sponsoring...) : outils et exemples

➤ Benoît VOLATIER, Coprésident,

➤ Laure SCHAPIRA, Directrice Générale Adjointe,

Occurrence

17h45 - 18h00 **Conclusion par le président de séance**

Rendez-vous sur le blog du Congrès pour échanger et découvrir les intervenants :

<http://conferences.strategies.fr/tendancescom/>

Le 26 novembre 2008 - Prix 1 jour : 875€ HT - 2 jours : 1575€ HT

La marque : partager un imaginaire avec le consommateur

- Matinée animée par Gilles PACAULT, Vice-Président délégué, **Prodimarques**

9h00 - 10h00

Une marque, c'est une idée qui réussit

- Pas d'idée, pas de marques !
- La marque : passer de l'intangible au tangible. Comment concrétiser un imaginaire ?
- Construire une identité : point de vue et méthodes pour passer à l'action
 - Christian DE BERGH, Directeur Général Associé du pôle identités, **Dragon Rouge**
- Comment l'idée « ensemble, imaginons votre bien-être » peut faire évoluer une entreprise et son identité ?
 - Pierre AUBERGER, Directeur de la communication, **Bouygues Immobilier**

10h00 - 10h45

La recette du glamour par Canderel : des collectors « haute couture »

- Quels sont les objectifs et le mode de développement des collectors Canderel ?
- Comment choisir le créateur de la nouvelle collection ? Quelles sont les valeurs associées ?
- Quels sont les résultats attendus ? Quel dispositif de communication est mis en place derrière chaque lancement ?
 - Olivier BADINAND, Directeur Marketing, **Canderel**
 - Guillaume VERLUCA, Concepteur et Directeur Artistique, **Wolkoff et Arnodin**

11h00 - 11h45

Le participatif s'invite dans l'univers de la marque

- Ecouter avant d'engager le dialogue. Clients, passionnés, détracteurs... : qui sont vos contributeurs actifs en ligne ?
- Quels sont leurs sujets de conversation de prédilection ?
- Quelles sont les règles pour entrer en conversation avec ses publics ?
- Dialoguer, accompagner, co-construire... quelles opportunités pour les marques disposant d'une communauté de clients en ligne ?
 - Jérôme DELAVEAU, Directeur Général, **Human to Human**
 - Isabelle OCKRENT, Directrice de la communication, **RATP**

11h45 - 12h45

Focus Actualité - De l'entreprise citoyenne à l'entreprise socialement responsable : quelles sont les évolutions actuelles ?

- Quels liens existent-ils entre les actions et la stratégie de communication ?
- Développement durable : effet de mode ou tendance de fond ?
- La communication est-elle concernée par le réchauffement climatique ?
 - Alice AUDOUIN, Responsable Développement Durable, **Havas Media**
 - Virginie DE CHASSEY, Déléguée au Développement Durable, **PSA Peugeot Citroën**
 - Laurent GIBERT, Directeur de la communication et du développement durable, **Aviva France**
 - Joaquim MUNOZ, Directeur Général, **Max Havelaar France**
 - Pascal TANCHOUX, Directeur de la communication, **Kraft Foods**

Stratégies de communication et innovation

- Après-midi animée par Nicolas BARD, Managing Partner, **Né Kid**

14h00 - 14h45

L'importance de l'idée créative

- En quoi les mutations technologiques ont-elles bousculé la création publicitaire ?
- Quels sont les meilleurs exemples qui illustrent cette profonde mutation créative ?
- La valeur des idées avec ou sans technologies
- Quel est le futur de la création ?
 - Pascal GRÉGOIRE, Fondateur / Directeur de la création, **La Chose**

14h45 - 15h30

Le design, nouveau tremplin de la communication de marque ?

- Quel rôle dans la construction et l'entretien de l'image de marque ? Comment le design gère le paradoxe pérenne et éphémère ?
- Quelles sont les nouvelles manières de faire vivre son identité de marque ? Par quels moyens et pour quelles finalités ? Stretching, remixing... de quoi s'agit-il ?
- Pourquoi consulter une agence de design sur un programme de fidélisation, ses gammes de produits dérivés, sa communication interne... ? Séries d'exemples dans différents domaines
 - Pascal VIGUIER, Directeur Général, **Curius**

15h30 - 16h00 **Pause**

16h00 - 16h45

Buzz multicanal : être créatif sur plusieurs supports

- Partir d'une idée créative qui va créer le buzz viral
- Comment toucher les influenceurs et surtout les séduire ?
- Quand les marques courtisent les tribus pour se faire adopter
- Comment maintenir le buzz sur d'autres supports / médias ?
- Faut-il partir de la même idée en l'adaptant ou casser les codes ?
 - Georges MOHAMMED-CHEIF, Président, **Buzzman**

16h45 - 17h45

L'« Integrated Marketing Communication » n'est pas réservé aux gros budgets !

- Quand la communication intégrée bouscule les structures internes chez l'annonceur comme chez les agences
- Partir d'un insight consommateur pour développer le plan d'action
- Trouver une cellule souche
- Penser adéquation des points de contacts aux objectifs de communication
- Divertissement et communication : une frontière de plus en plus fine avec le digital
 - Nicolas BARD, Managing Partner, **Né Kid**
 - Thierry SPENCER, Directeur Marketing, **Pizza Hut**

17h45 - 18h00 **Conclusion par le président de séance**

Tarifs préférentiels et conditions d'inscription

> Conditions d'inscription

Les frais de participation comprennent : la formation, le support pédagogique, les petits-déjeuners, les pauses et déjeuners. À réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une facture qui tient lieu de Convention de Formation Simplifiée.

Conditions et moyens de paiement

- par virement bancaire à notre banque CIC OUEST, libellé au nom de RBI, compte n° 30066 10947 00010064801 32

- par chèque à l'ordre de Reed Business Information - Comundi.

Le règlement doit obligatoirement être effectué avant la formation. 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.

> Inscriptions multiples

Vous vous inscrivez à plusieurs sur un module : bénéficiez de 10% de réduction pour 2 inscriptions et de 20% pour 3 inscriptions. Vous souhaitez obtenir un devis, contactez notre service commercial au 01 46 29 23 30 ou à l'adresse comundi@reedbusiness.fr

> Transport

Vous souhaitez recevoir avec votre convocation :

- Un fichet de réduction SNCF de 20 % portant sur le billet Aller-Retour et la réservation.
- Le code référence Air France qui vous permet d'obtenir des tarifs préférentiels sur un vol aller-retour en classe économique et affaires.

> 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, en précisant le code de réservation RBI.

> Conditions d'Annulation

Jusqu'à 14 jours calendaires avant le début de chaque session, le remboursement des droits d'inscription se fera sous déduction d'une retenue de 10% des frais de participation dans la limite de 180 € HT (215,28 € TTC) pour frais de dossier. Après cette date, les frais de participation resteront dus en totalité, mais les participants pourront se faire remplacer. Toute annulation devra être confirmée par écrit : un accusé de réception vous sera adressé par retour. Les organisateurs se réservent le droit de reporter la formation et de modifier le contenu de son programme si des circonstances indépendantes de leur volonté les y obligent.

> Engagement de Qualité

Stratégies applique à l'ensemble de ses manifestations des principes rigoureux de qualité. Si vous estimez qu'une manifestation n'a pas répondu à vos attentes, notre Service Client se tient à votre disposition, vos remarques seront prises en compte et une proposition vous sera faite dans les meilleurs délais. Tél : 01 46 29 23 81 / Fax : 01 46 29 68 29.

> Lieu des conférences

Hôtel Pullman - 8-12, rue Louis Armand - 75015 Paris

En application de l'article 27 de la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978, les informations demandées sont nécessaires à votre inscription. Vous pouvez accéder à ces informations et en demander la rectification. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange à d'autres sociétés.

CONGRÈS

DU 23 AU 27 MARS 2009 - PARIS

Agence de com

2009

Le premier rendez-vous annuel des agences conseil en communication

1 conférence d'actualité

10 formations opérationnelles

- Tendances consommateurs
- L'agence 3.0
- Gagner un appel d'offre
- L'éco-agence...

- Directeurs conseil, la relation client
- Le Chef de pub, la recommandation
- Concepteur rédacteur
- Planning stratégique

CONTACT : Pascale Greiner, Chef de marché Communication
01 46 29 69 11 - pgreiner@reedbusiness.fr

Stratégies, 2 rue Maurice Hartmann - BP 62 - 92133 Issy-Les-Moulineaux Cedex

Stratégies
DES MARQUES... ET VOUS

www.strategies.fr

5 moyens pour vous inscrire

<p>PAR TÉLÉPHONE</p> <p>01 46 29 23 81</p> <p>Service Clients Pôle commande</p>	<p>PAR FAX</p> <p>01 46 29 68 29</p> <p>Renvoyez l'inscription ci-dessous</p>	<p>PAR E-MAIL</p> <p>inscriptions@reedbusiness.fr</p> <p>Précisez le titre et la date</p>	<p>PAR INTERNET</p> <p>www.strategies.fr/ tendances-com</p>	<p>PAR COURRIER</p> <p>Reed Business Information Division Formation 28481 Thiron cedex</p>
---	---	--	---	---

Tendances communication 2009

Oui, je m'inscris aux conférences :

- Conférence d'ouverture, le 24 novembre 2008 (PG10/C1), offerte pour toute inscription au congrès
- Conférence Tendances médias et convergence, le 25 novembre 2008 (PG10/C2)
- Conférence Marque et stratégies de communication, le 26 novembre 2008 (PG10/C3)

Tarifs : 1 jour (7 heures) : 875 € HT (1 046,50 € TTC)
 2 jours (14 heures) : 1 575 € HT (1 883,70 € TTC)

Oui, je commande la vidéo des conférences :

Visionnage en ligne avec dispositif rich media (sommaire synchronisé et Powerpoint inclus).
 Possibilité de sélectionner rapidement les moments qui vous intéressent.

- Vidéo Tendances médias et convergence du 25 novembre 2008 (PG10/V2)
- Vidéo Marque et stratégies de communication du 26 novembre 2008 (PG10/V3)

Tarifs : Vidéo d'une conférence au choix : 875 € HT (1 046,50 € TTC)
 Vidéo des 2 conférences : 1 575 € HT (1 883,70 € TTC)

C.G.V. pour la vidéo - Vidéo disponible 15 jours après la manifestation avec un code d'accès personnel (sous réserve d'accord des intervenants). Ce code sera transmis par e-mail et/ou par courrier après réception du paiement.



Pour tout achat de 2 jours de conférences en présentiel ou en vidéo, bénéficiez d'1 an d'abonnement* au magazine Stratégies et à la Newsletter quotidienne !

Prix total HT

Prix total TTC (TVA de 19,6%)

* Votre abonnement d'un an prendra effet 1 mois après participation effective et règlement de la formation. Pour plus d'information sur votre suivi, contacter notre service Abonnements au 02 37 29 69 30 ou abonne@strategies.fr

Participant

M. / Mme
 Fonction
 Service
 Tél Fax
 e-mail

Société

Raison sociale
 N° TVA intra communautaire
 Adresse
 Code Postal Ville

Tél Fax
 Activité de la société
 Code NAF
 Effectif à l'adresse - de 100 101 à 200 201 à 500 501 à 1000 + de 1000
 Nom de votre Responsable Communication
 Votre établissement est-il le siège social ? oui non
 Le(s) soussigné(s) accepte(nt) les conditions d'inscription ci-dessous
 Cachet et signature
 À , le

Stratégies • Société Reed Business Information - SAS au capital de 4 099 168 euros - RCS Nanterre B 339 611 956 - NAF : 221 E - 2, rue Maurice Hartmann - BP 62 - 92133 Issy-les-Moulineaux cedex