

L'IREP Forum aura lieu le **8 décembre 2022** en partenariat avec **le master MC2 de Panthéon-Assas** (en présentiel), il aura pour thème :

## Data Responsable et Responsabilité de la Data ?

La Responsabilité est au centre de la mobilisation des entreprises, et c'est aussi le cas dans l'univers de la communication, des médias et du digital.

L'écosystème de la communication utilise pour fonctionner le carburant qu'est la data, elle est présente tout au long du processus de mise en œuvre des actions de communication.

La data va permettre d'identifier des insights pertinents, de déterminer un ciblage affiné, d'activer les campagnes en particulier avec les achats en programmatique, d'optimiser et de mesurer les performances en matière d'efficacité.

Si la data est un moteur dont on ne peut se passer, comment la rendre responsable ou davantage responsable tant dans sa conception, son stockage et ses utilisations ?

Comment la data s'inscrit-elle dans une trajectoire responsable et durable ? quelles sont les initiatives et les actions mises en œuvre, comment les évaluer et en mesurer les effets ?

L'autre volet est celui de l'utilisation vertueuse de la data au service de causes sociétales dans leur ensemble. Comment la data permet-elle d'engager la transformation responsable et durable des entreprises, mais aussi des collectivités et plus globalement de notre société ?

### Plusieurs thématiques proposées :

Quels sont les méthodes, les outils et les mesures mises en œuvre ?

Quels sont les indicateurs et les Kpi's utilisés ? sont-ils homogènes ?

Comment évaluer les effets d'une data responsable, d'une data qui intègre la problématique du développement durable ?

La data responsable permet-elle d'optimiser la transformation des entreprises ? comment ?

Quels sont les exemples ou les retours d'expérience opérationnels de mise en œuvre de transformation vers une data responsable et durable ?

Quels exemples d'entreprises a-t-on pour illustrer l'utilisation de la data au service de la transformation durable et responsable ?

### Ce que nous attendons

Des présentations de QUALITÉ : étayées, solides, fiables, scientifiques...

Un parti-pris de CLARTÉ : démontré, explicite, informatif, opérationnel, utile...

Un angle de vue NOVATEUR : créatif, prospectif, innovant dans la démarche, les outils, le processus ou la réflexion

⇒ **Ce que nous refusons** : des présentations argumentaires, commerciales ou/et d'auto-promotion

### Des propositions de la part

Des marques, des agences conseil en communication, des agences médias, de médias ou de régies publicitaires, des instituts d'études, des cabinets de conseil, des chercheurs/universitaires

### Pour y répondre

Tout projet, sans exception, doit faire l'objet d'un descriptif détaillé précisant les points suivants (cf. questionnaire joint).

Seuls seront pris en considération les papiers complétés de ce descriptif détaillé :

- Entreprise émettrice
- Orateur(s) proposé(s)
- Titre du sujet proposé
- Démarche, méthode et moyens mis en œuvre
- Principaux enseignements scientifiques et/ou opérationnels
- Perspectives

⇒ **Le Comité de programme sélectionne les propositions à retenir**

### Lorsque le projet est confirmé par le Comité de Programme

- Une présentation de 15 minutes maximum + 5 minutes de questions
- En format powerpoint (16/9)
- Votre photo (minimum 2Mo)
- Votre bio express en quelques lignes
- Un résumé de votre intervention (1/2 page environ)
- Votre accord pour que votre intervention soit diffusée aux participants en format PDF ainsi que la mise à disposition de nos membres au sein de notre base de données Com'search.
- Votre accord pour une captation vidéo et une diffusion en replay sur notre plateforme IREP à destination des participants.

**Votre proposition d'intervention nous sera adressée  
avant le 8 novembre 2022**