

L'IREP Forum aura lieu le **6 décembre 2024** en partenariat avec **le master MC2 de Panthéon-Assas** (en présentiel), il aura pour thème :

Data collaboration et Retail média, quels enjeux ?

Le Retail média est en pleine expansion, un engouement qui se traduit par une progression à 2 chiffres (+18% au 1^{er} semestre selon l'Observatoire e-pub SRI UDECAM) et un poids économique évalué à plus d'un milliard d'euros.

Au cœur de la relation tripartite entre les marques, les retailers et les médias : il y a la data, précieux carburant qui en fait son succès.

La priorité, c'est la data ! sa collecte, son envergure, sa qualité, sa granularité, sa précision et la manière dont elle va alimenter cette relation tripartite. La data collaboration a pour vocation de rendre cette data fluide et opérationnelle, tout en étant éthique.

C'est le fonctionnement et les enjeux de la data collaboration que nous souhaitons approfondir lors de **cet IREP Forum** au travers d'initiatives ou de cas d'usages que ce soit en France ou à l'international. Une matinée dédiée à comprendre les enjeux techniques, méthodologiques mais aussi les enjeux de gouvernance et d'organisation de la data collaboration.

Le décryptage de la data collaboration sera abordé au travers de 3 points essentiels :

- **le ciblage et les insights** pour une connaissance approfondie des consommateurs, leur parcours et leur comportement d'achat
- **les mécanismes d'activation** de ces datas sur l'ensemble des points de contacts et les stratégies d'activation omnicanale (offline, onsite, offsite)
- **les mesures de la performance** des campagnes (conversion, incrémentalité, ROAS...) ainsi que les enjeux d'homogénéisation de ces mesures et la prise en compte d'objectifs de décarbonation

D'autres univers économiques comme la banque, les compagnies aériennes sont concernés par la data collaboration, **quelles sont ces nouvelles initiatives ?**

Et quel est ou quel sera **le rôle de l'IA dans la data collaboration ?**

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, les process 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, des experts de la data/martech

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 28 octobre 2024**