

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<sup>er</sup> 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**