

IREP FORUM

9 avril 2026

L'IREP Forum aura lieu le 9 avril 2026 en matinée dans l'auditorium de WPP, il sera présidé par Stéphane Martin, Directeur Général de l'ARPP, il aura pour thème :

Marketing d'influence : enjeux & efficacité dans le mix média ?

Le marketing d'influence s'impose aujourd'hui, en France comme à l'international, comme un levier stratégique du mix média. En 2024, il représentait déjà un marché de plus d'un demi-milliard d'euros en France (source France Pub pour l'ARPP), confirmant son rôle clé dans les stratégies de communication des marques.

Dans un environnement marqué par la fragmentation des audiences et la multiplication des points de contact, l'influence dispose d'atouts spécifiques : la crédibilité, l'authenticité et la confiance. Ces valeurs constituent désormais des enjeux majeurs, tant pour les créateurs de contenu que pour les marques qui les intègrent durablement dans leurs dispositifs de communication, dans un cadre de plus en plus exigeant en matière de transparence et d'éthique.

Si les indicateurs de visibilité (*reach*, impressions, vues...) restent indispensables pour mesurer l'exposition, ils ne suffisent plus à eux seuls à évaluer l'efficacité réelle du marketing d'influence. Les marques attendent désormais une évaluation plus complète de son efficacité, afin d'être capable d'en mesurer l'impact à la fois sur la *Brand Equity* (notoriété, image, considération, engagement...) et sur la performance business (conversion, ventes, ROI...). L'enjeu est clair : inscrire l'influence dans une logique *full-funnel*, démontrer sa contribution concrète aux résultats, et comprendre son rôle spécifique au sein de l'ensemble du mix média.

C'est dans cette perspective que nous consacrerons cet IREP Forum **aux enjeux et aux mesures de l'efficacité du marketing d'influence et des créateurs de contenu**. L'objectif est double : dresser un état des lieux du marché, en France et à l'international, et analyser les avancées méthodologiques en matière de mesure de l'efficacité. Le Forum s'attachera également à explorer la complémentarité de l'influence dans le mix média, au travers de retours d'expérience, de cas d'usage concrets et de *benchmarks*.

Quelques thématiques proposées :

- Quelles sont les évolutions récentes du marché de l'influence, tant sur le plan quantitatif que qualitatif ?
- Quel rôle joue l'IA ?
- Quelles spécificités distinguent le marché français du marché international ?
- Comment évaluer l'apport réel des créateurs de contenu dans un écosystème hyper fragmenté ?
- Quel est l'impact de « l'influence responsable » sur l'efficacité publicitaire ?
- Quelles solutions de mesure sont aujourd'hui utilisées ?
- Comment mesurer efficacement le haut de *funnel* (*brand equity*, effets long terme) et le bas de *funnel* (performance court terme, ventes) ?
- Quelle comparabilité et quelle complémentarité avec les autres médias et autres leviers marketing ?
- Comment l'influence est-elle intégrée et mesurée dans les modèles de Marketing Mix Modeling (MMM) ?
- Comment sont utilisés des indicateurs émergents comme le LMV (*Lasting Media Value*) ou d'autres KPIs comme le VIT (*Visibility, Impact & Trust*) ?
- Quel est l'impact des dispositifs eux-mêmes sur l'efficacité (formats, plateformes, etc.) ?
- La standardisation des mesures du marketing d'influence constitue-t-elle un enjeu clé pour l'avenir du marché ?
- .../ ...

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 du digital, 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) :

- 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 20 minutes et 5 minutes de Q&A
- 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 *replays* sur notre plateforme IREP à destination des participants.

Votre proposition d'intervention nous sera adressée
avant le 20 février 2026