

IREP FORUM

13 octobre 2022

L'IREP Forum, en partenariat avec l'Union des marques, aura lieu le **13 octobre matin dans l'auditorium de TF1 (avec un replay)** et aura pour thème :

Retail Media, quelle efficacité ?

Nouvel environnement, nouveau canal, le Retail Media est partie intégrante des stratégies de communication des marques avec une dynamique très soutenue : +42% de croissance en 2021 vs 2020 (source e-pub SRI-UDECAM). En fort déploiement, il élargit le terrain de jeu des marques, avec comme atout essentiel d'être en prise directe avec l'acte d'achat et les parcours omnicanaux des consommateurs.

Le Retail Media évolue en permanence, qu'il s'agisse de la croissance du nombre de ses acteurs, de l'agilité des solutions techniques déployées, de la structuration de son offre, mais aussi et surtout de la mesure de ses performances.

En termes de mesures, les enjeux du Retail Media sont multiples.

Dans cet IREP Forum, nous souhaitons particulièrement approfondir les enjeux du Retail Media dans l'apport d'insights, de potentiel de ciblage, de qualité de son environnement, de granularité et de pérennité des datas, de mesure des performances et de l'efficacité.

Quelques thématiques proposées :

Les 1ers retours d'expériences

Quels sont les valeurs et usages des différents formats proposés ?

Les insights clés

Qualité et granularité du ciblage

Qualité et pérennité des datas

Quelles sont les mesures d'efficacité mises en place (France et international) ?

Quelle cohérence et quelle homogénéité dans les mesures ?

Quel contrôle de la validité des mesures ?

Homogénéité des KPI's

Quelles sont les solutions techniques mises en place (clean room...) ?

Enjeux on site / off site

ROAS vs ROI

Quelle complémentarité entre les dispositifs 360° : Retail Media/digital et médias ?

.../...

Ce que nous attendons

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

Un parti-pris de CLARTÉ : démontré, explicité, 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

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 à 20 minutes maximum + 5 minutes de questions
- En format powerpoint (16/9)
- Votre photo (minimum 2 Mo)
- Votre bio express en quelques lignes
- Une synthèse des principaux axes de votre intervention (1/2 page environ)
- Votre accord pour que votre intervention soit diffusée aux participants en format PDF et 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 23 septembre 2022**