



IREP FORUM

30 juin 2026

L'IREP Forum en partenariat avec l'UDECAM aura lieu le 30 juin 2026 en matinée dans l'auditorium de France TV, il sera présidé par Magali Florens, Directrice Générale de l'UDECAM, il aura pour thème :

Commerce Next Generation : mutations, enjeux, perspectives

Quand une exposition publicitaire peut devenir un acte d'achat, le commerce entre dans une phase de transformation accélérée et décisive. Entre la montée en puissance de la donnée first party, de médias connectés permettant de nouveaux formats interactifs et l'exigence croissante de performance mesurable, les acteurs peuvent désormais articuler expérience et transaction au sein d'un même dispositif. L'enjeu n'est plus seulement de communiquer, mais de **convertir dans l'instant, tout en construisant sur le long terme** la valeur des marques et leur brand Equity.

Le retail media, fondé sur l'activation des données transactionnelles sur l'ensemble du parcours client, s'inscrit pleinement dans une logique omnicanale. L'extension **des données en offsite** accélère la convergence entre retail et médias et permet d'activer l'ensemble du funnel, de la notoriété à la conversion. Dans ce contexte, les frontières entre branding et performance s'estompent au profit de dispositifs intégrés, où l'acte d'achat s'inscrit directement au cœur de l'expérience client.

Les formats publicitaires se réinventent et l'acte d'achat gagne en fluidité pour les consommateurs : publicités shoppables, social commerce, live shopping, vidéo interactive, CTV, ou encore dispositifs in-store via le DOOH.

Plus récemment, **les LLM** (les Large Language Model) s'imposent comme un nouveau territoire d'interactions, introduisant des expériences conversationnelles inédites et un flux amplifié de recommandations, redéfinissant les parcours décisionnels et d'achat.

Dans ce contexte, **l'enjeu majeur reste celui de la mesure de l'efficacité** et de la performance de ces nouveaux leviers pour les marques, les retailers et les médias. À cela s'ajoutent **des enjeux éthiques et responsables** essentiels à **la transparence et à la protection des données**.

Nous consacrerons cet IREP Forum **aux enjeux du commerce de nouvelle génération**, à ses apports pour les consommateurs et à son efficacité, au travers d'études, de retours d'expérience et de cas d'usages concrets en France et à l'international. Cet IREP Forum sera aussi l'occasion de mettre en lumière les perspectives ouvertes par ces transformations, ainsi que les modèles et les usages qui pourraient structurer durablement le commerce de demain.

Quelques thématiques proposées :

- Quels insights des nouvelles expériences consommateur (LLM, live shopping, social commerce...)?
- Quels enjeux technologiques et datas d'interopérabilité entre commerce/retail et médias ?
- Quelles performances des nouveaux formats publicitaires et expériences d'achat intégrées : social commerce, live shopping, formats shoppables, vidéo interactive, CTV ?
- Quelles mesures de l'omnicanalité et de l'hybridation : articulation entre online et offline, digitalisation du point de vente, dispositifs in-store ?
- Quels enjeux de mesures d'attribution et d'incrémentalité : datas, ciblage, données transactionnelles, data clean rooms ?
- Quels enjeux éthiques et réglementaires : gouvernance des données, dépendance aux plateformes, transparence et protection des données ?

... / ...

irep

21 rue des Pyramides 75001 Paris – tél. +33 (0)1 45 63 71 73

E-mail : irep.infos@irep.asso.fr - Site : www.irep.asso.fr

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, des experts du digital, de la data, des 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 15 à 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 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 *replays* sur notre plateforme IREP à destination des participants.

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