

Coordonnées de la personne à inscrire :

M  Mme  Mlle  
 Nom : .....  
 Prénom : .....  
 Fonction : .....  
 Société : .....  
 Adresse : .....  
 Code postal : ..... Ville : .....  
 Tél. : ..... Fax : .....  
 Code NAF : ..... Secteur d'activité : .....  
 Effectifs :  1 à 49  50 à 199  200 à 499  500 à 999  1000 et +  
 Pour accéder à la documentation en ligne, e-mail : .....  
 Je souhaite recevoir des informations du Groupe Les Echos et de ses partenaires  
 Secteur d'activité : .....  
 Nom du directeur marketing : .....

**Pour toute inscription, renvoyez ce formulaire accompagné de votre règlement à :**

**Nadège BANSARD • Les Echos Conférences**  
**16 rue du Quatre Septembre • 75112 Paris Cedex 02**  
 Tél. : 01 49 53 63 93 • Fax : 01 49 53 68 71  
 E-mail : nbansard@lesechos.fr • www.lesechos-conferences.fr

**Modalités d'annulation :**

Toute annulation devra être par écrit et envoyée par fax ou par e-mail.  
 En cas d'annulation effectuée moins de 14 jours avant la date des assises ou en cas d'absence le jour des assises, le paiement de l'inscription restera pleinement dû et ne donnera lieu à aucun remboursement.  
 En cas d'annulation effectuée plus de 14 jours avant la date des assises, l'inscription vous sera remboursée, déduction faite d'un montant de 180 € HT pour frais de dossier.  
 Vous pouvez vous faire remplacer en nous communiquant par écrit les noms et coordonnées du remplaçant.

Je soussigné(e), accepte les modalités de règlement et d'annulation.

**Votre inscription doit être obligatoirement signée et tamponnée**

Date : / / Cachet de l'entreprise (obligatoire)

Signature : \_\_\_\_\_

1  
2  
3  
4

**Conditions générales de vente :**  
**RÈGLEMENT ATTENTION**  
 Votre règlement doit nous parvenir impérativement avec votre bulletin d'inscription. Dans le cas contraire, Les Echos Formation se réserve le droit de vous refuser l'accès le jour des Assises.  
 A l'exception des personnels du service public qui patient à service rendu.

Tarif :

950 € HT par personne (soit 1136,20 € TTC)  
 Tarif spécial abonnés Les Echos : (Merci de préciser votre numéro d'abonné)  
 15% de réduction soit 807,5 € HT par personne (965,77 € TTC)  
 Le prix indiqué comprend la participation à la journée et la documentation.  
 Joindre un bon de commande si nécessaire.

**Pour tout mode de règlement, précisez le titre et la date des assises :**

- par chèque à l'ordre des ECHOS FORMATION, société filiale des Echos habilitée à dispenser de la formation professionnelle.
- par virement à l'ordre des ECHOS FORMATION  
 Banque BNP, compte n°RIB 30004 17 00804 00010331433 / 36 BNP Champs Elysées  
 N°TVA intracommunautaire : FR 437 567 944 000 16

Merci de m'envoyer :

une convention de formation

une attestation de présence

Merci de vous munir d'une carte de visite le jour de la conférence

CI Agency - www.ciagency.fr

Merci d'écrire en lettres capitales

# Les Echos

CONFÉRENCES

**Les 6<sup>èmes</sup> Assises du Marketing**  
 A nouveaux modes de consommation, nouveaux modèles marketing ?  
 Pavillon Gabriel - Paris

Mardi 22 Septembre 2009

En partenariat avec :



En collaboration avec :



www.lesechos-conferences.fr

## Les 6 Assises du Marketing

Mardi 22 Septembre 2009

**EDITORIAL**  
 A nouveaux modes de consommation, nouveaux modèles marketing ?

La crise économique dure et accélère l'évolution des comportements d'achat et les arbitrages budgétaires des consommateurs. Confrontées à ces transformations profondes, les entreprises et les directions marketing réorientent leurs stratégies afin que l'attachement des consommateurs aux marques ne soit pas remis en question.  
 Comment répondre aux nouvelles tendances de consommation ? Quelles sont les nouvelles approches et techniques qui émergent, repoussant les frontières du marketing traditionnel ? Ces thèmes seront notamment au coeur des "6èmes Assises du Marketing" au cours desquelles débattront les meilleurs spécialistes du marketing et de la communication.

Le consommateur remet aujourd'hui en question la valeur des marques. En période de crise, certaines marques qui n'offrent pas de réelle valeur ajoutée souffrent en effet davantage que les autres. C'est dans ce contexte de perte de confiance associé à une baisse de pouvoir d'achat, que l'élaboration d'une nouvelle stratégie relation-client prend tout son sens. *Comment privilégier l'authenticité de l'offre, la transparence et la proximité ? Comment instaurer un nouvel équilibre dans la relation marque-consommateur et s'imposer durablement sur son marché ?*

Habitué à avoir une communication descendante, les marques entrent aujourd'hui dans l'ère de la communication partagée. *Comment les directions marketing suscitent-elles et intègrent-elles les prises de parole des consommateurs ? Comment les techniques de marketing participatif et conversationnel permettent-elles d'augmenter la valeur perçue du produit ? Jusqu'où aller dans la délégation du pouvoir au consommateur sans risquer d'inverser les rôles ?*

Le digital occupe aujourd'hui une place majeure dans les stratégies des marques et implique que les directeurs marketing s'interrogent en permanence sur les nouveaux dispositifs existants. Dans un environnement digital en constante évolution, *comment mesurer et améliorer l'efficacité du marketing ? Quels sont les outils d'optimisation du ROI sur le web ?*

Dans un contexte de crise, les marques doivent continuer à innover en termes de produits et de services et être prêtes à reconquérir les consommateurs quand les marchés repartiront. Mais l'innovation passe également par un renouvellement des business models classiques. *Comment les stratégies low-cost trouvent-elles leur place dans un contexte économique marqué par de nouvelles habitudes de consommation ?*

Ces « 6èmes Assises du Marketing » réuniront dirigeants, acteurs du marketing et de la communication qui viendront témoigner et confronter leurs expériences. Lieu de rencontre et d'échanges, cette conférence est un rendez-vous majeur pour tous ceux qui souhaitent faire le point sur les dernières réflexions, tendances et techniques du marketing.

Débats animés par Clotilde BRIARD et Valérie LEBOUCCQ, Journalistes, Les Echos

8h30 - 9h00

Accueil des participants

9h00 - 9h30

Introduction : comment l'entreprise adapte sa stratégie marketing globale au changement

- Nouvelles tendances de consommation, crise économique, pressions réglementaires, lobbies de consommateurs...

Jérôme HENIQUE, Directeur en charge du marketing groupe, France Télécom - Orange

9h30 - 10h15

Les marques en quête de nouveaux repères : comment les nouvelles tendances de consommation repoussent les frontières du marketing traditionnel

Françoise BONNAL, Auteur de « La Réalliance », Ex-présidente fondatrice de Brand and Business Consulting

Dominique LEVY, Directrice du planning stratégique, TNS Sofres

10h15 - 10h30 Pause

10h30 - 11h45

Transparence, simplicité, proximité : comment restaurer la confiance dans la relation marque-consommateur ?

- Quel nouvel équilibre dans les dispositifs de relation client ?
- Comment concilier nouvelles technologies et intrusion des marques ?
- Comment répondre aux nouveaux besoins du client final ?

Yan CLAEYSSEN, Président, ETO Digital

Didier FICHOU, Directeur relation client et études marketing, Leroy Merlin France

Pierre-Olivier NAU, Directeur marketing France, MasterCard

Patrick RUSSO, Directeur communication commerciale, LaSer

11h45-12h45

Comment les nouvelles formes de dialogue avec les consommateurs nourrissent la stratégie marketing et communication

- Marketing participatif : comment susciter des conversations positives autour de la marque ?
- Comment augmenter la valeur perçue du produit ?
- Empreintes sociales des marques et stratégies digitales

Marie-Christine LANNE, Directrice de la communication, Generali France

Anthony LESUEUR, Media Innovation Manager, L'Oréal

François PETAVY, Directeur général, Eyeka

12h45 - 14h45

Déjeuner - débat : quels nouveaux repères pour gérer les marques aujourd'hui ?

Jean-Noël KAPFERER, Consultant ; Professeur, HEC

14h45-15h10

Le marketing de demain dans un monde digital

- Comment optimiser son ROI sur le web ?

Christine REMOVILLE, Directrice générale, Accenture Marketing Sciences

15h10-16h00

Marques : comment prendre la parole dans le contexte actuel ? Quelle adaptation des stratégies de communication ?

Arnaud DESCHAMPS, Directeur général, Nespresso France

Vincent LECLABART, Président, Australie

16h00-17h15

Nouveaux business models, innovation produits et concepts ... : quels leviers de sortie de crise ?

- De l'idée au marché : quelle évolution des stratégies marketing ?
- Les secteurs qui performant sont-ils ceux qui ont renouvelé leur business model ?
- Comment concilier innovation et croissance du low-cost ?

Delphine MANCEAU, Professeur, ESCP Europe

Nelly BROSSARD, Directrice marketing et communication, Amaguiz.com

Marc JALABERT, Directeur du marketing et des opérations, Microsoft France

Sophie ROMET, Directeur général, Dragon Rouge

### Date et Lieu

Mardi 22 Septembre 2009

Pavillon Gabriel • 5 avenue Gabriel • 75008 Paris • Métro : Concorde



### Contacts

Information : Florence BLANCHARD  
E-mail : fblanchard@lesechos.fr

Inscription : Nadège BANSARD  
Tél : 01 49 53 63 93 Fax : 01 49 53 68 71  
E-mail : nbansard@lesechos.fr

Relations Presse : Sonia KHATCHADOURIAN  
E-mail : skhatchadourian@lesechos.fr

Partenariats : Caroline AUBRY  
Tél : 01 49 53 63 96  
E-mail : caubry@lesechos.fr

### Les Assises du marketing s'adressent :

- Dans les entreprises de tous secteurs aux :
  - Présidents-directeurs généraux et directeurs généraux
  - Directeurs marketing, Directeurs et responsables de la communication
  - Directeurs de la publicité, Directeurs CRM
  - Directeurs marketing relationnel, Directeurs des marques, Directeurs stratégie et développement
  - Directeurs des études, Directeurs prospective
  - Directeurs statistiques, Chefs de produits
  - Directeurs service clients, Directeurs base de données, Responsables fidélisation
  - Directeurs commerciaux et Directeurs des ventes

Agences de communication et de publicité

Agence de marketing services

Cabinets de conseil

Sociétés d'études



Et tous ceux qui veulent faire le point sur les nouvelles tendances et techniques du marketing ...