

08h30 ■ **Accueil café**

09h00 ■ **Introduction par l'Union des marques**



Didier Beauclair

Directeur Efficacité et Transparence,
Union des marques

09h15 ■ **Le retail media : un outil unique pour enrichir la connaissance client et mesurer l'efficacité d'une campagne digitale**

Le retail media permet de mieux comprendre les comportements pour mieux cibler, d'activer les segments de data les plus captifs, de mesurer l'impact sur les ventes omnicanales.



Chloé Six-Latapie

Managing Director France, Gammed!

09h35 ■ **La donnée retailer au service d'une stratégie d'activation : le cas Bonduelle**

Numberly a accompagné Bonduelle pour mieux connaître ses clients, maximiser ses ventes sur une gamme de produits et mesurer l'impact de la campagne sur les conversions.



Laure Gery

Directrice média trading / retail
media, Numberly

Retour d'expérience sur l'efficacité du retail

media sur des activations drive

Quel est le poids du e-retail media dans un mix media ? Quel est l'impact que peuvent avoir ces activations sur les ventes ?



Alexis Langrené

Directeur Régional Marketing Effectiveness, Nielsen



François Muzy-Mazza

Plan Optimize Consultant, Nielsen Marketing Cloud



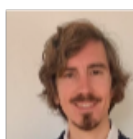
Guillaume Durand

Directeur France & Belgique, Shopmium

10h15

■ Activation, mesure et enrichissement d'audience avec vos partenaires retail

Les avancées technologiques permettent le partage de données 1st party entre annonceurs et retailers. Retour d'expérience sur deux cas d'usage concrets.



Pierre Cholet

Directeur du développement commercial, Decentriq

10h35

■ Pause café

11h00

■ Le e-retail media, un levier pour améliorer sa visibilité en digital shelf

Quels sont les effets des activations e-retail media sur le ranking des produits ? Quel est l'impact d'une activation sur la visibilité en digital shelf ?



Florence Bréban

Co-fondatrice, Datagram



Thomas Beguin

Insights & Analytics Executive, Datagram

11h20

■ Comment le retail media peut aider une marque pour l'acquisition client omnicanale

Etude de cas d'un des acteurs leaders dans le domaine de la beauté, qui souhaite conquérir de nouveaux clients, à l'aide d'une stratégie data issue du retail media.



Alexis Marcombe



Alexis Marcombe
Managing Director, Carrefour Links

11h40

Comment le retail media couvre tous les points de contacts des Français

La diversité des leviers du retail média en réponse à des objectifs divers : objectif médias et objectif de performance.



Grégory Mialhe

Directeur Marketing & Trade, Retailink
by Fnac Darty

12h00

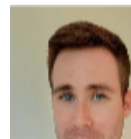
La lère campagne cookieless de Danone sur l'open web

La marque Danone et son agence iProspect ont testé l'efficacité d'une campagne retail media cookieless sur l'open web en se basant sur de la Data Shopper.



Valentine Viaud

Directrice Associée, iProspect (groupe
Dentsu)



Pierre Loiseau

Media Manager, Danone France

12h20

Conclusion

