

**MEDIACAMPUS – AUDENCIA SCIENCESCOM, 41 BOULEVARD DE LA PRAIRIE-AU-DUC  
44200 NANTES**

### 11h30 ■ **Visite du Mediacampus (présentiel uniquement)**

Le Mediacampus vous ouvre ses portes à l'occasion de l'IREP Forum. Lieu phare du dynamisme du Quartier de la Création et de l'Île de Nantes, il rassemble sous le même toit, l'école de communication Audencia SciencesCom, la TV locale Télénantes, les équipes TF1/LCI en région, des entreprises et des associations professionnelles du secteur.

### 12h30 ■ **Cocktail déjeunatoire**

### 13h30 ■ **Introduction (début de la diffusion en ligne)**



**Christine Robert**  
Directrice Déléguée, IREP



**Estelle Prusker-Deneuille**  
Professeur, Mediacampus manager,  
Audencia SciencesCom

### 13h35 ■ **Maillage du territoire et communication locale comme relais de croissance**

Comprendre le citoyen et le consommateur dans son environnement géographique et médiatique génère un gain d'efficacité business car cette proximité est un véritable moteur de performance.



**Xavier Guillon**  
Fondateur et Directeur Général,  
France Pub

### 13h50 ■ **Médias de proximité : quelles innovations éditoriales pour engager l'audience ?**

avec l'audience : tour d'horizon des tendances fortes de l'innovation en 2023 dans les rédactions locales, en France et à l'étranger, pour mieux répondre aux attentes du public.



**Julien Kostrèche**

Cofondateur et directeur, Ouest Médialab / Festival de l'info locale

14h10

## Intervention BFM Régions



**Philippe Antoine**

Directeur Général, BFM Régions (Altice Media)

14h30

## Vers une vision intégrée et unifiée où actions nationales et locales sont déployées en synergie totale

Pour (re)gagner en proximité et développer le business, les marques doivent déployer un savant mélange d'actions de visibilité de « masse » et d'actions plus proches, plus ciblées, plus locales.



**Nicolas Fraudreau**

Directeur Media & Content, CoSpirit Media

14h50

## Comment les mesures d'efficacité des campagnes de communication intègrent-elles les 2 niveaux local-global ?

Avec sa méthodologie AdScore, Iligo mesure depuis 2012 l'efficacité des campagnes publicitaires sur des cibles variées, tant au niveau national qu'au niveau local.



**Olivier Goulet**

Président, Iligo



**Jérôme Thellier**

Marketing Research Manager, Iligo

15h10

## Du développement de la notoriété nationale à la gestion de leads géolocalisés pour les marques en réseaux

Comment une entreprise en réseaux associe-t-elle développement de sa notoriété de

Comment une entreprise en réseau accède-t-elle au développement de sa notoriété de marque et accompagnement de son réseau en aide au business local ? Quelle action nationale ? Quel écho multilocal ?



**Riccardo Di Mauro**

Dirigeant Fondateur, Anacrouse Média



**Vincent Dor**

Dirigeant Fondateur, MapLean

15h30

## La TV Segmentée, une proposition de valeur augmentée au service de la territorialité et des marques

Dans les offres comme dans les services proposés, une dynamique des régies TV pour rendre la TV accessible à toutes les typologies d'acteurs.



**Virginie Sappey**

Directrice Marketing et Etudes, France Télévisions Publicité

15h50

## La PQR, une audience affinée grâce à la géostatistique

Comment mesurer les audiences au niveau le plus fin sur l'ensemble du territoire métropolitain et ainsi calculer des performances d'audience aux niveaux géographiques souhaités par les clients.



**Virginie Flach**

Responsable Pôle Marketing Stratégique, Additi Média, Groupe Ouest-France



**Sophie Renaud**

Directrice des Etudes, 366

16h10

## La place du local dans les stratégies nationales et globales

Assurer la cohérence de la brand equity à travers plusieurs marchés, tout en assurant l'efficacité business à une échelle locale. Etude de cas avec la campagne Gan Assurances, qui a reçu un grand prix Stratégies 2022.



**Mickaël Henry**

Head Of Local Media, Dentsu



**Annabelle Legrand-Lippens**

Responsable Marketing, Marque et Communication externe, Gan Assurances



