

Qualité des contacts : un levier d'efficacité ?

Le programme du 18 avril 2023

AUDITORIUM WEWORK, 106 BOULEVARD HAUSSMANN 75008 PARIS

08h30 ■ **Accueil petit-déjeuner**

09h00 ■ **Introduction**

09h10 ■ **Quand la technologie redéfinit la qualité des points de contact**

Dans un contexte d'hyper-digitalisation, quel est l'impact de la technologie sur le cerveau ? Quels sont les leviers pour capter l'attention et ainsi maximiser l'efficacité du contact publicitaire ?



Sébastien Emeriau

Chief Strategy Officer, Havas Media Group France

09h30 ■ **De l'occasion de voir à l'attention : enjeux et perspectives sur la définition des contacts**

Panorama de la diversité des définitions du contact par média, enjeux liés à la qualité des contacts en France et à l'international.



Valérie Morrison

Directrice Générale, CESP



Patricia Schultz

Directrice d'études, CESP

09h50 ■ **La qualité d'un contact publicitaire : relier le ciblage à la performance**

En reliant la cible, l'exposition et les performances, comment mesurer la qualité du contact ?



Laurent Nicolas

Cofondateur et Président, Implicit

10h10

Le β de mémorisation, indicateur clé de la qualité du contact

Pourquoi et en quoi le β permet de qualifier les contacts et d'optimiser les dispositifs : contextes d'exposition, lien avec l'attention et l'efficacité.



Zysla Belliat

Présidente, MMZ Conseil

10h30

Quel effet du contexte d'exposition publicitaire en TV sur le consommateur ?

Mesure de l'effet du contexte de l'exposition publicitaire en TV sur les comportements d'achats du consommateur et sur sa perception de la marque à partir d'une data 100% déterministe.



Emmanuelle Godard

Directrice Marketing Digital et Innovation, Canal+ Brand Solutions

10h50

La qualité du contact TV au service de la performance marketing

Dans un contexte où le marché publicitaire se responsabilise en faveur d'une diffusion maîtrisée et qualifiée, il est nécessaire de poser la question d'un contact de qualité pour une efficacité marketing optimisée.



Nathalie Suszylo

Responsable du pôle Etudes, France Télévisions Publicité



Barbara Vite

Head of Research & Insights, Dentsu



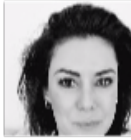
Pierre Figeat

Co-fondateur, Admo.tv

11h10

Neurosciences : quelles sont les dernières avancées pour évaluer la qualité des contacts ?

Les neurosciences et sciences cognitives pour mesurer la qualité du contact, l'attention portée aux contenus publicitaires et sa contribution à l'efficacité des campagnes.



Ornella Godard

Docteure en Psychologie et Neurosciences cognitives, Fondatrice, Cognitio Consulting

11h30

L'attention au service d'un pilotage plus efficace des campagnes digitales

L'attention est une métrique du pilotage des campagnes digitales pour des résultats sur la brand equity et les ventes.



Caroline Hugonenc

Global SVP Research & Insights, Teads



Matthieu Barbé

Head of Insights France, Teads

11h50

Qualité du contact, attention et efficacité

Objectiver ce qui est habituellement subjectif : la qualité (de l'exposition publicitaire), et mesurer son impact sur l'efficacité.



Fabien Magalon

Co-Founder & CEO, xpln.ai

12h10

Attention Metrics in the International Market

La mesure de l'attention a le potentiel pour transformer la façon dont les médias sont valorisés : état d'avancement des mesures de l'attention au niveau international.



Andy Brown

CEO, The Attention Council

12h30

Conclusion

