























SEPTEMBRE

- 16** Comment construire avec le GEM (Generative engine marketing) une marque que l'IA comprend, cite et recommande ? - Jellyfish 
- 17** Barter et stratégie médias : quels process, quels usages, quels points de vigilance ? - Groupe TEC 
- 18** MASTERCLASS : Comment faire de la collaboration entre services un vrai accélérateur collectif ? - Bernard Guery 
- 22** Parcours IA & compétences : Comment utiliser l'IA pour produire des résultats fiables et directement exploitables dans son métier ? (2/3) - Aravati 
- 23** Communication inclusive : comment aligner le langage des mots et des images ? - re-wor-lding 
- 24** Parcours communication d'engagement : Comment évaluer sa communication d'engagement ? (3/3) - Return for Society
- 29** Comment l'IA augmente-t-elle les performances de la TV Connectée ? - Adlook 




OCTOBRE

- 01** Brand Safety & Suitability : Comment protéger et valoriser sa marque dans tous les environnements digitaux ? - DoubleVerify 
- 02** Comment développer ses compétences managériales grâce au théâtre d'improvisation ? - Jokari 
- 06** Comment la perception de l'influence et des créateurs de contenu a-t-elle évolué en France ces dernières années ? - Reech 
- 07** Parcours Expérience client : Comment accélérer la centricité client et ses retombées pour votre entreprise ? (1/2) - Ipsos 
- 08** Publicité digitale : comment garder au mieux le contrôle de ses investissements et sécuriser ses reportings pour sa direction ? - adLearnMEDIA 
- 09** Comment convaincre en 3 minutes ? - SkyllDev 
- 14** Parcours IA & compétences : Comment transformer l'IA en assistant personnel structuré et réellement fiable ? (3/3) - Aravati 
- 15** Comment évaluer son impact sociétal en passant de la théorie à la pratique ? - Céline Mas

NOVEMBRE

- 03** Votre IA produit du contenu. Mais ressemble-t-il vraiment à votre marque ? - adLearnMEDIA 
- 04** Parcours Expérience client : Comment articuler une feuille de route pour diffuser la culture client et transformer son organisation ? (2/2) - Ipsos 
- 05** Commerce agentique : et si vos clients déléguaient leurs achats à une IA ? - Agence WAM/synolia 
- 06** Média training : comment convaincre face aux médias ? - Grégoire Larrieu 
- 13** La connexion produit, futur de la communication ? - Les Humains
- 17** Mesurer l'efficacité des canaux digitaux : quels KPIs pour quel usage ? - MEASR² 
- 18** Quel impact de l'IA agentique dans la relation tripartite agences-annonceurs-adtech ? - Locala 
- 19** Comment mesurer efficacement la contribution de l'influence à la performance marketing ? - Ekimetrics 
- 20** Comment activer le dark social, les messageries et les communautés privées sans intrusion pour renforcer la préférence de marque ? - Forcola 
- 24** Comment réinventer ses méthodes de brief ? - onzedixièmes 
- 25** Comment remettre le corps au centre de la performance individuelle et collective ? - Bruce Hoang 
- 27** Comment intégrer la responsabilité de marque dans son brief créatif ? - Les Humains

DECEMBRE

- 01** Comment construire une vraie stratégie LinkedIn de marque au-delà des posts corporate ? - Forcola 
- 02** LLMs/GEO : comment adapter votre stratégie d'influence dans un monde où vos nouveaux influenceurs ne regardent pas vos followers ? - Jellyfish 
- 03** Comment, en 2026, les marques peuvent-elles encourager des comportements durables ? - Behaven
- 04** Comment affirmer un leadership authentique et fédérer les autres ? - Skylldev 
- 11** MASTERCLASS : Et si on cessait de croire que tout va mal en France ? - Ipsos 