

IREP FORUM

7 novembre 2023

L'IREP Forum, en partenariat avec l'Union des marques, aura lieu le 7 novembre matin dans l'auditorium de La Poste, il aura pour thème :

C'est la permacrise ! Comment piloter sa marque par vent contraire ?

Depuis 5 ans les crises se succèdent et coexistent sans trêve : sociale, politique, sanitaire, géopolitique ou économique. Face à cette configuration anxiogène, contrainte et chaotique, les citoyens, les consommateurs mais aussi les entreprises et les marques s'adaptent en permanence. Les marques font face à de véritables enjeux de flexibilité sur l'ensemble de leurs actions et orientations stratégiques, sur leurs axes de communication pour piloter et préserver leur(s) marque(s) et leur capital de marque, qu'il soit matériel ou immatériel.

Face à ces multiples défis, nous souhaitons dans cet IREP Forum approfondir au travers de retours d'expériences, de mesures qualitatives ou quantitatives, les multiples actions menées par les marques pour les piloter et les préserver à court, à moyen ou à long terme.

Quelques thématiques proposées :

Comment définir le capital d'une marque en 2023 ?

Quel est le rôle des marques dans cette période de « permacrise » ?

Quel est le rôle des marques face aux défis de transformation de la société ? (sociétale, environnementale...)

Comment montrer/prouver la réalité/authenticité de l'engagement d'une marque ?

... / ...

Quelles mesures privilégier pour piloter et préserver les marques dans un contexte de crise permanente ?

Quels sont les outils (ou nouveaux outils) permettant de monitorer une marque ?

Comment mesurer les insights dans ce contexte chaotique ? quels nouveaux KPI's ?

Comment repérer tous les signaux (y compris faibles) de la part des consommateurs-citoyens ?

... / ...

Dans ce contexte, comment piloter et orchestrer la prise de parole des marques ?

Quelles actions de communication privilégier en période de crise permanente ? ces actions sont-elles différentes ?

Comment prendre en compte toutes les dimensions des relations : marque-employeur, marque-citoyen, marque-consommateur, marques-acteurs publics ?

Quel impact global pour une marque qui cesse de communiquer ?

Quelles mesures d'efficacité des actions de communication mettre en œuvre ?

Ce que nous attendons

Des présentations de QUALITÉ : étayées, solides, fiables, scientifiques...

Un parti-pris de CLARTÉ : démontré, explicité, informatif, opérationnel, utile...

Un angle de vue NOVATEUR : créatif, prospectif, innovant dans la démarche, les outils, les process ou la réflexion

⇒ **Ce que nous refusons** : des présentations argumentaires, commerciales ou/et d'auto-promotion

Des propositions de la part

Des marques, des agences conseil en communication, des agences médias, de médias ou de régies publicitaires, des instituts d'études, des cabinets de conseil, des chercheurs/universitaires

Pour y répondre

Tout projet, sans exception, doit faire l'objet d'un descriptif détaillé précisant les points suivants (cf. questionnaire joint).

Seuls seront pris en considération les papiers complétés de ce descriptif détaillé :

- Entreprise émettrice
- Orateur(s) proposé(s)
- Titre du sujet proposé
- Démarche, méthode et moyens mis en œuvre
- Principaux enseignements scientifiques et/ou opérationnels
- Perspectives

⇒ **Le Comité de programme sélectionne les propositions à retenir**

Lorsque le projet est confirmé par le Comité de Programme

- Une présentation orale de 15 à 20 minutes maximum + 5 minutes de questions
- Une présentation en format powerpoint (16/9)
- Une synthèse des principaux axes de votre intervention (1/2 page environ)
- Votre photo (minimum 2 Mo)
- Votre bio express (en quelques lignes)
- Votre accord pour que votre intervention soit diffusée aux participants en format PDF et mise à disposition de nos membres au sein de notre base de données Com'search.
- Votre accord pour une captation vidéo et une diffusion en replay sur notre plateforme IREP à destination des participants.

Votre proposition d'intervention nous sera adressée
avant le 13 Octobre 2023