club DES ANNONCEURS

THE BRAND IMMERSION 4

METAMORPHOSES

#BRANDIMMERSION

Communiqué de presse
Paris, le 11 mars 2019

Le Club des Annonceurs présente en exclusivité la 4e édition de son étude « The Brand Immersion » au Yoyo - Palais de Tokyo, le 3 avril 2019 à 19h.

LES MUTATIONS OPÉRÉES PAR LES PLUS BELLES MARQUES FRANÇAISES PARTAGÉES PAR LEURS DIRIGEANTS

Le Club des Annonceurs et son partenaire historique Kantar se sont de nouveau immergés auprès de 30 grandes marques françaises historiques, issues notamment du BrandZ Top 50 mais également de marques disruptives issues du tout nouveau panel Kantar TOP 45 French digital natives. Deux classements complémentaires pour mener à bien les interviews de décryptage et d'analyse des grandes mutations actuelles de marques et comprendre sur quoi reposent désormais les nouvelles dimensions de leur défis et succès à venir.

La restitution de ce 4ème opus The Brand Immersion sera présentée cette année sous le thème « MÉTAMORPHOSES », le 3 avril à 19h au Yoyo - Palais de Tokyo.
Mutations progressives ou radicales, changement de forme ou changement d'état, quels ingrédients clés pour re.devenir, rester ou devenir de grandes marques à l'ère de la post-transformation digitale?

INVITÉ D'HONNEUR ET GOLD SPEAKER

Monsieur Thierry Cotillard, Président d'Intermarché nous fera l'honneur de venir partager sa vision de Métamorphoses et l'évolution stratégique de la marque Intermarché.

UN RENDEZ-VOUS DE TOUT L'ÉCOSYSTÈME DES MARQUES

Ponctué de témoignages de grands dirigeants de marques fortes - annonceurs, médias, agences, sur les défis de mutations auxquels ils font face, leurs best practices et leurs visions de MÉTAMORPHOSES en cours et à venir. En bonne intelligence collective, pour inventer le futur de nos métiers, de nos marques !
Dans un lieu parisien éclectique, effervescent et inspiré, cette soirée professionnelle sera comme en 2018 : rythmée, chaleureuse et inspirante.

Parmi les marques qui ont accepté de témoigner – EDF, Oui.SNCF, ORANGE, Citroën, TOTAL, DEEZER, BforBank, … – certaines viendront témoigner en live lors de la soirée.

RESTITUTION DE L'ÉTUDE A TRAVERS 3 CATÉGORIES MÉTAMORPHOSES

1 — DE LA CENTRICITE CLIENT → AUX INSIGHTS SOCIÉTAUX
2 — D'UNE POSTURE CONCURRENTE → A UNE POSTURE DE COOPÉRATION
3 — DE MODÈLES MARKETING ÉTABLIS → AUX NOUVEAUX MODES DE REFLEXION MARKETING

À NOS CÔTÉS, DES ÉLÈVES DE SUP DE PUB

Comme à l'accoutumée, dans une approche de reverse mentoring, Le Club des Annonceurs à tenu à intégrer dans sa task force de réflexion collective un point de vue académique et spontané à ses côtés. Une façon d'aider la nouvelle génération à se plonger dans les enjeux prospectifs des marques et d'apporter un autre regard sur la transformation des entreprises. Cette année, c'est avec des étudiants en Master 2 Planning Stratégique et Digital de Sup de Pub que nous avons réalisé des sessions de travail en amont et les avons conviés à participer aux interviews de dirigeants.

A PROPOS DU CLUB

PARTAGE – INFLUENCE – INSPIRATION

Le Club des Annonceurs est le **1er Club de réflexion de Dirigeants de marques en France**. Avec près de 170 membres issus d'entreprises du CAC 40 et de PME, de tous secteurs d'activité, le Club des Annonceurs, connecte, anime et accompagne une communauté de directeurs communication, marque, marketing, digital et innovation dans le décryptage des tendances, la réflexion stratégique sur leurs problématiques et la réinvention de leur métier de demain.
Véritable Think Tank de femmes et d'hommes qui pilotent les marques, Le Club exprime sa singularité de par sa taille humaine et privilégie une démarche pragmatique, en proposant à ses membres annonceurs de profiter de l'expertise de leurs pairs en toute confidentialité.

CONTACT PRESSE

Julia GNEMMI – Responsable Communication, Digital & RP
18 rue de Londres, 75009 Paris
Tel : 06 69 42 00 80
jgnemmi@leclubdesannonceurs.com

www.leclubdesannonceurs.com

LeClubdesAnnonceurs
Club_Annonceurs
LeClubdesAnnonceurs

club DES ANNONCEURS