

## THEME GENERAL : LA VALEUR

*Les ateliers sont ouverts à tous : agences créatives et médias, annonceurs, directeurs d'études, éditeurs et régies, universitaires.*

*Inscription sur le site [pressemagazine.com](http://www.pressemagazine.com) : <http://www.pressemagazine.com/node.php?pageid=131>*

**Lundi 12 Avril 2010 à 14h30**

### Valeurs de contenus, Valeurs de contact.

- **Introduction : Où en est le contrat de lecture de la presse Magazine ?** Vingt-cinq ans après la définition de ce concept par Eliseo Veron, une analyse actuelle par **Dominique Levy**, Directrice Associée / TNS Sofrès.
- **Comment se construit l'impact de la publicité en presse magazine?** Formats, Emplacements, contextes et contenus... *Etude « Stop/Watch »* Présentation et analyse de la BDD d'impacts construite sur plus de 4000 campagnes par **Trui Lanckriet** et **Vanessa Sanctorum** / Sanoma Editeurs (Bruxelles).  
*Le livre « Stop/Watch sera offert en fin d'ateliers.*
- **Contenu de la Publicité : L'agrément valeur prédictive de la publicité magazine ?** Une analyse transversale de la BDD Adlike de la publicité magazine préférée des Français. par **Aurélie Gibiat**, directrice du département média de Harris Interactive + **Stéphanie Boissonnade**, département marketing études du Groupe Marie Claire.
- **L'effet de contexte sur les site de presse : Première présentation de la Banque de Données Alenty /APPM.** Par **Laurent Nicolas** / Alenty et **Pascale Luca**/ RégieObs.

**Mardi 13 avril 2010 - 9h15**

## **Valeurs des marques, Marques de valeurs.**

- **Introduction: Le lien, clef de voute des marques médias** par *Fanny Vielajus*, Présidente de Be.
- « **La Ré- alliance** », **valeur essentielle de la marque média ?** La perspective d'un « moi-nous » salutaire après le « moi- je » égotique peut- elle être alimentée par le lien nourri par la presse magazine ? par *Françoise Bonnal*, auteur du livre « la Ré-Alliance »  
*Le livre sera offert en fin d'ateliers.*
- **Une nouvelle mesure de la marque média.** Au- delà de l'audience, quelle mesure pour les marques médias. Quelle influence sur les marques annonceurs ? Premiers résultats exclusifs sur la France d'une méthodologie internationale par *Bruno Schmutz* Directeur Général France/ Ipsos Media CT + *Nicolas Cour*, Directeur des Etudes et du marketing client/ Prisma Presse.
- **La marque média en action ! Comment les marques annonceurs utilisent-elles les marques médias ?** *Trois cas : Chanel More.Madame* par *Joelle Perrier*, Directrice des médias de Chanel France, *Corinne Mrejen* Directrice Générale FigaroMédias, *Citroën C3* par *Katia Fournigault*, Directrice Commerciale Citroën, *Catherine Arnaize*, Prisma Presse et *KiteKat* de Nestlé France par *Christophe Conjard* de ZenithOptimédia et *Cécile Mossot Ferrand Mondadori*.

**Mercredi 14 Avril 2010**

## **Déjeuner débat (sur invitation) - 12h30**

« **From Palo Alto avec Jean-Louis Gassée** », *interview par Michel Grossiord, journaliste et Chroniqueur à Europe 1.*

*Jean-Louis Gassée*, ex Président d'Apple France et Europe, Conseiller Steve Job, co fondateur de la Monday Note, nous fait l'amitié de venir nous donner sa vision de l'évolution des médias et de l'avenir de la presse face à la numérisation. Les e-tablets et l'Ipod. Quel poids futur du technique sur nos communications ? Une formidable opportunité sociétale... mais aussi des risques à ne pas ignorer.



**Mercredi 14 Avril 2010 - 14h30**

## **La Valeur du média magazine. *Perceptions et perspectives.***

- **Comment les Français voient le média magazine ?** Vécu et fonctions médias de la presse magazine par **Pascale Merzereau** Direction des Etudes et Recherches de Carat France + **Christine Bitsch**, Directrice Internationale Kantar Media
- **Les Premium, quelle place pour la presse magazine dans leur vie ?** Une analyse exclusive des fonctions médias dans l'étude Premium par **Gilbert Saint Joanis**, directeur des études d'AudiPresse + **Virginie Mary** Directrice Marketing CondéNast
- **Comment les annonceurs eux mêmes voient le média magazine ?** Présentation d'une étude quantitative exclusive auprès d'un échantillon exclusif d'annonceurs, par **Nathalie Perrio – Combeaux**, CEO France Harris Interactive + **Véronique Pican**, Directrice Générale de la régie Express/Roularta/Services.
- **La presse magazine dans la société française : réinventons l'écrit.** Un débat entre **Mercedes Erra**, CEO Président de BETC Worldwide, **Etienne Gernelle**, Directeur de Rédaction du Point et **Franz Olivier Giesbert**, écrivain Vice Président/ Directeur de la rédaction du Point, animé par **David Abiker**, Journaliste à France Info.

**Judi 15 avril - Après midi - Lancement : 14h30**

## **Ma valeur de l'audience magazine**

- **L'audience au numéro. L'exposition à l'insertion. L'accumulation d'audience... les tests et innovations** mises en place dans la mesure d'audience de la presse magazine avec la présence exclusive de **Kathi Love**, Pdte /CEO de MRI (New York / USA), dans une conférence débat exclusive modérée par **Olivier Goulet**, Iligo.

**Ateliers ouvert à tous : Agences, Annonceurs, Chercheurs, Editeurs et Régies, ...**

**LIEU :**

**La Maison des Arts et Métiers**

9 bis, avenue d'Iéna  
75116 Paris  
33 (0)1 40 69 27 00

**Accès**

Métro : Iéna  
Bus : lignes n° 32, 63

**Parking :** Kléber



**CONTACTS :**

**Inscriptions :** uniquement en ligne sur [www.pressemagazine.com](http://www.pressemagazine.com)

Sandrine Peyriguer - [sp@pressemagazine](mailto:sp@pressemagazine)

**Presse :** Isabelle Fredriksson [if@pressemagazine.com](mailto:if@pressemagazine.com)