

Communiqué de presse

Symposium CommPass « Forward Focus » : Un regard sur l'avenir du marketing et des médias

Le symposium « Forward Focus » aura lieu le jeudi 17 octobre 2024 et réunira des experts de premier plan de l'industrie des médias pour partager les dernières tendances et perspectives. Le symposium, organisé par CommPass, se déroulera de 14h00 à 18h00.

Le thème s'articule autour de l'avenir : comment encourager l'autorégulation, exploiter la créativité pour un marketing plus efficace et embrasser pleinement l'impact de la technologie, comme l'IA, et le rôle des médias locaux et internationaux.

L'agenda prévoit une série de présentations et de débats passionnants :

"Plaidoyer pour plus d'autodiscipline et moins de tutelle politique"

Marc Frederix, président du Conseil de la Publicité, souligne la nécessité d'une approche plus mature de la publicité, avec moins d'ingérence gouvernementale et plus de responsabilité de la part de l'industrie elle-même.

"How creative marketing leads to greater effectiveness"

Cette présentation, par Petra De Roos (ACC) et Bart De Pauw (GroupM), explique comment la créativité dans les stratégies de marketing ne produit pas seulement des campagnes innovantes, mais aussi des résultats commerciaux démontrables.

Débat : "Truths surrounding local and international media "

Un panel réunissant Luc Suykens (UBA), Hugues Rey (UMA), Bart Demeulenaere (VIA), Natascha Chamuleau (Snapchat), Sofie Geeroms (Nalantis), modéré par Karel Vinck (fondateur de Finch Collective). Un débat animé avec des experts de différents domaines des médias sur les défis et vérités concernant les médias locaux et internationaux.

"Profit Ability 2 – The Business Case for Advertising "

Jane Christian (EssenceMediaCom UK) présentera une nouvelle étude sur la rentabilité de la publicité et comment elle peut aider les entreprises à croître.

" Is AI transformative for marketing? Exploring the benefits and ethical concerns"

Matthieu Vercruysse (Publicis Groupe) discutera de la puissance transformative de l'intelligence artificielle pour l'industrie du marketing, en abordant les dilemmes éthiques et les opportunités qu'elle représente.

Le symposium se terminera par un network drink, offrant aux participants l'occasion d'échanger avec les intervenants et les autres invités.

Ne manquez pas cet événement unique et découvrez comment évolue l'avenir du marketing, des médias et de la technologie.

Pour plus d'informations et inscription : <https://commpass.media/fr/symposium2024/>