

# LE FORUM

by cesacom

19-23 mars 2018

## AUTHENTICITÉ

L'École de communication Cesacom lance pour la deuxième année consécutive son Forum du 19 au 23 mars 2018.

Au programme : 4 tables rondes par jour, animées par les étudiants et leurs intervenants.

Cette année, les tables rondes auront pour fil conducteur un seul et unique thème : l'authenticité. Indémoudable et moteur de stratégies, l'authenticité est un vecteur d'innovation.

Ce Forum est l'occasion de se pencher sur différentes problématiques relatives à ce mouvement.

Cesacom Paris  
363 bis, rue des Pyrénées  
75020 Paris

Métro : Jourdain ligne 11  
Bus : Jourdain ligne 26

19/03 : RH ET ÉVÉNEMENTIEL,  
VERS PLUS D'AUTHECITÉ ?

### 09h00 // Bonheur au travail, bien-être en entreprise, prétexte ou prise de conscience ?

Tiffany Faella, Shanna Rolle, Karell Verin Melza, Oumie Yves

Stress, dépression, anxiété, suicide et si le travail rendait malade ? Pour contrer ce nouveau fléau depuis de 2010, la loi oblige les entreprises à prendre en compte le bonheur de leurs salariés. Formateurs, coaches, chief happiness officer qui sont ces nouveaux ambassadeurs du bien-être en entreprise ?

**Marion DE LA FOREST DIVONNE**  
Coach / Auteur / Formatrice

**Pouya MOHTACHAM**  
Co-fondateur Pr HappyTech

**Corinne JEQUIER**  
Responsable Formation Banque de France

**Christophe NGUYEN**  
Psychologue au travail

### 11h15 // Pop-up store, e-commerce : quand l'expérience physique remplace le digital

Mélina Da Rocha, Héléne Delmotte, Alice Chacun et Léa Rignac

Le concept du pop-up store séduit les enseignes en quête de nouvelles expériences clients. Il fait suite à l'ouverture de « guérilla stores » en 2004 au Japon par la marque « Comme des garçons ». Proximité avec les clients, dimension éphémère, expérience unique ou véritable tremplin pour la marque ?

**Mélissa ARTIS**  
Fondatrice Waekura

**Denis CAMINADE**  
Expert en stratégie de communication Shops

**Gwenola GALIPPE DELEGGE**  
Directrice Klépierre Brand Ventures

**Fabrice JONAS**  
Fondateur ModeLab

### 14h00 // Brandalism et subvertising, des événements de rue permanents ?

Jamming Armance, Félicien Creuchet et Louis Lelong

Chaque jour nous sommes exposés à 300 messages publicitaires. Dans ce magma, des streets artistes, des collectifs, des publicitaires décident de prendre le contre-pied en rejetant la publicité et en se la réappropriant. La solution : utiliser l'happening artistique comme moyen de communication ?

**Marc ARMENGAUD**  
Philosophe urbaniste agence AWP

**Samuel BOUJNHA**  
Auteur Réalisateur

**Elisabeth LARSONNEUR**  
Fondatrice agence Osaro

**Khaled GAJJI**  
Activiste RAP (Résistance Agression Publicitaire)

**GROSSO MODO**  
Street artiste

### 16h15 // Réalité virtuelle, réalité augmentée : du gaming à l'événementiel

Amélie Benard, Ignace Duriez, Clara Froger et Shannone Parada

Perdu au milieu d'un désert, suspendu à plusieurs mètres du sol sur une poutre reliant deux immeubles, présent dans un vaisseau spatial... Les possibilités de la réalité virtuelle sont quasi infinies. Immiscée peu à peu dans l'événementiel. Entre réel et irréel, il n'y a qu'un pas.

**Stéphane MICHEL**  
Rédacteur journaliste L'événementiel

**Laury GUEGAN**  
Planneur stratégique havas sport

**Frédéric LECOMTE**  
Co-fondateur Backlight

**Romain RICHARD**  
Fondateur / CEO Moon Event

20/03 : CONTRE CULTURE

### 09h00 // Minimalisme et courant « slow », avoir moins pour être plus ?

Manon Boulesteix, Léa Chantré, Audrey Espinosa Viale et Déborah Mve Nze

80 % de ce que nous possédons n'est jamais utilisé. 30 à 40 % de notre garde-manger finit à la poubelle sans être consommé. Dans un monde où tout s'accélère, certains pointent du doigt la sur-consommation. Face à cette prise de conscience, la tendance minimaliste « slow consumption » fait son apparition...

**Lucy GUELIN**  
Blogeuse LucyNess Blog

**Delphina TOMASZEWSKA**  
Fondatrice Dresswing

**Ferdinand RICHTER**  
Directeur France Ecosia

### 11h15 // Contre-cultures : de la rue aux podiums

Jaudrey Koke, Benilde Mendes Teixeira, Louise Schaefer et Milena Singui

Sources d'inspiration, les contre-cultures punks, bikers, tatoués, hip-hop, envahissent les podiums des maisons de haute couture. Hermès, Louis Vuitton, Dior, Chanel... autant de marques de luxe qui tentent de gagner une Street Credibility auprès du grand public. Engagement sincère ou simple parti pris marketing ?

**Nadine GONZALES**  
Fondatrice Casa 93

**Stéphane GALIENNI**  
Fondateur / Directeur Balistik\* Art

**Alice PFEIFFER**  
Rédactrice en chef Antidote Magazine

**Sylvain RIMBAULT**  
Chargé d'études média Estimation Média

### 14h00 // Le rap français « Classez moi dans la variété » ?

Maxence Albespy, Bruno De Oliveira, Xavier Rapon et Baptiste Roux

Aujourd'hui, le rap est populaire, revendicateur, second degré, bling bling, simple et complexe à la fois. En un mot : Libéré. A l'heure où Orelsan, JUL, et PNL sont les artistes les plus écoutés, comment le grand public, les marques et les artistes doivent-ils réagir à la mutation du rap, contre culture devenue mainstream ?

**Leo CHAIX**  
Journaliste indépendant spécialisé Rap français

**Patrick «Sidney» DUTEIL**  
Journaliste historique H.I.P.H.O.P. Artiste

**Charles MOUKOURI BELL**  
Advertising & Brands Partnerships Universal Music

**Viktor COUP?K**  
Artiste Ex-leader du groupe Kalash

### 16h15 // Sports extrêmes et sponsoring : quand les marques s'envoient en l'air !

Guillaume Cherre, Dorian Pichot, Dulan Ruvasinghe et Elie Toledano

Ils jouent avec leur vie, l'adrénaline et la performance, ils pratiquent des disciplines comme le « base jump », le « wingsuit », « l'apnée » ou encore « l'iron man ». Ces sportifs de l'extrême font rêver les foules dans le monde entier. Paradoxe, ces disciplines à « contre-courant » sont largement sponsorisées. Opportunisme, tendance ou lifestyle ?

**Jonathan POLITUR**  
Fondateur Puzzle Media

**Benoît PONTON**  
Fondateur Oxy trail

**Nicolas PAULMIER**  
Fondateur Clever School

**Nicolas ARQUIN**  
Journaliste sportif

**Marine HUNTER**  
windsurfeuse

## 21/03 : COMMUNAUTÉS, PUBLICITÉ ET INBOUND MARKETING

### 09h00 // Genre : les nouveaux messages

Léa Cauzot, Laetitia Lastouillat, Laurene Perez et Lucille Thomas

Dans la valse des débats remis sans cesse au devant du paysage médiatique, la question du genre questionne, passionne, interpelle.

Communication féministe, marques non-genrées, mannequins androgynes, marketing genré... où en sommes-nous ?

|  |  |   |  |   |
|--|--|---|--|---|
| <b>Guilhem MALISSEN</b><br>Humoriste<br>Youtuber | <b>RAG</b><br>Dir. artistique<br>DJ<br>Barbieturix | <b>Sylvie Braibant</b><br>Rédactrice en<br>chef TV5 Monde | <b>Nathalie Hense</b><br>Conceptrice/<br>Rédactrice -<br>Auteur «Marre du<br>Rose» | <b>Coline DELCOURT</b><br>Militante<br>Georgette Sand |
|--|--|---|--|---|

### 11h15 // Cobranding et inbound marketing ou le nouveau storytelling des marques

Carelle Goethe, Marie-Line Le Mestre, Vanessa Léon et Martin Saint Oin

Tout seul on va plus loin, à deux on va plus vite : c'est le principe même du co-branding. Pornhub et Kleenex, Catherine Deneuve et Nekfeu, Evian et Kusmi Tea, la liste est longue. Une bonne histoire suscite des émotions et les marques l'ont bien compris. Associer les valeurs de marques différentes, un pari gagnant ?

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Yohann JUBAULT</b><br>Community<br>Manager<br>Elsevier-Masson | <b>Christian NEFF</b><br>Fondateur / CEO<br>Markentive | <b>Wilfried MARTIN GUERRA</b><br>Co-fondateur<br>Simone Headwear |
|--|--|--|

### 14h00 // Humour et Provocation

Célia Aboura, Victoria Amigo, Marion Beilles et Giulia Breges

La provocation fait rire, dérange ou scandalise mais dans tous les cas elle marque les esprits ! Est-ce la meilleure façon de faire passer un message ou de se démarquer ? L'humour provoc' fait-il vendre ou au contraire discrédite? Rigolo ou démagog ? Dénoncer ou heurter ? Peut-on vraiment rire de tout ?

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>Catherine LENAIN</b><br>Responsable<br>déontologie<br>ARPP | <b>Livio BERNARDO</b><br>Illustrateur<br>La vie moderne | <b>Guillaume SORNE</b><br>Etudiant<br>/ Journaliste | <b>STF</b><br>Auteur,<br>Artiste<br>Humoriste |
|---|---|---|---|

### 16h15 // Shock Advertising et bad buzz

Sarah Kibansu, Chloé Le Goff, Lucille Goncalves et Marine Lepage

Provoquer, choquer, flirter avec les limites, autant de stratégies percutantes utilisées par les marques pour attirer l'attention. La culture du partage sur les réseaux sociaux, les consommateurs s'impliquent dans la création de l'image de la marque, et parfois s'insurgent contre le message diffusé. Le bad buzz ?

|  |   |   |
|--|---|---|
| <b>Bertin LEBLANC</b><br>Directeur Com<br>Amnesty<br>International | <b>Paul DELPUECH</b><br>Consultant<br>Gestion de crise<br>EH&A Consulting | <b>Sophie LICARI</b><br>Consultante sénior<br>Com de crise<br>MMC |
|--|---|---|

## 22/03 : LIBERTÉS SUR LE NET

### 09h00 // Discretion et maîtrise digitale

Andréa Barbet, Lara Cristien, Manon Delattre et Marianne Dioh

Des Daft Punk, en passant par Sia... Ces héros masqués l'ont compris : le mystère fait vendre ! La discrétion, un objectif marketing ou une quête d'authenticité ? Dans un monde hyperconnecté et exhibitionniste : être discret, lutter contre l'exploitation de ses données personnelles sont-ils des actes de résistance passifs ?

|   |   |   |                                  |   |
|---|---|---|----------------------------------|---|
| <b>Olivier DESBIEY</b><br>Responsable<br>innovation<br>CNIL | <b>Xavier RODRIGUES</b><br>Juriste Spécialiste<br>Protection DATA<br>Cabinet Plassereau | <b>Olivier DION</b><br>Fondateur<br>OneClub | <b>Shamim DAMREE</b><br>Étudiant | <b>Michaël STORA</b><br>Psychologue<br>fondateur<br>Président OMNSH |
|---|---|---|----------------------------------|---|

### 11h15 // Applications de rencontre et targeting : la fin des relations authentiques ?

Gaspard Abraham, Laura Levesque, Marianne Rosa-Diab et Marie Thibault

Que ce soit pour trouver des amis, l'amour ou l'employeur idéal, les applications de rencontre explosent. Elles se démocratisent et se spécialisent. Les algorithmes permettent un ciblage précis pour trouver des profils qui nous correspondent. Cette hyperspécialisation permet-elle de rendre les relations plus authentiques ?

|   |   |   |   |
|---|---|---|---|
| <b>Maximilien GOLDENBERG</b><br>Fondateur<br>Business & | <b>Robert VINET</b><br>Fondateur<br>Social Media<br>Factory | <b>Géraldyne PRÉVOT-GIGANT</b><br>Psychopraticienne<br>/ Formatrice<br>/ Auteur | <b>Claire CERTAIN</b><br>Directrice<br>Communication<br>Happn |
|---|---|---|---|

### 14h00 // Société sexualisée

Antoine Keith, Victor Lenoir et Éloïse Richard

La pornographie, grâce à l'accès gratuit, digital et illimité, est ancrée dans les moeurs. Cela pousse les marques à s'adapter, à s'approprier les codes de la pornographie. En les détournant, ils communiquent des messages percutants, qui font appel à l'instinct du consommateur. Culture libératrice ou oppressante ?

|  |                                   |
|--|-----------------------------------|
| <b>Christian FOCH</b><br>Editeur<br>Hugo&Cie | <b>Esther LOUBRADOR</b><br>Auteur |
|--|-----------------------------------|

### 16h15 // Réseaux sociaux, entre libération et aliénation

Lucie Batier, Marine Bidard, Axelle Kehailia et Charline Perret

Les réseaux sociaux sont devenus des outils usuels de notre façon d'être et d'agir en société « virtuelle ». Fédérateurs de communautés, ils peuvent aussi être à l'origine de comportements d'isolement chez certaines personnes. L'utilisation des réseaux : surexposition de soi, isolement ou agrégateur de communauté ?

|                                       |  |  |
|---------------------------------------|--|--|
| <b>Thomas FAURÉ</b><br>CEO<br>Whaller | <b>Fabrice FEUGAS</b><br>Community<br>Developer<br>France Digitale | <b>Thibault GOUTIER</b><br>Directeur<br>développement<br>Arche Formation |
|---------------------------------------|--|--|

## 23/03 : MOI PHYSIQUE, MOI NUMÉRIQUE

### 09h00 // Le retour du naturel, une tendance artificielle ?

Jennifer Johnson, Pauline Sochon-Cimper et Salma Soussi

Aujourd'hui on retrouve une dimension plus humaine et moins superficielle, que ce soit dans le secteur mode & beauté, alimentaire, énergie et de la construction. Le naturel est devenu un outil stratégique majeur pour les annonceurs. Le naturel authentique, tendance marketing ou évolution sociologique ?

|  |  |
|--|--|
| <b>Laetitia FAURE</b><br>Fondatrice<br>Urban Sublime | <b>Théo BRUNAIS</b><br>LE PAUTREMAT<br>Co-fondateur<br>Fils de pomme |
|--|--|

### 11h15 // Notez, commentez, évaluez : vous êtes le produit

Elodie Cadren, Jaques Chaumel, Lou Roybet et Margot Vandenberghe

Noter tout le temps : restaurants, hébergement en passant par l'humeur de notre chauffeur Uber. Et si, demain, ce système de notation générerait une nouvelle hiérarchie sociale ? Un monde où la notation devient le cœur même des relations sociales. Sommes-nous entrés dans une « ère de la notation 2.0 » ?

|  |
|--|
| <b>Thibaut NGUYEN</b><br>Directeur Trends<br>& Prospective<br>Ipsos Public Affairs |
|--|

### 14h00 // Tracking, big data et targeting : demain tous libérés ou tous fichés ?

Guillaume Cayla, Cécile Figuard, Mathurin Gallice Geny et Alexandre Simoes

Du Big Data au Big Brother, vos données sont le nouvel or noir. L'accès à celles-ci nous confère des possibilités insoupçonnées. Mais si ceux qui les manipulent devenaient les maîtres de la planète... Le citoyen doit apprendre à gérer son identité électronique comme il a l'habitude de fermer la porte de chez lui...

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
| <b>Laure LANDES GRONOWSKI</b><br>Avocate chez<br>AVISTEM Avocats | <b>Pierre DERENEMESNIL</b><br>International<br>Head of Digital<br>Marketing at<br>Biocodex | <b>Gregory GARCIA</b><br>Consultant Web<br>Analytics chez<br>DIGITALinkers | <b>Olivier RONDET</b><br>Chief Digital<br>Officer Oxygen |
|--|--|--|--|

### 16h15 // L'avatar, une extension de soi

Nicolas Archambault, Marie Amespil, Clara Robin, Dwayne St Eloy et Tiphaine Lemonone

L'avatar a su s'intégrer dans nos divertissements, communications, notre travail et même nos habitudes. Avoir un double virtuel qui nous correspond, parle, pense, agit voire vit comme nous ; voilà le défi de ce siècle : être le héros qu'on ne peut pas être dans la vraie vie... Monde réel et monde virtuel, quelle limite ?

|   |  |  |
|---|--|--|
| <b>Edouard DESLANDES</b><br>CEO et fondateur<br>de SILKKE | <b>Raphael KOSTER</b><br>Membre de<br>L'OMNSH<br>Chercheur | <b>Samora CURIER</b><br>UX designer<br>chez World Ga-<br>ming Generation |
|---|--|--|