

INTRODUCTION



Sandrine CORMARY

Présidente du SCRP
CEO d'Omnicom
Reputation Group

Jérôme RIGOURD

Directeur Digital & IA,
Union des Marques



L'IAG, UN NOUVEL ACTEUR D'INFLUENCE ?



Assaël ADARY

Co-fondateur et DG du cabinet d'études Occurrence – Groupe Ifop
CoPrésident de l'Association Nationale des Communicants
Président des Alumni Celsa Sorbonne Université

QUELLE PLACE POUR LES MÉDIAS À L'ÈRE DES IAG ?



Arnaud AUBRON

Directeur de la
diversification,
Le Monde

Pierre PETILLAULT

Directeur général de
l'Alliance de la Presse
d'Information Générale



CAS PRATIQUES : LA NOTORIÉTÉ ET LA RÉPUTATION DES ORGANISATIONS DANS UN ENVIRONNEMENT IA



Thomas GOUSSARD

Chef du bureau Alerte-Analyse,
Délégation à l'information
et à la communication
de la Défense (DlCoD)

Sophie ROOSEN

Directrice
Marque & Impact
Union des marques



Rachid HAMMOUDA

Directeur de la Stratégie
IA, Data et Digital,
FDJ United

Maxime ROLLAND

Digital Brand Platforms,
Social Media & Content
Manager, Ferrero



POURQUOI LES RELATIONS PUBLICS COMPTENT DOUBLE



Matt COLLETTE

CEO, Sequencr AI

David GALLAGHER

Partner, Co-Founder,
Folgate Advisors



ANIMATION



Pascale AZRIA

Administratrice du SCRP,
Directrice générale
et associée de Kingcom