

REPLAY

L'actu vue par... Stéphane Strano (Festival de la fiction de La Rochelle) **P.4**

STRATÉGIES SUMMIT

THOMAS BUBERL (AXA): «L'IA SERA AU CŒUR DE NOTRE PLAN STRATÉGIQUE» **P.10**

BUSINESS

CETELÉM DIT ADIEU À SES SOSIES **P.20**

Décoration. Sostrene Grene, le savoir-faire danois **P.22**

Vie des budgets. EssilorLuxottica soigne son look avec Dresscode **P.24**

Diagnostic. Threads pourrait-il supplanter X ? **P.26**

Agences média. OMG France soigne interne et externe **P.28**

Agences. Pauline Butor, de YouTube à Media, Monks Paris **P.29**

Diversification. Le FigaroTV Île-de-France fait sa première rentrée **P.30**

Digital. La newsletter, modèle à décrypter **P.31**

Presse. Alex Vizorek (RTL) : « Mon vrai métier, c'est le spectacle » **P.32**

Télévision. La « réalité étendue » des plateaux **P.33**

Innovation. Le récap du Web3 et de l'IA **P.34**

INSPIRATIONS

GP EXPLORER: CUPRA PASSE LA SECONDE **P.36**

MANAGEMENT

ALTERNANCE: QUAND LES ÉTUDIANTS SE FONT PLANTER **P.38**

PORTRAIT

Valentin Squirelo. Serious gamer **P.40**

OPINIONS

Le billet de... Emmanuel Gavard **P.42**



STRATÉGIES EST IMPRIMÉ CHEZ UN IMPRIMEUR LABELLISÉ PRINT ETHIC



© Thomas Gogny pour Stratégies

Axa a adapté sa pub aux nouveaux risques

« Lorsque j'ai commencé dans l'assurance, le marketing, c'était de jolies campagnes, toujours les mêmes, mettant en scène un couple à la retraite, à la plage, avec leur golden retriever et des slogans simplistes... », se rappelle Thomas Buberl, le CEO du groupe Axa, invité d'honneur du XIII^e Stratégies Summit qui s'est tenu le 13 septembre au Pavillon Vendôme. Plus exposés que jamais avec l'explosion des nouveaux risques climatiques, les assureurs ne peuvent plus se contenter de nous servir des clichés fades dans leurs publicités. Depuis 2019, dans sa série de campagnes « Know you can » créées par Publicis Conseil sur la reconstruction après un accident de vie et le dépassement de soi, déclinée en plusieurs spots dont un avec Serena Williams en 2021, Axa a adopté les codes des marques de sportswear (Nike, Adidas...). Dans son nouveau film manifesto « Why the future should be a risk », sorti il y a deux mois, porté directement par son patron, Thomas Buberl, l'assureur se présente comme le garant d'un avenir sans nuages. Il faut dire que l'été a été meurtrier sur le front climatique : incendies monstrueux en Grèce, au Canada, à Hawaï, canicules à répétition, tempête Daniel en Libye dont le bilan définitif risque d'être catastrophique... Plus trop un temps à balader tranquillement son golden retriever sur la plage avec son pull noué sur les épaules.

Gilles Wybo, directeur de la rédaction



20



29



40



32

ENTRETIEN

PUBLICITÉ. Georges Mohammed-Chérif, CEO et fondateur de Buzzman: Moi, président du Grand Prix Stratégies de la pub... **P.4**

CONCOURS DES JEUNES CRÉAS

AUSTRALIE.GAD. Tom Camus et Guillaume Paulus **P.6**

BETC PARIS. Marie Glotin et Gilliane Hellstern **P.8**

BUZZMAN. Arnaud Cherbonnier et Vincent Tavernier **P.10**

DDB PARIS. Tom Desmettre et Vincent Vigneron **P.11**

HUNGRY AND FOOLISH. Adam Chaple-Triverio et Margaux Capo **P.12**

LGM&CO. Margaux Simoen et Hélène Gratzmuller **P.13**

OGILVY PARIS. Bertille Vermot et Jean Estauver **P.14**

PUBLICIS CONSEIL. Ana Pereira et Noa Bensadoun **P.15**

PAROLES DE PARTENAIRES

HAVAS. Idées augmentées, la nouvelle frontière des agences, par Raphaël de Andréis **P.16**

MONOTYPE. Monotype, la typographie au service de l'expression visuelle des marques, par Damien Collot **P.16**

INA. L'INA, une mine d'or éditoriale pour les marques, par Philippe Sartori **P.17**

EFAP. IA et création: nouveaux métiers ou nouvelles compétences? par Vincent Montet **P.17**

JCDECAUX. JCDecaux, le média de cœur, par Isabelle Schlumberger **P.18**

PAPRIKA SOFTWARE. Votre agence ressemble-t-elle parfois à un tourbillon chaotique? par Adeline Dura **P.18**

M6 PUBLICITÉ. Pour une intelligence artificielle au service du talent créatif des équipes, par David Larramendy **P.19**

ARTEFACT. Une AI qui vous veut du bien, par Jean Allary **P.19**

CURIUS. L'intelligence artificielle crée-t-elle vraiment de la valeur pour les marques? par Pascal Viguier **P.20**

INA. La formation aux médias pour toutes les entreprises, par Olivier Porcherot **P.20**

PROGRAMME DÉTAILLÉ

MERCREDI 20 SEPTEMBRE **P.22**

JEUDI 21 SEPTEMBRE **P.30**



© Thomas Gogny pour Stratégies

Stratégies Festival, 4^e édition

Comme un raz de marée, l'intelligence artificielle déferle sur

la planète marketing/communication depuis un an. Et tout change: création publicitaire, marketing, relation client, traitement de l'information... Alors logiquement, l'édition 2023 du Stratégies Festival, le rendez-vous de la création française que nous avons lancé il y a maintenant trois ans, sera fortement teintée d'intelligence artificielle. Nous y examinerons l'IA dans toutes ses dimensions. Comment transforme-t-elle la publicité? De quelle manière des groupes comme Club Med et LVMH travaillent-ils avec ces nouvelles technologies? Mais aussi, plus largement, comment les dircoms intègrent-ils l'innovation dans leurs pratiques et comment les nouvelles technologies révolutionnent-elles le DOOH? Durant ces deux jours au Pavillon d'Armenonville, vous pourrez suivre nos talks, conférences ou keynotes et vous retrouverez aussi les Grands Prix Stratégies: publicité, design, communication, brand content, expérience client... Et puis on vous a réservé quelques surprises, alors rendez-vous les 20 et 21 septembre!

Gilles Wybo, directeur de la rédaction



**STRATÉGIES EST IMPRIMÉ
CHEZ UN IMPRIMEUR
LABELLISÉ PRINT ETHIC**

STRATÉGIES 4 bis, rue de la Pyramide - 92100 Boulogne-Billancourt. Imprimé en France par l'imprimerie de Compiègne (groupe Morault), avenue Berthelot, 60205 Compiègne. Origine du papier: Autriche. Taux de fibres recyclées: 0%. Certification: PEFC 75%. Eutrophisation PTot: 0,007 kg/t. **DÉPÔT LEGAL:** mars 2017. ISSN 0180-6424. N° de commission paritaire: 0321 T 79914.

STRATÉGIES est édité par la société S2C, SARL au capital de 10 000 €. Président et directeur de la publication: Franck Papazian, Directeur général: Kal Ladha, RC Nanterre 813649571.



L'éditeur décline toute responsabilité en cas de perte, de détérioration ou de non-retour des documents qui lui sont confiés. Il se réserve le droit de refuser toute demande d'insertion sans avoir à motiver son refus. La citation de marques, noms de firmes... est faite sans aucun but publicitaire et ne signifie en aucun cas que les procédés soient tombés dans le domaine public.

