



CONTACT PRESSE

Elodie Campello

Tel. 05 57 19 19 57

presse@empreintes.com



EMPREINTES 2009



Forum International
pour le Futur des Marques

www.empreintes.com

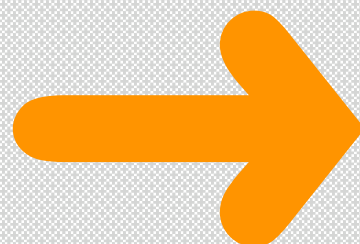


5 & 6 novembre

BORDEAUX - Palais des Congrès

DOSSIER

PRESSE





Le futur des marques pour les marques du futur !

La 5ème édition du Forum International de la Marque réunira les acteurs incontournables de l'entreprise. Parce que le monde évolue, que les marchés sont soumis à des influences conjoncturelles, économiques et sociales plus ou moins fortes, Empreintes est un rendez-vous temporel, capable d'analyser le passé et le présent pour mieux anticiper le futur et décrypter les opportunités et menaces à venir.

En 2007, le Forum s'est penché sur la responsabilité sociale et environnementale des marques et l'intégration du développement durable à chaque échelon stratégique. La 4ème édition a mis en lumière le modèle espagnol et les success stories de ses marques.

Après le « meilleur » des marques, Empreintes questionne le « futur » des marques. En 2009, Empreintes va plus loin dans le temps, en tentant d'appréhender le futur dans une économie en pleine métamorphose mais aussi dans l'espace, en analysant les clefs du succès d'une grande puissance qui n'a plus rien à envier aux modèles européens : l'Inde.



Un programme constructif

Pour sa cinquième édition, Empreintes aborde les rivages d'une économie en révolution. Cet événement stimulant est l'occasion pour les professionnels de la marque d'intégrer les nouvelles données en termes de consommation responsable et sélective, d'enjeux marketing sensibles, d'outils stratégiques et d'idées facilitatrices pour faire face à une réalité économique plus exigeante.

Pour éclairer les participants, les conférences s'articuleront autour des problématiques suivantes : les nouveaux consommateurs, les nouveaux enjeux, les nouveaux outils.



L'association Empreintes

L'association Empreintes, composée de chefs d'entreprise, d'organismes professionnels, d'écoles de commerce et d'universités ainsi que de centres de recherche, a pour vocation de favoriser la connaissance et les pratiques liées à la gestion de l'immatériel auprès des entreprises françaises.

Deux domaines d'intervention :
L'organisation tous les 2 ans du Forum International de la Marque.
Missions particulières à la demande de ses membres.



Le Futur des Marques,

Entre évolution et révolution !



Empreintes conjugué les marques au futur !

Les marques d'aujourd'hui seront-elles là demain ?
Les marques de demain se construisent-elles aujourd'hui ?
Les marques d'hier seront-elles encore pérennes demain ?

Des questions majeures dans une économie en pleine métamorphose.

Alors que la conjoncture actuelle est préoccupante, les marques se penchent d'autant plus sur leur avenir à court, moyen et long termes. L'évolution des modes de consommation, le développement de nouvelles technologies qui modifient la relation marques/consommateurs, de nouvelles prises de conscience (environnementales, sociales, économiques...), une nécessaire adaptation de la législation, une veille concurrentielle en alerte constante... tous ces facteurs sont évolutifs.

Quels sont les enjeux de demain, à qui les marques vont-elles s'adresser et avec quels outils ?



EMPREINTES, pour construire pas à pas

Bien que la visibilité soit réduite, les industriels du secteur de l'équipement de la personne scrutent le futur, et tentent de se projeter dans cet avenir incertain. Ils disposent des armes nécessaires pour traverser la crise et se positionner en tant que secteur d'avenir. « Loin d'être un secteur vieillot, il est le laboratoire d'une nouvelle modernité industrielle » a déclaré Clarisse Perotti-Reille, auteur d'un rapport sur l'avenir du secteur textile-habillement en 2008.

La 5^{ème} édition d'Empreintes engagera différentes réflexions sur la performance en temps de crise, les solutions qui existent en termes de stratégies, d'outils, d'investissements... 2 jours pour débattre de sujets concrets, de thèmes d'actualité et aborder des perspectives autour de différents pôles thématiques.



Laboratoire du Futur

Véritable observatoire du Futur à la recherche des courants et tendances de consommation et d'évolution économique, technologique et comportementale, Empreintes agit comme un laboratoire, tentant de nouvelles expériences, de nouvelles approches constructives dans un monde en constante mutation.

Entre opportunités et menaces, évolution et révolution, nouveau et renouveau, créateurs de marque, industriels, hommes de marketing et de communication, distributeurs, conseillers et experts apporteront leur expérience et leur éclairage au cours de conférences qui traceront la voie du Futur des Marques.



EMPREINTES, depuis 2001

A l'image des marques, Empreintes a également son histoire faite de rencontres, d'échanges, de constats, d'interrogations... Cette 5^{ème} édition explorera comment ont évolué les problématiques au fil des années. La responsabilité des marques, leur protection mais aussi l'influence d'Internet, le développement de la contrefaçon... autant de sujets qui font d'Empreintes un Forum incontournable pour les marques !

La 5ème édition d'Empreintes abordera de nouvelles problématiques en termes de consommateurs, d'outils et de territoires. Parce que demain se construit aujourd'hui, il est indispensable d'étudier et d'appréhender des données qui détermineront les stratégies à mettre en oeuvre, afin que futur soit synonyme de succès.

Nouveaux consommateurs

Les temps changent, les consommateurs aussi. Nouvelles attentes, nouveaux besoins, ils veulent désormais exercer un pouvoir sur les marques et être reconnus en tant qu'individus. Après la consommation de masse et la surconsommation, le consommateur veut désormais être acteur de ses actes et veut donner du sens à sa consommation. « Je consomme, donc je suis ».

Empreintes analysera certaines tendances lourdes comme l'alter-consommation et l'alter-marketing et s'interrogera également sur la responsabilité des marques face à une prise de conscience croissante des marques et des consommateurs des notions d'éthique, de développement durable... qui incitent à modifier leurs comportements.

Nouveaux territoires

Inventer de nouveaux territoires matériels et immatériels pour développer une nouvelle consommation où le relationnel prime sur le transactionnel, tels sont les enjeux pour les marques qui veulent s'inscrire durablement dans le futur. Imaginer de nouveaux espaces de vente comme des lieux de rencontres entre la marque et le consommateur, communiquer sur des territoires émotionnels et relationnels via une publicité qui intègre les changements de la société de consommation, seront quelques-unes des solutions abordées sur le forum.

Nouveaux outils

Des facteurs inédits impactent sur le quotidien et modifient la perception de l'environnement, des attentes et des exigences des consommateurs. Les nouvelles technologies ont infiltré la relation marque/consommateur, développant ainsi des dimensions et des modes de communication différents. Empreintes étudiera les différents outils mis à la disposition des industriels pour soutenir leur stratégie marketing, de communication... Pour exemple, la course aux noms de domaines personnalisés engagée est-elle nécessaire ou opportune ?

L'économie Créative

« **Refonder le monde par la créativité imaginative** » sera le thème de la plénière. Malgré des secousses économiques qui perturbent le jeu de la consommation, le désenchantement contemporain ne condamne pas les marques et les marchés, à condition de changer de vision en activant le ressort de la créativité imaginative.



Jeudi 5 novembre

09H00

Conférence n°1

L'alter consommation inspire-t-elle un alter marketing ?

10H30

Conférence n°2

Contrefaçon en ligne : attaquer ou négocier ?

Conférence n°3

Les phénomènes de crise valorisent ou dévalorisent-ils les marques ?

11H00

Conférence n°4

Jusqu'où doit aller la responsabilité des marques ?

12H30

Conférence n°5

L'innovation symbole de la performance économique ?

Conférence n°6

Quelles recettes pour autopsier les attentes consommateurs ?

14H15

Conférence n°7

La participation, piège ou stimulation créative pour les marques ?

15H45

Conférence n°8

Le nommage en 2009, opportunité ou nécessité ?

Conférence n°9

Développement durable : Quelle place pour le communicant, entre le marteau de l'entreprise et l'enclume d'une opinion publique écosaturée ?

16H15

Conférence n°10

Le luxe est-il toujours un modèle ?

17H45

Conférence n°11

Quels territoires émotionnels et rationnels dans la publicité ?

Conférence n°12

A quoi servent les réseaux sociaux, comment les utiliser ?

18H15

PLÉNIÈRE

19H45

Refonder le monde par la créativité imaginative



Vendredi 6 novembre

09H00

Conférence n°13

Du shopping on line au shopping social...qui tire le fil sur le Net ?

10H30

Conférence n°14

Quels espaces urbains pour attirer les clients ?

Conférence n°15

L'Inde, leader du troisième millénaire ?

11H00

Conférence n°16

Quelles nouvelles expériences marchandes pour les points de vente ?

12H30

Conférence n°17

Faut-il réinventer l'esprit de la filière ?

Conférence n°18

Comment réinventer les stratégies marketing ?

14H15

Conférence n°19

Qu'attendent les consommateurs du développement durable ?

15H45

Conférence n°20

Quelles stratégies pour les marques actrices du changement ?

Conférence n°21

Quel outils pour mesurer l'efficacité marchande, de la pub au point de vente ?



→ → → Les partenaires

Ils soutiennent Empreintes

→ Les partenaires officiels



Les partenaires du Forum ←





→ → → Ils ont laissé leurs Empreintes



LAMARTHE, CATIMINI, CATERPILLAR, RICA LEWIS, ABSORBA, BARBARA BUI, ZADIG ET VOLTAIRE, GLAMCOM, JEAN CHARLES DE CASTELBAJAC, COFIDIS, CLUB MED, GERARD DAREL, ADOLPHO DOMINGUEZ, PUNTO BLANCO, AGATHA RUIZ DE LA PRADA, ZARA, WOMEN'S SECRET, NESPRESSO, AIGLE, LVMH, AUBADE, CARLIN INTERNATIONAL, CAVIAR PETROSSIAN, AQUARELLE.COM, CAMPER, EL NATURALISTA, CARRE BLANC, SALOMON, CHRISTIAN CANE, CNC, CONVERSE, DDP, PALLAKIDS, ETAM, SWAROVSKI, INPI, JARDIN DES FLEURS, LACOSTE, DEVANLAY, LAFUMA, LONGCHAMP, LE TANNEUR ET CIE, MARTINE LEHERPEUR, MAX HAVELAAR, PECLERS, MOD'8, MONTAGUT, KICKERS, NESTLE, NIKE, OHMI, OXBOW, RIP CURL, PALLADIUM, SINEQUANONE, MORGAN, GROUPE ZANNIER, SOURCES DE CAUDALIE, PARFUMS BERDOUES, TARA JARMON, TOMMY HILFIGER, ZMIROV COMMUNICATION, ARCHE, ARMAND THIERY, BATA, BEAUTY SUCCESS, BENETTON, CELIO, DEVERNOIS, ELLE, GROUPE ROYER, JB MARTIN, LE COQ SPORTIF, LULU CASTAGNETTE, MANGO, MARZOTTO, MICHELIN, ORCHESTRA KAZIBAO, NELLY RODI, PROMOSTYL, PARABOOT, PPR, PROCOS, RATTI, SAMSONITE, ADIDAS, ALAIN MANOUKIAN, ARMOR-LUX, ARMANI, CAROLL, CLAYEUX DISTRIBUTION, CWF, DAMART, DIESEL, DIM, DECATHLON, FACONNABLE, GALERIES LAFAYETTE, MONOPRIX, GEOX, IKKS, L'OREAL, MAX MARA, PATAUGAS, PETIT BATEAU, PUMA, COMPTOIR DES COTONNIERS, SERGIO TACCHINI, TIMBERLAND, VIVARTE, TOD'S, MEXX, PROMOD, DANIEL HECHTER, NATURE ET DECOUVERTES, REEBOK, QUIKSILVER, SMOBY, MARITHE, FRANCOIS GIRBAUD, 3 SUISSSES, ACCESSOIRE DIFFUSION, ANDRE, AVELANA, BABYBOTTE, BIJOURAMA, BRUNO SAINT HILAIRE, CASA, MOET HENNESSY, ZILLI, DESCAMPS GROUP, MANFIELD, PLAYTEX, ESMOD, NOTSOBIG, PARE GABIA, PIERRE LANNIER, SKIS ROSSIGNOL, LECTRA, UN JOUR AILLEURS, ASTER, VEJA, DELIGUAL, FRIDAY'S PROJECT, PUBLICIS, SEYES, GUCCI GROUP, CHIPIE, ROLAND GAROS ...