

QUAND ? Mercredi 17 octobre 2018
OU ? Corelio – Gossetlaan 30 – Grand-Bigard

Data & Publishing

a WE MEDIA seminar

Le Data constitue la matière première de l'énergie de la connaissance. L'intérêt du data est connu de tous. Le data, la collecte de données, l'enrichissement de données, le traitement de données dominant toujours plus l'économie. Cependant, la prochaine étape constitue déjà une réalité : le big data comme matière première de l'IA, l'intelligence artificielle.

A côté du 'contenu' et du 'capital humain', les données représentent désormais une partie significative des actifs de chaque éditeur. Ce séminaire vous donnera un aperçu des interactions entre le data et le secteur de l'édition, en partant d'un regard général sur l'évolution et l'intérêt du data dans et pour la société. Nous vous présenterons quelques cas liés au secteur de l'édition qui prouvent que le data fait effectivement la différence.



PROGRAMME

13h00 - 13h45	Accueil
13h45 - 14h30 (Anglais)	INSIGHT : Data & Intelligence artificielle : vers où va-t-on ? Professeur Bart de Boer - VUB
14h30 - 15h00 (bilingue)	CASE : Dépliants Colruyt : big data, impressions digitales & mailings personnalisés. Jo Vandeweghe - Sales & Marketing Director Symeta
15h00 - 16h00 (bilingue)	INSIGHT : How interactivity and data collection can help to develop your business. Olivier Simonis - Co-founder & Managing Director Qualifo
16h00 - 16h30	Pause
16h30 - 17h00 (Néerlandais)	CASE : Evergreen content is leading the way for high quality lead generation ! Andy Noyez - Directeur Professional Media Group (PMG)
17h00 - 17h30 (bilingue)	RESEARCH : AD'titude : pourquoi la publicité est-elle évitée en masse ? Tatjana Raman & Katrien Merckx - Media Experts bpost Media
17h30 - 18h00 (Néerlandais)	INSIGHT : De la simple collecte de données à des articles rédactionnels. Ides Debruyne - Managing Director Journalismfund.eu
18h00 - 19h00	Networking

PRIX DE PARTICIPATION (hors TVA)

50 € pour les **membres** WE MEDIA
100 € pour les **non-membres**

INSCRIVEZ VOUS VIA

www.wemedia.be/fr/blog/seminar



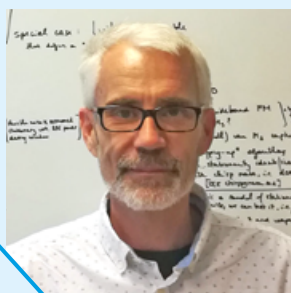
Découvrez les orateurs →

Data & Publishing

QUAND ? Mercredi 17 octobre 2018

OU ? Corelio – Gossetlaan 30 – Grand-Bigard

ORATEURS



Bart de Boer

*Professeur au laboratoire de l'intelligence artificielle
Vrije Universiteit Brussel*

Informaticien de formation avec une spécialisation en intelligence artificielle, le Professeur de Boer a passé son doctorat au sein de l'AI-lab de la VUB et a ensuite travaillé à Seattle, Groningue et Amsterdam. Depuis 2012, il est de retour à la VUB où il se concentre sur l'intelligence artificielle cognitive et les modèles informatiques (de l'évolution) du langage. Bart de Boer constitue le guide idéal pour offrir un aperçu sur l'impact du data sur notre société et de l'évolution du phénomène de l'intelligence artificielle. Il est toutefois le premier à mettre en garde contre les attentes trop élevées.



Jo Vandeweghe

Sales & Marketing Director, Symeta

Big data, mailing personnalisé sur base du comportement d'achat et impressions digitales sont les éléments de base de la présentation de Jo Vandeweghe, Sales & Marketing Director chez Symeta. Symeta imprime les dépliants de Colruyt. Ce qui semble simple et banal est en réalité un véritable exploit au regard du traitement de big data en combinaison avec le monitoring du comportement d'achat des clients de Colruyt. Jo Vandeweghe nous donnera un aperçu de la manière dont Colruyt traduit le big data en dépliants super-personnalisés, et ce, avec l'aide de l'impression digitale.



Olivier Simonis

Co-fondateur et CEO, Qualifio

Etablir une stratégie data est parfois plus simple qu'on ne le pense : en rendant son contenu plus interactif via des votes online, des quizz, des tests, des petits jeux animés, des galeries user-generated, vous laissez vos visiteurs participer, s'identifier et s'enregistrer à vos services. Construisez votre propre base de données de visiteurs, segmentez et valorisez votre data auprès de vos annonceurs. A l'aide d'exemples simples et concrets, Olivier Simonis démontre comment les éditeurs peuvent booster leur interactivité et construire leur propre base de données. Olivier Simonis est co-fondateur et CEO de Qualifio, la plus grande plateforme interactive d'Europe qui est déjà utilisée par plus de 150 éditeurs européens. Avant le lancement de Qualifio en 2011, Olivier Simonis était actif dans le secteur des médias, en tant que Directeur Marketing & Digital chez Rossel et en tant que Marketing Manager chez Belga News Agency.

← Vers le programme et les inscriptions

Les autres orateurs →

Data & Publishing

QUAND ? Mercredi 17 octobre 2018

OU ? Corelio – Gossetlaan 30 – Grand-Bigard

ORATEURS



Andy Noyez

Directeur Professional Media Group (PMG)

Professional Media Group (PMG) est le plus grand éditeur de presse professionnelle belge. PMG a adopté, début 2018, une approche des annonceurs totalement nouvelle. Andy Noyez vous présentera le concept de 'evergreen content' en combinaison avec l'approche du 'coût pour mille' (CPM). Cette présentation vous montrera comment un éditeur peut faire communiquer ses annonceurs vers un groupe-cible plus vaste et important à un tarif plus avantageux. Le contenu est, dans ce cas, central. Le contenu, c'est plus que l'écriture d'un article. C'est aussi l'intégration de native & branded content. PMG ContentLab fait la différence. Cette approche assure un retour sur l'investissement optimal pour l'annonceur.



Tatjana Raman & Katrien Merckx

Media Experts, bpost Media

Toutes les questions pertinentes ne reçoivent pas nécessairement une réponse. C'est la raison pour laquelle une enquête étayée répondant à la question "Quand et surtout pourquoi les consommateurs essaient d'éviter la publicité ?" s'est longtemps faite attendre. En d'autres mots, quelle est l'attitude du Belge vis-à-vis de la publicité dans les médias ? La publicité est-elle perçue différemment dans le print que dans le digital ? Tatjana Raman et Katrien Merckx nous guideront à travers l'enquête "AD'titude" de bpost, qui a été menée en compagnie de Deepblue (Dentsu Aegis Network). Celle-ci fait un gros plan sur le comportement du Belge vis-à-vis de la publicité dans les médias. Tatjana Raman est active chez bpost depuis deux ans en tant que Media Expert. Auparavant, elle travaillait, entre autres, chez Sanoma et Mediahuis.



Ides Debruyne

Managing Director, Journalismfund.eu

Le data se trouve à portée de main et est souvent plus accessible que les gens ne le pensent au premier abord. Ides Debruyne nous montrera, à l'aide d'exemples pratiques, que du contenu rédactionnel très intéressant peut être créé à l'aide d'une simple collecte de données. En tant que Managing Director du Journalismfund.eu, Ides Debruyne est l'ambassadeur de la recherche et de l'exploitation du data au profit du journalisme (d'investigation) de qualité. En 2013, Ides Debruyne fut le premier journaliste belge à être lauréat du prix international "Prize for the freedom and Future of the Media".

[← Les autres orateurs](#)

[Vers le programme et les inscriptions →](#)