

"LE POUVOIR ÉCONOMIQUE DES MARQUES" 1^{er} rendez-vous économique dédié au pouvoir des marques #pouvoirdesmarques

Paris, le 9 juillet 2018 – À l'initiative de Laurent Habib, Président de l'AACC et de l'agence Babel, l'AACC organise avec le soutien de la Filière communication et l'UDA, le 10 juillet prochain au ministère de l'Économie et des Finances, un événement unique intitulé « *le pouvoir économique des marques* », en présence du ministre de l'Économie et des Finances, Bruno Le Maire, qui en fera l'introduction.

À cette occasion, vingt dirigeants d'entreprises vont témoigner du rôle de la marque dans la conduite de leur stratégie et de la valeur économique de la communication dans la construction des business-model des entreprises, devant un large public de décideurs de l'entreprise. Ce rendez-vous unique est construit autour de quatre tables rondes, animées par Enguérand Renault, Rédacteur en chef Groupe Figaro, et qui aborderont différents prismes d'action de la marque. Mercedes Erra, Préfiguratrice de la filière Communication, Agathe Bousquet Vice-présidente de l'AACC, ainsi que Laurent Habib, président de l'AACC, lanceront puis clôtureront les débats.

La marque moteur des transformations sera l'objet de la première table ronde à laquelle participeront Thierry Cotillard, Président d'Intermarché et Netto, Marc Feuillée, Directeur Général du Groupe Figaro, Antoine Jouteau, Directeur Général – leboncoin Groupe, Stéphane Pallez, Présidente-Directrice générale de la Française des Jeux, et Caroline Parot, Présidente du Directoire Europcar Mobility Group.

Ils présenteront comment la marque permet à la fois d'explicitier, de faire comprendre et d'accélérer les mutations exigées par la stratégie. Dans certains cas, elle en est le complément indispensable.

La seconde table ronde est placée sous le thème de **la marque au service de la conquête du monde**. Thierry Blandinières, Directeur Général InVivo Group, Aliza Jabès, Présidente et Fondatrice du Groupe Nuxe et Jean-Baptiste Santoul, Directeur Général de FERRERO en France vont témoigner de l'importance de transposer les savoir-faire et l'expertise française sur tous les continents, que ce soit par des stratégies d'acquisition ou par le développement organique de leur activité, la marque devenant l'un des piliers de l'internationalisation.

La marque au cœur du développement des Start-up et ETI sera ensuite abordé par Méka Brunel, Administratrice Directrice Générale de Gecina, Guillaume Gibault, Président Le Slip Français, Alice Holzman, Directrice générale de Ma French Bank, Augustin Paluel-Marmont, co-founder de Michel et Augustin. Beaucoup de naissances d'entreprises se basent sur une idée technologique, mais elles sont fragilisées par une réflexion marketing insuffisante. Peu se laissent ainsi convaincre par le rôle décisif de la marque alors qu'elle est pourtant un accélérateur déterminant, en particulier à l'ère du digital.

Enfin la dernière table ronde explorera la **Marque France - La France qui attire**, par des échanges entre Laurent Boillot, Président Directeur Général de Guerlain, Grégoire Champetier, Directeur Général Adjoint Affaires Commerciales et Stratégie Client Disneyland Paris, Catherine Guillouard, Présidente-Directrice générale du groupe RATP, et Augustin de Romanet, Président-directeur général du Groupe ADP. Associée tout à la fois au luxe, à l'art de vivre ou à l'excellence des savoir-faire, mais aussi à l'arrogance et parfois à une piètre qualité de service, la marque France est aujourd'hui pour les entreprises un atout et une contrainte. Avec ses limites, la marque France s'exporte et contribue au succès.

Cet événement est réalisé en partenariat avec Groupe Figaro, Le Journal du Net et Stratégies.

[Déroulé complet à consulter ici](#)

Contact :

AACC | Loraine Roncin - 01.47.42.27.26 - Ironcin@aacc.fr

Vae Solis Corporate | Camille Chareyre 07 77 23 41 77- camille.chareyre@vae-solis.com

A propos de l'AACC

L'Association des Agences-Conseils en Communication, est un syndicat professionnel créé en 1972, il regroupe plus de 200 entreprises qui emploient aujourd'hui près de 12 000 salariés. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 7 délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé et Outre-Mer. Elle dispose de commissions transversales qui accompagnent les agences-membres sur des sujets fondamentaux : talents, juridique, droit social, finance, développement durable. L'adhésion à l'AACC astreint, entre autres obligations, au respect de règles professionnelles strictes qui font la valeur du label AACC. www.aacc.fr