

COLLOQUE

organisé par

l'IRCAV, l'IRMECCEN, Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3

avec le soutien du **LABEX ICCA**

8 et 9 février 2018

Marques, publicité et création audiovisuelle

THE LIFE OF AN AD GUY
WHO CAN'T RESIST
FOLLOWING EVERY
OVERHYPED TREND
THAT APPEARS...



FAD MEN

Maison de la Recherche
4, rue des Irlandais
75005 Paris

Comité d'organisation

Kira Kitsopanidou, Alan Ouakrat,
Julien Mésangeau, Laurence Allard

IC industries
CA culturelles &
création
artistique


UNIVERSITÉ
**SORBONNE
NOUVELLE**
PARIS 3
Membre de l'Université Sorbonne Paris Cité

JEUDI 8 FÉVRIER 2018

Maison de la Recherche de l'université Sorbonne Nouvelle
4 rue des Irlandais - 75005 Paris

9h/9h30 *Ouverture du colloque*

Accueil et ouverture du colloque par Franck Rebillard (directeur IRMECCEN) et Guillaume Soulez (directeur IRCAN)

9h30/11h **Axe 1 : Création audiovisuelle, formation et métiers**

(président de séance : **Guillaume Soulez**)

Valérie Patrin-Leclère (CELSA) : *La « publicitarisation » à l'œuvre : le retour de la réclame*

Marie Pruvost-Delaspre (Université Paris 8) : *La stratégie du méta-média-mix, le cas de Yokai Watch*

Thomas Pillard (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3) : *Les relations cinéma/publicité au prisme de la compagnie Air France*

Échanges avec la salle

11h20/12h40 **Table ronde n°1 : Le brand content, un modèle de financement alternatif pour la création audiovisuelle ?**

Lorenzo Benedetti (Bagel Studios), **Julien Brault** (EndemolShine France), **Julien Aubert** (Bigger than Fiction), **Hervé du Verne** (Elephant at Work), **Romain Cousi** (Webedia). Animation : **Laurent Creton** et **Kira Kitsopanidou**

12h40 *Déjeuner*

14h/15h30 **Axe 2 : Socio-économie des médias et de la publicité en ligne (président de séance : Alan Ouakrat)**

Kevin Mellet (Orange Labs) : *Tracking, planning d'audience et ciblage : la bataille des identifiants*

Nikos Smyrnaio (Université Toulouse 3) : *Questionner la domination publicitaire de l'internet*

Vincent Bullich (Université Grenoble Alpes) : *Le « Native Advertising » est-il l'avenir des contenus en ligne ?*

Échanges avec la salle

15h30 *Pause-café*

16h/17h30 **Table-ronde n°2 : Que changent les alliances des éditeurs dans la data face aux GAFAM ?**

Laurence Bonicalzi Bridier (Le Monde Publicité), **Arthur Millet** (La Place Média), **Béatrice Lhopitalier** (Les Echos-Le Parisien Data). Animation : **Emmanuel Parody** (mind / adTechClub)

17h30/18h **Hommage à Chantal Duchet** (Roger Odin, Jamil Dahklia et Christophe Lenoir)

18h *Cocktail*

VENDREDI 9 FÉVRIER 2018

Maison de la Recherche de l'université Sorbonne Nouvelle
4 rue des Irlandais - 75005 Paris

9h/10h10 **Axe 3 : Marchés, régulations et perceptions plurielles de la publicité**

(président de séance : **Alan Ouakrat**)

Simona De Iulio (Université Lille 3) : *Étudier les artefacts, les acteurs, les pratiques de la publicité transnationale : un parcours à travers les études critiques*

Théophile Megali (Université Paris Dauphine) : *Coordination, standardisation et autorégulation publicitaire. La résolution du problème de l'adblocking par le secteur publicitaire*

Raquel de Barros Pinto Miguel (Universidade Federal de Santa Catarina) : *Femvertising, surfons sur les nouvelles vagues féministes*

Échanges avec la salle

10h30 *Pause-café*

10h50/12h30 **Table-ronde n°3 : « Creative tech et publicité (applications mobiles, objets connectés, réalité virtuelle) : marchés, usages et détournements »**

(présidente de séance : **Laurence Allard**)

Renaud Fossard (Résistance à l'agression publicitaire), **Aurélien Fache** (Outernet designer, indépendant) et **Vivien Guyot** (fondateur du « web des objets »)

12h30 *Déjeuner*

14h/16h **Publicité & Musique**

(président de séance : **Julien Mésangeau**)

Christophe Magis (Université Paris 8) : *Les soundalikes en musique de publicité comme analyseur des mutations des industries de la culture*

Gérôme Guibert (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3) : *Régie publicitaire et projet éditorial : La première décennie du magazine musical, Magic, Revue pop moderne (1995-2005)*

Antoine Gaudin (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3) : *Placement de produit dans le clip musical promotionnel*

Julien Péquignot (Université Franche - Comté) : *La réactualisation numérique du clip musical comme bande-annonce cinématographique : L'accrétion gratuite d'une synergie publicitaire en contexte participatif*

Échanges avec la salle

16h *Pause-café*

16h30/18h **Projection-débat : « Autour du Monde merveilleux des youtubeuses beauté »**

par **Sylvie Deleule**, réalisatrice documentaire Public Sénat. Introduction : **Laurence Allard**.

18h/18h30 *Conclusions et clôture colloque*



Entre rationalité économique et mondes symboliques, intérêts privés et sphère publique, la publicité s'infiltré dans le quotidien en développant des médiations créatives entre culture, commerce et société. De l'extension de ses métiers à la création de contenus pour réseaux socionumériques aux innovations de formats pour capter l'attention des mobinautes, elle connaît aujourd'hui de profondes transformations qui affectent l'organisation des activités médiatiques et culturelles. S'invitant dans les productions cinématographique, audiovisuelle, web ou vidéoludique, pour y associer des marques, elle fait aussi l'objet de détournements artistiques (*cultural jamming*), de contestations ou de stratégies d'évitement. Ce colloque a pour ambition de saisir les tensions à l'œuvre sur les marchés publicitaires dans une perspective pluridisciplinaire.

Comité scientifique :

Karine Berthelot-Guiet (Celsa-Université de Paris-Sorbonne),
Laurent Creton (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3),
Eric Maigret (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3),
Cécile Meadel (Université Panthéon Assas - IFP),
Guillaume Soulez (Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3).

Comité d'organisation :

Laurence Allard, Kira Kitsopanidou, Julien Mésangeau, Alan Ouakrat

Ce colloque est organisé en hommage à notre collègue Chantal Duchet, Professeure au département Cinéma et Audiovisuel à la Sorbonne Nouvelle - Paris 3.