

All for Content, le salon à ne pas rater pour développer sa stratégie de brand content

Seul rendez-vous des solutions techniques et stratégiques du contenu de marques en France, le salon All for Content ouvrira sa 6ème édition le 2 juillet 2024 pour comprendre pourquoi et comment le brand content est devenu indispensable aux marques.

Temps de lecture : minute

28 juin 2024

« *Content is king* ». Par cette phrase prononcée en 1996, Bill Gates s'est montré une nouvelle fois particulièrement visionnaire, tant le contenu a pris de l'importance à l'ère du numérique et des médias sociaux. « *Quand on sait que 95 % des contenus que nous recevons tous les jours dans notre boîte email ne nous intéressent pas, ça pique* », déplore Grégory Nicolaïdis, CEO et fondateur de YouLoveWords. Comment dès lors les marques peuvent-elles se démarquer ?

« *C'est vraiment une problématique majeure à laquelle sont confrontées les marques mais grâce au contenu, les messages sont travaillés, les cibles définies, les canaux dédiés, cela permet de créer une relation forte avec ses clients* », souligne Dorothee Thuot, présidente de DotEvents, à l'origine d'All for Content. « *Le salon est devenu un rendez-vous incontournable sur le contenu, le seul en France, à la fois un lieu d'échanges pour découvrir les tendances, rencontrer ses pairs, un laboratoire d'idées, ensuite à appliquer pour le bien de son entreprise et de sa stratégie*».

Une vitrine des solutions techniques et stratégiques du contenu

All for Content aura lieu les 2 et 3 juillet 2024, à Paris, avec 60 exposants, 30 conférences et 35 ateliers. C'est une vitrine des solutions techniques et stratégiques du contenu de marques. « *Et quand on parle de contenu, c'est toute la chaîne qui est concernée : la création et la production bien entendu, mais aussi les outils pour le gérer, mieux le diffuser et le rentabiliser* », souligne Dorothée Thuot. Surtout, avec les nouvelles technologies comme le contenu immersif et l'intelligence artificielle générative qui permettent de nouvelles expériences et donc de nouvelles stratégies.

Le programme des conférences en est l'illustration puisqu'elles aborderont tout le spectre des enjeux du moment comme par exemple le brand management avec Activo ou les Content Trends de 2024 par YouLoveWords. Selon Grégory Nicolaïdis, « *la tentation de produire beaucoup et d'occuper l'espace avec des contenus facilités par l'IA est forte. L'IA permettra de grandes choses, si et seulement si vous avez fait le "job". Revenons-en aux fondamentaux, mettons les bons ingrédients et ouvrons-nous aux nouvelles tendances du moment* ». Enfin, l'accent sera mis sur les nouvelles formes de contenu avec une journée de conférences dédiées à l'Advergame et au Brand Entertainment, organisée et animée par Ynov'Campus le 3 juillet.

Des événements VIP et premium à All for Content

Nouveauté pour cette édition, All for Content a prévu encore plus d'événements premium. Un déjeuner aura lieu le 2 juillet autour d'annonceurs, agences et experts du contenu sur les composantes et stratégies d'une Content Factory au service de la marque. Un petit-

déjeuner est aussi prévu le 3 juillet, animé par la régie 366. Ce sera l'occasion de faire le point sur les mesures d'audience TV et vidéo, et notamment la transition des méthodes traditionnelles de mesure d'audience (GRP) vers des stratégies centrées sur le contenu de marque (Brand Content).

Enfin le 3 juillet, à l'occasion du déjeuner des Content'Innovations, 12 Trophées seront remis devant 120 invités, Brand Content Managers et responsables de marques. C'est déjà la troisième édition de ce concours qui révèle les meilleures initiatives du contenu de marques autour des composantes du salon.

Maddyness est partenaire média d'All for Content.



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

