



ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE

13 février 2014

Automobile Club de France - Paris



Cercle
Marketing
Direct
CONVIVIALITÉ
INTELLIGENCE
PARTAGE
à l'heure du digital ■ ■ ■



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2013

Manifestations 2013

- Près de 40 événements.
- Dans toute la France, grâce à nos délégations en régions.
- Différents formats :
 - Déjeuners-conférences, dîner d'été, petits-déjeuners, afterworks, marketwitt, atelier, Salons...

3

AG CMD 13 février 2014



Des thèmes actuels, de nombreux témoignages d'annonceurs

médias sociaux Flashcode données personnelles
communication données partagées Mobilité et Applis
Buzz **convergence data** DMA

Influence et recommandation **big data** BtoB et social media

retail outils de fidélisation géolocalisation

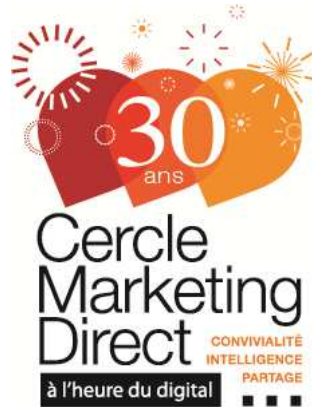
Marketing de l'émotion & neurosciences Data Driven Marketing
marque et réseaux sociaux Secteur Caritatif

4

AG CMD 13 février 2014



L'évènement fort de l'année : les 30 ans du Cercle



5

AG CMD 13 février 2014



3 décembre 2013 – Soirée anniversaire Trois temps forts

1. Table ronde, *Rêve de marketing, Marketing de rêve*
2. Palmarès du Concours CMD 30 ans
3. Dîner de Gala



6

AG CMD 13 février 2014

Table Ronde *Marketing de rêve, rêve de marketing*

Plateau animé par Bernard Siouffi
Marie Pierre Bordet,
 Vice Présidente et Déléguée Générale AACC
Daniel Kaplan,
 Délégué Général de FING
Eric Troussel,
 DGA Etudes et Marketing Balmétrie
Caroline Villecroze,
 Directrice Marketing - Communication Adrexo
Marc Lolivier,
 Délégué Général Fevad



AG CMD 13 février 2014

Concours *Comment achèterons-nous dans 30 ans ?*

Jury, présidé par Henri Kaufman :

Isabelle Decoopman (SKEMA)
 Sandrine Diers (France Loisirs)
 Florence Guernalec (Marketing Direct)
 Amaury Lelong (Solocal Network)
 Laurent Lingelser (Jogg.in)
 Anne Nogret (Cabinet Nogret Carrega)
 Nathalie Varenne-Meyer (Mondadori)
 Stéphanie Vermeesch (Powa Technologies)
 Jérôme Vigier (Néopost)

AG CMD 13 février 2014

Concours

Comment achèterons-nous dans 30 ans ?

- . 1er Prix :
Camille Leduc Cousin, " Le neurotransmetteur "
- . 2ème Prix :
Yasmina Essalki - Rémi Silva, "marketing 2.043 "
- . 3ème prix ex aequo :
Antonin Omnes, "Le marketing dans 30 ans,
Impression 3D et ADN Data "
- Juliette Laoul et Julien Castres, " 2043 j'achète "
- . 5ème prix :
Ferial Sifaoui, "Le commerce dans 30 ans Puce Firka "
- . Prix des internautes :
Antoine Richardot, " Le service avant-vente "
- . Mention spéciale :
Antoine Quiers, " Julie La marchande "



Camille, la lauréate, fière de son
Prix et du Mac reçu en cadeau !

AG CMD 13 février 2014

9



AG CMD 13 février 2014

10

La soirée... Convivialité, partage,...merci aux participants



AG CMD 13 février 2014

11

Le nouveau site Internet du Cercle... on line en mars 2014 !

[Nouveau site](#)

AG CMD 13 février 2014

The screenshot shows the website layout with the following sections:

- Navigation:** LE CMD, PAROLES D'EXPERTS, EMPLOI & FORMATION, EVÉNEMENTS, ANNUAIRE, A LIBRE, CONTACT, Newsletter.
- Main Content:**
 - Article: "Le CMD fête ses 30 ans..."
 - Section: "EDITO" with a sub-header "Intelligence avec le table rond..."
 - Section: "PAROLE D'EXPERTS" with a sub-header "Print, Digital, Digital, Print..."
 - Section: "Scoop!!!" with a sub-header "133 milliards d'emails routés en France en 2013"
 - Section: "Projets des systèmes d'information - CIO-Online - actualités"
- Right Sidebar:**
 - Section: "Vous êtes professionnel du Marketing?"
 - Section: "Membres CMD" listing "REFERENCE DIRECTE" and "LA BASE MARKETING".
 - Section: "News CMD" with a list of recent news items.
 - Section: "Actualités des Membres" with a video player.
- Bottom Section:**
 - Section: "le WikicMD" with a question mark icon.
 - Section: "A lire... ou pas!" with a book icon.
 - Section: "Partenaires" with logos for ACC, TMD, EY, COINTRA, PACCOR, SNCB, and others.

12

La revue de presse électronique, *Les News du CMD*

3 650 Visiteurs
7 300 Pages vues
165 Followers

... et vous ?



<http://www.scoop.it/t/les-news-du-cmd?page=1>

13

Le Prix du Cercle, avec le partenariat de BNP PARIBAS



Il récompense les meilleurs travaux d'étudiants (thèses ou mémoires) dans le domaine du marketing relationnel.

Le Prix du Cercle 2014 sera remis le 1^{er} Juillet prochain, à l'occasion de notre dîner d'été.

Le Jury est composé de professionnels et d'enseignants

- Lauréats :
- Prix du Cercle 2012** décerné à **Laura Cohen - Sorbonne** pour son mémoire
 - " **Les places de marché électroniques (PARIS I Sorbonne)**
 - Prix spécial Thèse : Damien Renard (Paris Dauphine) :**
 - " **Les effets de la participation à une opération de marketing viral sur le capital de la marque : le cas des jeux concours en ligne** "
 - Prix spécial du jury : (2 prix) :**
 - **Alizée Hornoy/Ludivine Furlan IAE de Lille**
 - " **La gestion de crise sur les réseaux sociaux * (IAE Lille)**
 - " **Nathalie Phan Place * (Paris Sud 11)**
 - Données personnelles et consentement : quelles perspectives pour le marketing direct ? "**



14

Cercle d'Or, *Christophe Bénavent*

Professeur à l'Université Paris Ouest, Directeur du master Marketing Opérationnel International et Responsable de la rubrique Digital de la revue de l'AFM, Décision Marketing.



15

AG CMD 13 février 2014



Communication

16

AG CMD 13 février 2014

Communication

- **Partenariats conférences**
 - Conférence retour DMA chez Ubifrance
 - CCBenchmark
 - Salons Stratégies Client et Be Commerce
 - Salon DMA 2013
 - VAD Connex à Lille
 - DEVCOM (en région)
 - Forum E-Marketing
 - MD Fair
- **Partenariat évènementiel :**
 - Conférence CCMBenchmark
 - Membre du Jury des Trophées du Média Courrier (06/13)
 - La **Nuit du Marketing** organisée par l'Adetem (4/7/2013)
 - Trophée de la Relation Client (1/10/13)

17

Communication Presse

Capital

Cultiver les réseaux efficaces pour accélérer sa carrière



18

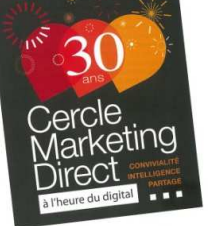


Cercle Marketing Direct
à l'heure du digital

Communication Presse

Le permission marketing va devenir un enjeu clé

À l'occasion des 30 ans du Cercle Marketing Direct (CMD), l'Association Française de Marketing (AFM) a organisé une table ronde sur le thème de la permission marketing. L'association a réuni plusieurs spécialistes afin de discuter des enjeux qui impliquent leur métier, et des solutions à mettre en œuvre. Tour de table.



Autour de la table, deux intervenants principaux ont été entendus : Laurent Socie, directeur général de l'agence marketing ADI, et Marie-Pierre Borden, vice-présidente de l'AFM. Les deux spécialistes ont abordé les enjeux de la permission marketing, notamment la nécessité de respecter le consommateur et de lui offrir une expérience personnalisée. Ils ont également évoqué les nouvelles technologies qui permettent de mieux cibler les clients et de leur proposer des offres pertinentes.

en de l'information client. Pour l'entreprise, il s'agit de trouver le bon équilibre entre le respect de la vie privée et la nécessité de collecter des données pour améliorer ses services. Les intervenants ont souligné l'importance de la transparence et de la confiance, et ont insisté sur le fait que la permission marketing n'est pas une fin en soi, mais un moyen de créer de la valeur pour le client.

Le consommateur roi

Publié le 14/02/2013 par Florence Estrade

MarketingDirect

Le 2 décembre, le Cercle Marketing Direct fête ses 30 ans à l'Automobile Club de France. A cette occasion, l'association a organisé une table ronde sur l'avenir du marketing. Le consommateur apparaît au centre du jeu.

"Ce qui a changé au cours des trente dernières années, c'est le consommateur", a lancé Marc Leffler, délégué général de la Proad. Un sentiment partagé par les intervenants de la table ronde du CMD intitulée "Règle de marketing, marketing de rêve". Marc Leffler a exposé la règle des 3C - compétence, choix et communication - imposée par la révolution Internet : le consommateur est, aujourd'hui, un expert qui a accès à un choix considérable, 7 jours/24 heures, 24 sur 24, grâce à Internet, et le pouvoir de s'exprimer et de donner son avis.

Caroline Villereux, directrice marketing et communication d'Adressa, a ainsi constaté que le consommateur est au centre de toutes les communications des marques : "Nous sommes passés du marketing produit au marketing client". Mais, le "shopper" est d'autant plus difficile à cibler que celui-ci est multiple et hétérogène pour Marie-Pierre Borden, vice-présidente et déléguée générale de l'AFM : "A la fois consommateur, chef d'entreprise, parent, militant en faveur du développement durable... S'adresser à un Individu n'a, aujourd'hui, plus de sens, car ses codes et ses sens de l'acceptabilité sont totalement différents selon le moment où l'on s'adresse à lui."

D'ailleurs, la connaissance client a, aussi, beaucoup évolué avec l'avènement d'Internet, selon Eric Timonet, directeur général adjoint de Mediapost Publicité : "Aujourd'hui, elle se fait à partir d'un panel", ajoutant que la connaissance client se fait, en temps réel, via le digital sur des bases de consommateur réelles et de gros volumes. Et cette capacité à collecter de la donnée et de l'exploiter attire un souhait de plus en plus grand de monétisation. Seul, Daniel Kaplan, délégué général FING, a

le fait, le téléphone dans votre poche qui nous géolocalise. En fait, tous les axes des nouvelles technologies sont en train de se déployer. Et même les modèles de distribution B2B s'adaptent de plus en plus à la réalité du marketing relationnel !

AG C

19

Magazine DEC./JANV. 2013



Cercle Marketing Direct
à l'heure du digital

Communication Presse



Le marketing direct a évolué doucement en se préoccupant dans les années 80 de la qualité parfaite de l'adresse, et en particulier de la duplication à l'aide d'outils spécifiques plus ou moins fiables, les

à mail-coodes ? L'usage de produits de ce type se développe en tant que canal de contact complémentaire. La segmentation est plus précise, les offres sont mieux ciblées, les coûts sont réduits, les résultats sont plus élevés. Les entreprises ont donc commencé à utiliser ces outils de manière plus systématique. Cependant, il est important de noter que la duplication à l'aide d'outils spécifiques n'est pas une solution miracle, et que la qualité de l'adresse reste un enjeu crucial pour le succès d'une campagne de marketing direct.

le mail, le téléphone dans votre poche qui nous géolocalise. En fait, tous les axes des nouvelles technologies sont en train de se déployer. Et même les modèles de distribution B2B s'adaptent de plus en plus à la réalité du marketing relationnel !

- o Partenariats presse :
- o Inscriptions sur guides professionnels
- o Communiqués de Presse adressés aux médias.
- o Partenariats magazines "Marketing Direct" et "VAD Magazine", et site www.e-marketing.fr



AG CMD 13 février 2014

20

Formation

- Programme de formation construit à l'initiative de l'IAE de Lille, constitué de 4 modules experts destinés aux professionnels
- Obtention d'un diplôme CESAM Marketing D&D
- En partenariat avec le CMD, l'IEDM et le SNCD
- Lancement octobre 2014 ?

Assistance juridique

- Les adhérents peuvent se tourner vers le CMD pour des conseils et informations d'ordre juridique concernant nos métiers (Maître Anne Nogret)

21

Projets 2014

- Lancement du nouveau site Internet (03/14).
- Un nouveau Concours, pour établir un lien entre les Ecoles / Universités, et les professionnels du CMD. Thème autour de la relation client.
- Lancement des *Déjeun.net*, tutoriels de formation « pratique », notamment aux outils digitaux (twitter, Google analytics...) ou sur des thèmes juridiques.
- Lancement de « Workshops », ateliers thématiques au cours desquels des annonceurs seraient invités à présenter des problématiques métiers à des prestataires, sur des thèmes précis (Big Data, Geomarketing...)
- Journée Neurosciences, organisée avec l'Adetem
- Naissance d'une 5^e délégation régionale, le CMD Ouest Atlantique
- E newsletters
- Poursuite des conférences sous différents formats.

22

RAPPORT FINANCIER 2013

- Baisse des cotisations
- Hausse des recettes (Partenariats)
- Augmentation des dépenses (30 ans du CMD et Création du nouveau site)
- Résultat d'exploitation en hausse et au dessus du budget
- Proposition de budget en équilibre pour 2014

L'AG adopte à l'unanimité les résolutions portant sur l'approbation du résultat de 2013 et le Budget 2014, ainsi que les tarifs de cotisations

23

ILS REJOIGNENT LE BUREAU...

- Brigitt Albrecht, (SKEMA)
- Jean-Marie Archereau (Burda)
- Christian Bonnin (Astérior Direct)
- Didier Duchassin (Orange Business Services) – *Renouvellement mandat*
- Nathalie Dupas (ROM)
- Nora Luttway (Carnet de Vol)
- Carole Philippoteau (CPLD)
- Catherine Torchy (La P'tite Grenouille)
- Stéphanie Vermeesch, (Powa Technologies)



24



Faites vivre le Cercle !

- **Proposez**-nous des conférenciers, des thèmes de conférences qui vous paraissent intéressants pour notre communauté, et originaux.
- **Partagez**-avec les membres du CMD votre revue de presse, via Les News du CMD / Scoop It.
- **Renseignez** votre espace membre (perso et entreprise) lorsque le site Internet sera opérationnel.
- **Relayez** le Prix du Cercle auprès des étudiants et enseignants de votre entourage personnel ou professionnels.
- **Accueillez** les conférences du CMD si vous avez des lieux qui s'y prêtent (partenariat possible).
- **Soutenez** la naissance de la délégation Ouest Atlantique en nous signalant vos contacts de la région.
- **Invitez** vos contacts professionnels aux nos manifestations, nous serons heureux de les accueillir.

25