



COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
Paris, le 15 juillet 2024

**ALL FOR CONTENT 2024**  
**UN FRANC SUCCÈS – 1 400 VISITEURS**  
—  
**LES J.O DU CONTENU DE MARQUES**



**NEWCAP Event Center - Paris XV**  
**Les 2 et 3 juillet 2024**

**Deux jours rythmés par 60 exposants et de nombreux experts, qui ont séduit 1 400 visiteurs.**

**Pour sa 6e édition, All for Content remporte la médaille de l'événement le plus complet sur le contenu de marques et toutes ses composantes !**

**Dans un contexte particulièrement délicat (Jeux Olympiques, élections législatives, ...) All for Content a tenu toutes ses promesses en attirant autant de monde que l'an dernier et reste un rendez-vous incontournable pour les professionnels du secteur.**

Cette édition a été encore plus marquée par l'empreinte des nouvelles technologies et de l'impact de l'intelligence artificielle sur les différentes facettes du contenu (IA, NFT, ChatGPT, VR, avatars conversationnels...).

On constate d'ailleurs la présence accrue de nombreuses marques nationales ou internationales :

**Accor, Aesio Mutuelle, Allianz, Altice, American Express, APEC, BETC, BIC, BNP Paribas, Bonpoint, Boulanger, Brico Dépôt, Canal +, Carrefour, Chanel, CMI France, Compagnie des Cristalleries de Saint-Louis, Crédit Agricole, DailyMotion, Danone, Decathlon, Deezer, Dentsu, Doctolib, Engie, Euler Hermès, Europcar, Europe 1, Filiassur, Groupe SEB, Guy Hoquet, Harmonie Mutuelle, Havas, Institut Gustave Roussy, Konbini, La Banque Postale, Le Bon Coin, Les Echos-Le Parisien, MAAF, Macif, MAIF, Natalys, Nestlé, Prisma Media, Orange, Publicis, Relais et Châteaux, Saint-Gobain, Saint Maclou, Smartbox, Sodexo, Veepee, VeryChic, WPP, Yves Rocher, Yves Saint Laurent**



## AU PROGRAMME

- Pour la première fois un **Petit-déjeuner Medias Brand Solutions** a été organisé par la régie **366** : l'occasion de faire le point sur les nouvelles 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).
- Le premier jour, un déjeuner a réuni des experts du contenu pour montrer l'intérêt qu'ont les grandes marques à s'équiper d'une **Content Factory**.  
**Il a été animé par Julie Dardour, CEO The House of Content**  
**Avec la participation de : Bynder, Groupe NAOS, Groupe SEB, YouLoveWords**
- La 3ème édition des **Content'Innovations** a eu lieu au cours d'un déjeuner VIP, récompensant les 12 meilleures innovations de contenu de l'année :

Meilleure innovation Vidéo de marque – **LA WEB-SÉRIE « THE GOOD MOVE » DE RENAULT TRUCKS**  
**AVEC LE SOUTIEN DE BRANDEPLOY**

Meilleure innovation Social Media - Influence Marketing – **LA CAMPAGNE « BE NUTS » D'ANDROS ET KONBINI**

Meilleure innovation DAM de marque – **LA PLATEFORME « CLOUD NUXEO » D'HYLAND UTILISÉE PAR ACCOR**  
**AVEC LE SOUTIEN D'ACTIVO**

Meilleure innovation Medias Brand Solutions BtoC – **ARMANI SÌ AVEC LA CAMPAGNE « LE POUVOIR DU MOT SÌ » ORCHESTRÉE PAR PUBLICIS MEDIA CONTENT FRANCE**

Meilleure innovation Content Corporate – **CARREFOUR AVEC SON PODCAST « À L'UNISSON » RÉALISÉ PAR LOUIE MÉDIA**  
**AVEC LE SOUTIEN D'INFOPRO DIGITAL STORIES**

Meilleure innovation Audio-Podcast de marque – **LA VILLE DE MONTROUGE POUR SA SÉRIE DE PODCASTS « INSPIRATIONS VÉGÉTALES » RÉALISÉE PAR EDITORIALINK**  
**AVEC LE SOUTIEN DE BROADCAST-ASSOCIÉS**

Meilleure innovation Intelligence artificielle générative – **GUERLAIN POUR SON EXPOSITION DIGITALE FUTURISTE SUR L'HISTOIRE DU « FLACON AUX ABEILLES » AVEC L'AIDE DE MSNTR**  
**AVEC LE SOUTIEN DE SEMJI**

Meilleure innovation Immersive de marque – **YVES SAINT LAURENT AVEC L'EXPÉRIENCE IMMERSIVE DÉVELOPPÉE PAR YSL BEAUTY**  
**AVEC LE SOUTIEN D'HYLAND**

Meilleure innovation Medias Brand Solutions BtoB – **CAPGEMINI POUR SON PROGRAMME DE CONTENU INNOVANT AU SERVICE DE L'INTELLIGENT INDUSTRY CONÇU PAR INFOPRO DIGITAL STORIES**

Meilleure innovation Content Commerce – **CASTORAMA POUR LE PREMIER ASSISTANT CONVERSATIONNEL D'IA GÉNÉRATIVE « HELLO CASTO » EN COLLABORATION AVEC RAZORFISH**  
**AVEC LE SOUTIEN DE THE HOUSE OF CONTENT**

Meilleure innovation Print de marque – **LA BELLE-ILOISE AVEC ÉDITIONS OUEST-FRANCE POUR LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE PRINT « LA JOLIE BOÎTE BRETONNE »**  
**AVEC LE SOUTIEN DE DALIM SOFTWARE**



- Des **conférences et ateliers** qualitatifs ont abordé les différents aspects technologiques de pointe pour délivrer un contenu de marques performant et dévoiler les meilleures stratégies de contenu au service de la marque, comme notamment :
  - La conférence d'ouverture animée par Daniel Bô (Brand Content Institute / QualiQuanti) introduisant le marché du Brand Content, son Management, l'impact de l'IA, le Social Content et la Search Intelligence
  - La notion de Brand Scripting comme manière de concevoir et produire des contenus, abordée par Anna Rognon-Désirée (Take Off Collective) et Publicis Media
  - Des thèmes comme le Commerce Content et le Management du contenu 2.0 à l'ère de l'AI, traités par Julie Dardour (The House of Content) et Fabrice Frossard (Faber Content)
  - Des sujets aussi brûlants que vertigineux avec entre autres une question soulevée par Anne Pinto et Marion Combaluzier (AKL) : produire ses contenus avec une IA générative, finalement quel est le problème, vit-on un moment d'une telle gravité ?
  - Les nouvelles tendances de solutions DAM autour du brand management et la personnalisation des contenus présentées par Frédéric Sanuy et Malika Kechich (Activo)
  - Deux représentants de média BtoB (Groupe Infopro Digital et Groupe Acteurs Publics) ont débattu sur le Brand Content et échangé sur la question : Comment répondre aux besoins des annonceurs sans dégrader la relation avec les lecteurs ?
- Le salon a également été l'occasion de lancer le **Club Content Factory** créé par Julie Dardour (The House of Content) et Jean Naveau (Brandeploy). Il rassemblera les annonceurs pour partager les bonnes pratiques et les modèles gagnants autour de la Content Factory.
- Le salon a mis l'accent sur les nouvelles formes de contenu : IA, ChatGPT, contenus immersifs... et a également consacré une journée entière à l'Advergame et au Brand Entertainment lors d'**YNOV'DAY**, organisée et animée par Ynov'Campus.

Pendant 2 jours, 1 400 personnes ont pu être au cœur de la Profession pour échanger avec les grands acteurs de la communication, découvrir les nouveautés et les innovations, pour améliorer leurs stratégies et envisager des perspectives d'avenir.

#### All for Content 2024 en chiffres

**2 jours**  
**60 exposants toujours plus innovants**  
**1 400 visiteurs**  
**30 conférences**  
**35 ateliers**  
**10 sessions Ynov'Day**  
**2 déjeuners VIP**  
**1 petit-déjeuner Medias Brand Solutions**  
**12 Trophées**

#### Rendez-vous en 2025 !

All for Content rassemblera de nouveau les experts et acteurs de la Profession entière pour 2 jours les 03 & 04 juin 2025 pour une 7<sup>ème</sup> édition toujours plus ambitieuse.

#### **Directrice du salon**

Dorothée Thuot – DotEvents – 07 89 66 52 92 – [dot@dotevents.fr](mailto:dot@dotevents.fr)

#### **Contact Programme & Trophées**

Patrick Thuot – DotEvents – 06 07 39 99 24 – [patrick.thuot@dotevents.fr](mailto:patrick.thuot@dotevents.fr)

#### **Contact Presse & Partenariats**

Albane Fabre – DotEvents – 06 74 70 52 89 – [albane@dotevents.fr](mailto:albane@dotevents.fr)

Vous pouvez nous suivre sur    

Pour plus d'informations, connectez-vous sur [www.allforcontent.fr](http://www.allforcontent.fr)

#### **À propos d'All for Content**

Créé en 2018, c'est le seul salon en France à se consacrer exclusivement au contenu de marques. All for Content rassemble pendant 2 jours, dans un même lieu, à Paris, toutes les nouvelles solutions de contenu multicanal pour concevoir, produire et diffuser le contenu de marques. C'est un véritable laboratoire d'idées et de savoir-faire pour la communication digitale des contenus et des documents au service des marques.

