

Δευτέρα 30 Μαρτίου 2009

ΜΕΓΑΡΟ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΑΘΗΝΩΝ

09.30 – 10.00: Προσέλευση – Καφές

10.00 – 10.30: Καλωσόρισμα / Εισαγωγή
Νάσος Λέξος, Πρόεδρος Οργανωτικής Επιτροπής ΣυνεδρίουΣημερινή εικόνα-Παρουσίαση έρευνας
Λίνα Σάρι, Δ/νων Σύμβουλος TNS Icap
Ξένια Κούρτογλου, Πρόεδρος & CEO Focus Bari10.30 – 12.15: **ΕΝΟΤΗΤΑ –Brands: Στρατηγική, Στόχοι, Προκλήσεις***Σε περιόδους κρίσης, οι μάρκες καλούνται να χτίσουν μία νέα σχέση με τον καταναλωτή. Μέσα στο πλαίσιο αυτό, οφείλουν να βρουν τη χρυσή τομή ανάμεσα στη διατήρηση της οικονομικής ισορροπίας και στη μακροπρόθεσμη διατήρηση του brand equity. Ποιος είναι ο ρόλος της επικοινωνίας στη διαμόρφωση αυτής της στρατηγικής; Πώς μπορεί να αποφευχθεί ο κίνδυνος μετατροπής των brands σε commodities; Ποιες ευκαιρίες ενδεχομένως προκύπτουν;*

- **Colin Mcleod**, Research Director, World Advertising Research Centre (WARC)
- Συντονιστής Ενότητας
TBC
- Παρουσίαση ευρημάτων έρευνας
Δημήτρης Α. Μαύρος, Εκπρόσωπος ΣΕΔΕΑ - Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος MRB Hellas
- Ομιλητές Ενότητας
Γιώργος Διαμαντόπουλος, π.Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος Kraft Foods Hellas
Σπύρος Θεοδωρόπουλος, Δ/νων Σύμβουλος Vivartia
Κωνσταντίνος Μαχαιράς, CEO AB Βασιλόπουλος
Γιάννης Παπαχρήστου, Γενικός Διευθυντής Καταναλωτικών Προϊόντων L'Oréal
Marc Tonnon, Δ/ντης Marketing ΧΡΥΣΟΣ ΟΔΗΓΟΣ
Θόδωρος Κοτιώνης, Δ/νων Σύμβουλος Bold Ogilvy
Χαρά Ζλατάνη, Εμπορική Διευθύντρια ΔΟΛ
- Q & A

12.15 – 13.00 **Διάλειμμα – Light Lunch**13.00 – 14.45 **ΕΝΟΤΗΤΑ – «Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και ο ρόλος τους στην διαχείριση της κρίσης»***Ο ρόλος των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης στη διαμόρφωση του κλίματος στην αγορά, είναι καθοριστικός. Παράλληλα, εξακολουθούν να αποτελούν τον διάβλο επικοινωνίας των brands με τον καταναλωτή. Από την άλλη πλευρά, τα ίδια τα ΜΜΕ είναι από τους πρώτους αποδέκτες των συνεπειών της οικονομικής κρίσης. Πώς μπορούν να συνεισφέρουν τα Μέσα στο χτίσιμο των μαρκών, υπηρετώντας παράλληλα το ρόλο τους όσον αφορά στην ενημέρωση;*

- Συντονιστής Ενότητας
Μαρία Χούκλη, EPT
- Παρουσίαση ευρημάτων έρευνας
Θωμάς Γεράκης, Εκπρόσωπος ΣΕΔΕΑ - Δ/νων Σύμβουλος Marc
- Ομιλητές Ενότητας
Θοδωρής Κυριακού, Αντιπρόεδρος ANTI
Πέτρος Κωστόπουλος, Πρόεδρος ΕΙΡΑ,
Χρήστος Παναγόπουλος, Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος EPT,
Θεοχάρης Φιλιππόπουλος, Εκδότης & Πρόεδρος ΣΕΠΤ,
Νίκος Χατζηνικολάου, Εκδότης & Διευθυντής Real News
Γρηγόρης Αντωνιάδης, Πρόεδρος ΣΔΕ
Μανόλης Παπαπολύζος, Πρόεδρος ΕΔΕΕ
- Q & A

14.45 - 15.15 Διάλειμμα - Coffee Break

15.15 - 17.00 ΕΝΟΤΗΤΑ - «Εταιρείες επικοινωνίας ένας στρατηγικός εταίρος σε νέο ρόλο»

Η αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς σε περιόδους ύφεσης και η μεταβολή της επικοινωνιακής δραστηριότητας των μαρκών, επηρεάζουν βαθύτατα τις εταιρείες επικοινωνίας. Παράλληλα, οι εταιρείες επικοινωνίας καλούνται περισσότερο από ποτέ να αναλάβουν ρόλο στρατηγικού εταίρου για τις μάρκες. Ποιος πρέπει να είναι ο νέος ρόλος των εταιρειών επικοινωνίας και πως διαμορφώνονται οι σχέσεις με διαφημιζόμενους και Μέσα;

- **David Wethey, Chairman, Agency Assessments International**
Case Studies & παραδείγματα από το εξωτερικό/τα νέα μοντέλα εταιρειών επικοινωνίας που έχει ανάγκη η αγορά/η ταυτότητα του συμβούλου επικοινωνίας της «νέας εποχής»
- Συντονιστής
TBC
- Παρουσίαση ευρημάτων έρευνας
Κώστας Ευσταθίου, Εκπρόσωπος ΣΕΔΕΑ - Director Quantitative Research Dpt. Custom Research GfK Hellas
- Ομιλητές Ενότητας
Σταύρος Λεούσης, Πρόεδρος Solid Communications
Δημήτρης Γ. Μαύρος, Δ/νων Σύμβουλος Ομίλου Spot JWT
Βασίλης Προβελεγγιάδης, Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος Fortune
Γιώργος Φλέσσας, Πρόεδρος & Δ/νων Σύμβουλος Civitas Ketchum
Κώστας Κιμπουρόπουλος, Πρόεδρος ΕΙΤΗΣΕΕ
Σπύρος Ζαβιτσάνος, Πρόεδρος ΣΕΔΕΑ
Δημήτρης Λώλης, - Σύμβουλος Διοίκησης Cosmote
- Q & A

17.00 - 17.30 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ / ΚΛΕΙΣΙΜΟ

17.30 - 18.30: Cocktails