



UN RETOUR BUSINESS EN REAL LIFE QUI FAIT DU BIEN !

Toute l'équipe Kazachok est très fière d'avoir pu ouvrir les portes de Cobrandz les 1 & 2 juillet derniers. Véritable hub des contenus, toute la profession s'est donnée rendez-vous à Paris pour parler marques et partenariats... et tout le monde a pris beaucoup de plaisir !

Sur un marché plus que jamais en pleine transformation, Cobrandz a su proposer de nouvelles marques à de nouveaux visiteurs pour faire émerger de nouvelles idées et inputs.

Le sourire aux lèvres... les industriels, les licenciés, le retail, les agences de communication et les annonceurs ont arpenté les allées du salon. Leur objectif : trouver des marques correspondant à leurs cibles et futurs développements.

Dans une ambiance conviviale et professionnelle, ces deux jours ont été rythmés par des rendez-vous privilégiés sur les stands, des conférences, des Talks de marques, et du networking improvisé (et tant attendu !) au gré du salon.



WE DID IT !



LES AMBITIONS DE COBRANDZ

- Créer des rencontres
- Proposer des nouvelles idées
- Se projeter sur des partenariats de qualité
- Et générer du business

UNE GRANDE DIVERSITÉ DE MARQUES POUR DES PARTENARIATS PROMETTEURS...

Cobrandz a accueilli cette année **plus de 500 marques** issues de domaines variés.

En venant à Cobrandz, les visiteurs ont pu **déceler les marques prometteuses** pour leurs marchés et initier de futures collaborations.

Pour n'en citer que quelques unes :

- l'OM, la FFF, les 24 Heures du Mans ou encore FISE pour les **marques de sport**
- Polaroid, Smiley ou Discovery Adventures pour le **lifestyle**
- Gims, David Bowie et bien sûr The Beatles pour la **musique**
- Keith Haring, Jean-Michel Basquiat ou Alain Crée pour les **artistes**
- L'Arc de Triomphe, le Mont Saint-Michel ou la Ville de Lyon pour les **marques patrimoniales**
- Et, la **pop culture** sur-représentée avec Dragon Ball, Naruto, Tetris ou Terminator...



Entre les rendez-vous one-to-one, les Talks et les conférences, le business et les actualités étaient au rendez-vous en real life.

Clémentine Goutaine,
Retail & Marketing Director
WildBrain CPLG

« Une édition dynamique, avec plus de 80 rendez-vous, ce qui nous a permis de retisser du lien avec nos partenaires lors de rendez-vous physiques dans un cadre original. »



LE CONTENU AU COEUR DES STRATEGIES !

Le Brand Content est une valeur clé pour développer des partenariats cohérents qui plaisent aux consommateurs.

CAP SUR LES STRATEGIES DES MARQUES

Les Talks de The Pokémon Company, francetv distribution, Wildbrain CPLG, Studiocanal, ViacomCBS, Gulli (Groupe M6), Millimages Studio, sans oublier Universal Studios ont dévoilé toutes leurs nouveautés 2022 uniquement à Cobrandz.

Pour aller toujours plus loin, les conférences, animées par Nathalie Chouraqui, directrice de Kazachok, ont quant à elles donné un éclairage sur des sujets très prisés et inspirants.

LE RETAIL, LE NERF DE LA GUERRE

Franck Mathais, Porte-Parole JouéClub, et Arnaud Simon, Directeur des Licences France Sanrio, se sont attelés au très attendu sujet « l'évolution de la licence dans le retail en 20 ans ». Force est de constater que même si le retail change, la licence reste capitale dans la stratégie des enseignes.

Elle apporte une dimension émotionnelle qui permet au consommateur de rêver et de vivre une expérience magasin exceptionnelle. Le e-commerce prend évidemment une place considérable dans la période actuelle et constitue un vrai complément de l'offre physique. De belles perspectives pour la licence...

L'INFLUENCE MARKETING, UN VRAI MEDIA

Nous avons eu la chance d'accueillir Raphaël Demnart, DG des labels Sampleo et Talent Web Academy chez Webedia Creators, qui a apporté son éclairage sur ce secteur en pleine expansion. Le budget investi par les marques dans l'influence a été multiplié par 2 entre 2019 et 2020. Tout l'enjeu pour celles-ci est de capitaliser sur le bon talent avec la bonne audience partageant les mêmes valeurs.

Guillaume Doki-Thonon, CEO Reech, a enrichi les débats en pointant du doigt que ce secteur se professionnalise (tout comme les débuts du licensing !). Cela passe par la formalisation de contrats entre les marques et les influenceurs (amplification, cession de droits, statistiques, disponibilité physique de l'influenceur et exclusivité...).

LA TECH AU SERVICE DU FUTUR

Sylvain Louradour, Directeur Associé Netexplo, a apporté un vent de fraîcheur en nous présentant sa vision des réseaux sociaux de demain et sa Phantasphère, cette couche de tech qui nous entoure... De quoi redonner goût au futur. C'est scotchant !

Replay des conférences sur
www.cobrandz.fr



LES BUZZ DE COBRANDZ !

1 Des nouvelles pépites en création

Des nouvelles séries animées telles que La Légende de Spark et Dino Ranch (Gulli), Petronix Defenders (On Kids & Family) et Karma's World (The Wizards) se préparent.

2 Des marques différentes s'ouvrent aux partenariats

C'est le cas de Motul (WildBrain CPLG) qui s'adresse aujourd'hui aux adeptes d'un lifestyle authentique et affirmé ou bien Monaco et Monte-Carlo (Ipanema) qui ont une vraie dimension patrimoniale.

3 Capitaliser sur les marques existantes

Millimages développe une nouvelle série et un nouveau long-métrage pour Les Lascars. Les Bisounours (Sagoo), Foot2Rue (francetv distribution), "Il était une fois..." (Procidis) et Marsupilami (Médiatoon) en font de même avec des nouvelles séries annoncées pour 2022/2023.

4 Une tendance Pop Culture très présente

Le rétro gaming a le vent en poupe avec les propriétés iconiques des années 90 éditées sur Atari (Activision) ou Tetris (Sagoo). Le manga n'est pas en reste avec Dragon Ball, Naruto, HunterxHunter...

5 Des anniversaires à venir...

L'occasion de s'associer à des moments de visibilité ! En 2022, T'Choupi célébrera ses 30 ans, ET, Les Bisounours et Rambo leurs 40 ans. Et, en 2023, ce sera les 30 ans de Jurassic World.

Cette édition a été un vrai succès. Plus que jamais la notion du contact physique a pris tout son sens. Cobrandz a su apporter du contenu fort et rassembler les professionnels dans une atmosphère conviviale, respectant l'objectif de Kazachok : proposer des événements incontournables de business et de networking.

COBRANDZ®

7 & 8 avril 2022 - Paris



www.cobrandz.fr