

Communiqué de presse

A Paris, le 8 septembre 2020

WIF Digital - Influence, éthique et solidarités numériques

Un événement gratuit 100% digital initié par WOÔ, agence d'influence digitale, en partenariat avec 2 grandes écoles : l'EPF, école d'ingénieur-e-s et l'ICD business school.

Le vendredi 18 septembre 2020

Matinée réservée aux étudiants via Teams
Après-midi (14h à 18h) dédiée aux professionnels
<https://app.livestorm.co/woo/wif-digital>

Après une 1^{re} édition en février 2019, le WIF (Winter Influence Forum) revient le 18 septembre pour une 2^e édition digitale placée sur la thématique : **influence, éthique et solidarités numériques**. Cette journée d'échanges réunira des marques (IBM, Médecin Direct, HelloFresh), des influenceurs (@adelinerapon), des ONG (Asso Seconde Chance), des experts (Dr. Emmanuel GOFFI - Professeur associé Éthique de l'IA Aivancity School for Technology, Business & Society Paris-Cachan et Directeur de l'Observatoire éthique & IA de l'Institut Sapiens), des chercheurs et journalistes...

Programme de la journée

En matinée, pour les élèves de l'EPF école d'ingénieur-e-s et de l'ICD business school :

- L'innovation frugale au service de la solidarité
- Les makers : acteurs de la solidarité
- L'IA au service du bien commun
- Les réseaux sociaux : entre divertissement et solidarité
- Le digital pour les associations : complémentaire mais pas substitut
- L'empreinte carbone de la transformation numérique et sa consommation d'énergie
- Quelles compétences pour demain ? Quel travail ? Quelle carrière ?

L'après-midi, ouverte à tous :

- Comment valoriser les initiatives solidaires grâce aux plateformes sociales ?
- L'éthique est-il un vecteur indispensable de confiance pour le digital ?
- L'économie solidaire peut-elle nous montrer l'exemple sur le digital ?
- Demain tous influenceurs digitaux ?
- Marketing responsable : est-ce le rôle de l'entreprise de sensibiliser aux défis sociétaux de demain ?
- Une prise de conscience globale grâce au digital : Comment nous engager demain ?



« Plus que jamais, nous sommes convaincus que l'éthique et la solidarité sont essentielles pour le marketing d'influence de demain. C'est pourquoi, nous avons déjà été à l'initiative, en 2019, de la création d'un Comité d'éthique de l'influence, de la 1^{re} Charte de déontologie de l'influence et du lancement de YOÛ Care. Avec cet événement, nous espérons sensibiliser et mobiliser un maximum de professionnels autour de cette thématique lors de cette journée. »
Agathe Nicolle, fondatrice de WOÛ

« L'EPF, école d'ingénieur-e-s forme des ingénieur-e-s responsables capables d'accompagner les transitions que notre société, nos institutions et nos entreprises traversent. Fondation reconnue d'utilité publique, la solidarité est au cœur de l'ADN de l'école. Tout au long de leur parcours à l'école, des cours, des challenges et des conférences sur l'éthique et l'engagement jalonnent la formation de nos élèves pour les sensibiliser et faire de nos jeunes diplômés des professionnels engagés. Le WIF fait partie de cette formation. » Jean-Michel Nicolle, Directeur de l'EPF école d'ingénieur-e-s.

« Les questions éthiques ne peuvent aujourd'hui se comprendre si elles intègrent les revendications citoyennes qui passent en premier par le respect mutuel de chacun. Cette éthique du quotidien s'appuie sur les valeurs humanistes que chacun doit pratiquer dans sa relation à autrui comme dans son exercice professionnel. On ressort de cela que la déontologie d'une école comme l'ICD se doit de permettre à ses étudiants d'être dans cette posture. » Patricia Thery Hart, Directrice ICD Business school

WOÛ

Annelise Fromentin
annelise@lesnouvellesrp.com
01 42 26 84 86

Contacts Presse

EPF, école d'ingénieur-e-s
Sarah José, agence MCM
s.jose@agence-mcm.com
06 23 44 95 20

ICD Business school

Anne-Lise Davy-Arnaud
alarnaud@groupe-igs.fr

A propos de l'EPF, école d'ingénieur-e-s, www.epf.fr

L'EPF (ex-Ecole Polytechnique Féminine) forme depuis 1925 des ingénieur-e-s généralistes innovants, responsables et de dimension internationale. Nos 2 400 étudiants (dont 35 % de filles) - à Sceaux, Troyes et Montpellier - suivent une formation polytechnique qui leur permet d'acquérir d'excellentes compétences scientifiques et techniques, et de développer une polyvalence et capacité d'adaptation, leur ouvrant ainsi les portes de très nombreux secteurs d'activités. Depuis 95 ans l'EPF développe son réseau de plus de 12 500 alumni et d'entreprises partenaires, vecteurs de réussite, et place l'international au cœur de son projet pédagogique. Fondation reconnue d'utilité publique, l'école bénéficie du label EESPIG* et valorise depuis son origine la diversité et l'ouverture sociale comme source de richesse et de progrès.

*Établissement d'Enseignement Supérieur Privé d'Intérêt Général

A propos de l'ICD Paris, www.icd-ecoles.com

Basée à Paris et à Toulouse, l'ICD école de commerce et de marketing propose un cursus postbac à dimension internationale. L'ICD est une association à but non lucratif créée il y a plus de 40 ans et qui propose des programmes en commerce, marketing, business développement et supply chain management/achats. Au-delà de son Programme Grande Ecole visé Bac+5 par l'Etat et conférant le Grade de Master, l'ICD Business School propose également des programmes de bachelors en 3 ans dans les domaines du développement commercial, marketing et événementiel. Ecole de commerce internationale, l'ICD intègre cette composante à plusieurs niveaux dans ses formations à travers les échanges internationaux, les doubles diplômes, les cours en anglais et l'international dès la première année d'études.

A propos de WOÛ : www.woo.paris

WOÛ met en relation les marques et les influenceurs en proposant des campagnes sur-mesure, créatives et efficaces. Fondée en 2015 par Agathe Nicolle « With Our Originality » est l'idée de départ. Le but est alors d'apporter une approche plus créative à l'influence tout en revenant à l'essence de ce métier : la recommandation. Notre mission est de créer des campagnes d'influence qui ont du sens à la fois pour la marque, l'influenceur et le consommateur. Bref, nous voulons créer des campagnes d'influence qui marchent. Nous adorons lier l'émotion à la performance, l'humain à la technologie. Nous croyons que la stratégie et la créativité sont les deux seuls ingrédients qui permettent de créer des projets ambitieux et sont capables de faire briller les belles marques. En très forte croissance, l'agence réunit aujourd'hui 70 experts de l'influence et a intégré plusieurs métiers (planning stratégique, direction artistique, social media, événementiel, brand content, ...) afin de créer des expériences de marque 360°.