

20 | 08-09
26 | Décembre

Hôtel Regency Gammarth

DOSSIER DE SPONSORING

THE MARKETING SHIFT

"Stratégie d'abord" Décider. Piloter. Transformer.
à l'heure de l'IA & de la data .

LE RENDEZ-VOUS INCONTOURNABLE
DES PROFESSIONNELS DU MARKETING

SOMMAIRE

1) CONTEXTE & ENJEUX DU PMM 2026	01
2) ANALYSE DU THÈME CHOISI	03
3) POURQUOI PARTICIPER AU PMM 2026	04
4) OBJECTIFS DU PMM 2026.....	05
5) CIBLE DU PMM 2026	06
6) LES NOUVEAUTÉS DE L'ÉDITION 2026	07
7) STRUCTURE DU PROGRAMME	08
8) RAISONS DE PARTICIPER AU PMM 2026	09
9) UNE NOUVELLE AMBITION POUR LE PMM 2026	10
10) RÉTROSPECTIVE DE L'ÉDITION PMM 2024	13
11) POURQUOI SOUTENIR LE PMM 2026	14
12) FORMULES ET CONTRAT DE SPONSORING.....	15

CONTEXTE & ENJEUX DU PMM 2026

UN TOURNANT POUR LE MARKETING TUNISIEN

01

UN VIRAGE MONDIAL

Le marketing entre dans une nouvelle ère où l'intelligence artificielle et la donnée transforment la manière de décider, de mesurer la performance et de créer de la valeur.

02

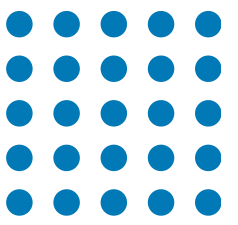
UNE MATURITÉ ENCORE ÉMERGENTE EN TUNISIE

Les entreprises tunisiennes commencent à intégrer la data et l'IA. Le marketing reste encore perçu comme une fonction opérationnelle, centrée sur la communication et la publicité, plutôt que comme un levier stratégique.

03

UN BESOIN DE REPÈRES CONCRETS

Les marketeurs ont besoin d'une trajectoire réaliste et progressive pour reprendre la main sur la décision, sans passer par un saut technologique hors de portée.



ANALYSE DU THÈME CHOISI

POURQUOI « THE MARKETING SHIFT » ?

CE QUE LE MONDE OBSERVE

- **DÉCISION PILOTÉE PAR LA DONNÉE ET L'IA**

Les décideurs marketing arbitrent déjà avec des tableaux de bord IA et des données fiables.

- **MARKETING RECONNU COMME FONCTION STRATÉGIQUE**

Le marketing siège en comité de direction, au même titre que la finance ou les opérations.

- **USAGES IA STRUCTURÉS ET GÉNÉRALISÉS**

L'IA est intégrée aux processus de décision, pas testée au coup par coup.

- **GOVERNANCE DATA/IA DÉJÀ INSTALLÉE**

Chartes, arbitrages et responsabilités sont définis avant toute sophistication technologique.



CE QUE VIT LE MARCHÉ TUNISIEN

- **MATURITÉ DATA/IA ENCORE FAIBLE**

Dans la majorité des entreprises tunisiennes.

- **FONCTION ENCORE ASSIMILÉE À LA COM'**

Le marketing reste perçu comme opérationnel, pas stratégique.

- **USAGES IA PONCTUELS**

Peu d'usages structurés au-delà de l'expérimentation isolée.

- **LÉGITIMITÉ À CONSTRUIRE**

Avant toute sophistication technologique.

ANALYSE DU THÈME CHOISI: **LE TITRE, DÉCRYPTÉ**

THE MARKETING SHIFT : STRATÈGES D'ABORD

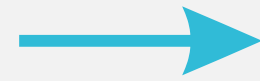
DÉCIDER. PILOTER. TRANSFORMER , À L'HEURE DE L'IA & DE LA DATA.

THE MARKETING SHIFT



Annonce le changement de paradigme.

STRATÈGES D'ABORD



Positionne le professionnel au centre, plutôt que la technologie.

Décider. Piloter. Transformer.



Parle directement aux responsabilités des marketeurs.

À l'heure de l'IA & de la Data



Donne immédiatement la pertinence et l'actualité du thème.

Un positionnement business, professionnel, différenciant

POURQUOI PARTICIPER AUX PMM 2026

Le marketing tunisien vit une bascule. Ceux qui la comprennent aujourd'hui piloteront demain. Ceux qui l'ignorent risquent de la subir.

LE CONSTAT

L'intelligence artificielle change les règles du jeu plus vite que la plupart des organisations n'ajustent leurs pratiques. Rester spectateur, c'est laisser filer l'avance à des pairs qui, eux, avancent déjà.

L'OPPORTUNITÉ

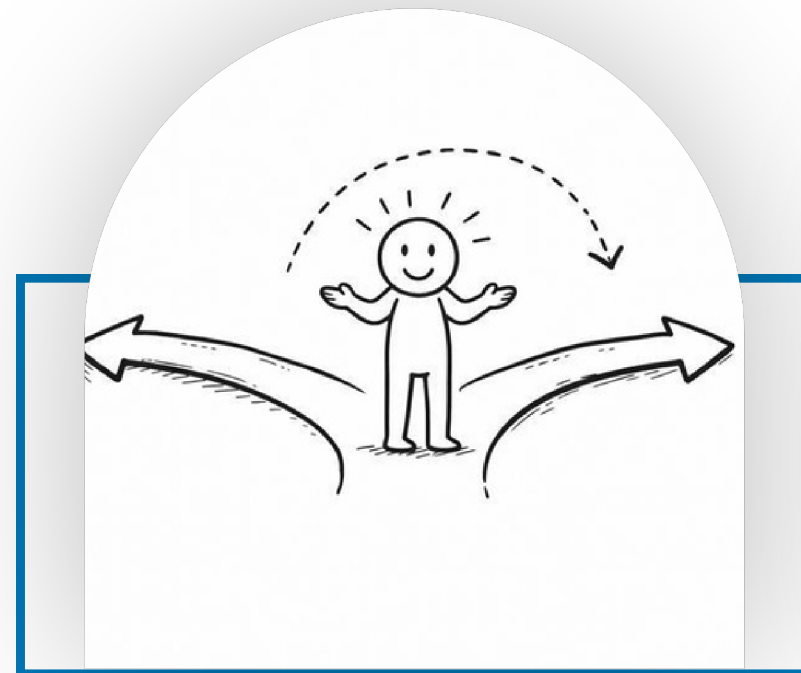
Le PMM 2026 n'est pas un événement de plus. Ce sont deux journées pour repartir avec une méthode, des outils concrets et un réseau de pairs qui vivent exactement les mêmes enjeux que vous.

LA DIFFÉRENCE

Là où la plupart des événements marketing se contentent de parler tendances, chaque session du PMM se conclut sur un livrable actionnable, pas une recommandation théorique de plus.

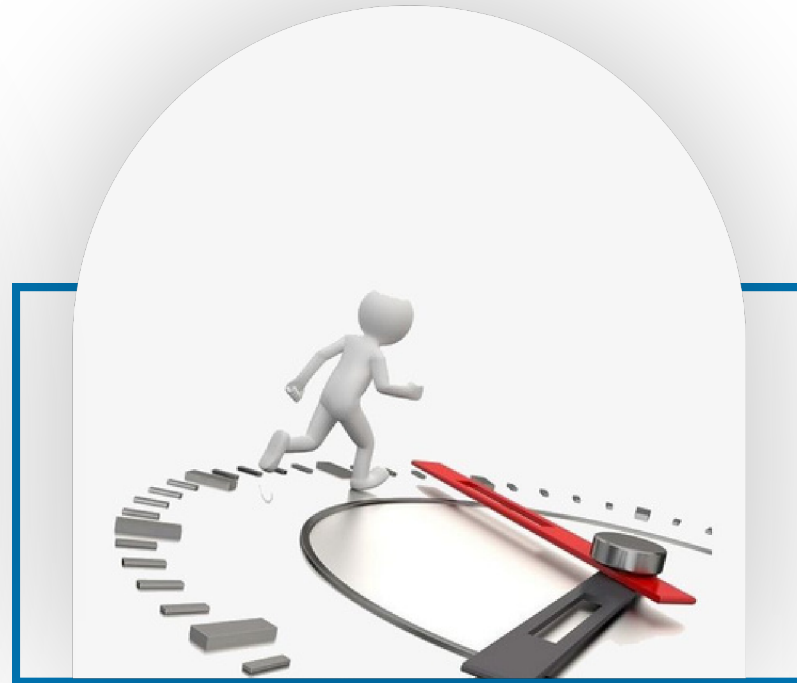
24 & 25 novembre 2026 : la question n'est pas si le marketing va changer c'est qui, parmi vous, aura pris une longueur d'avance.

OBJECTIFS DU PMM 2026



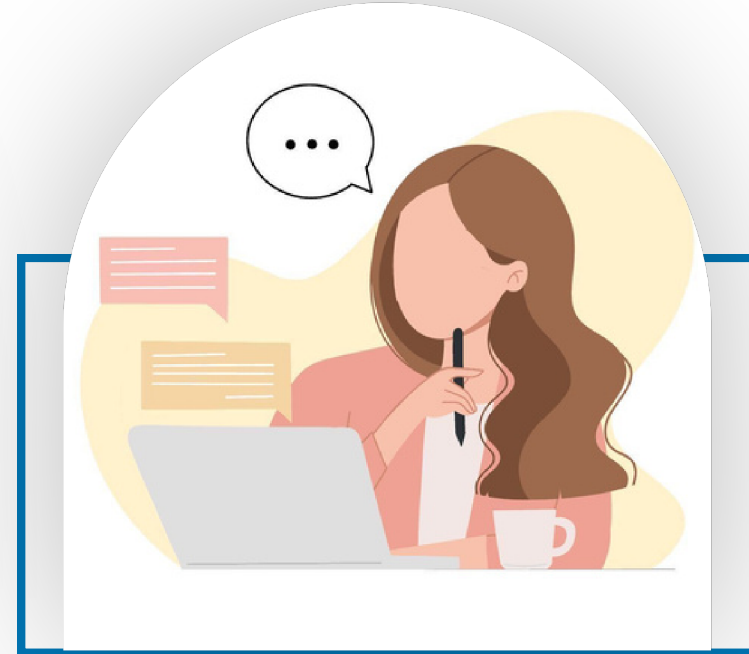
01 Repositionner le marketing

Comme fonction stratégique au sein des entreprises tunisiennes, au même titre que la finance ou l'opérationnel.



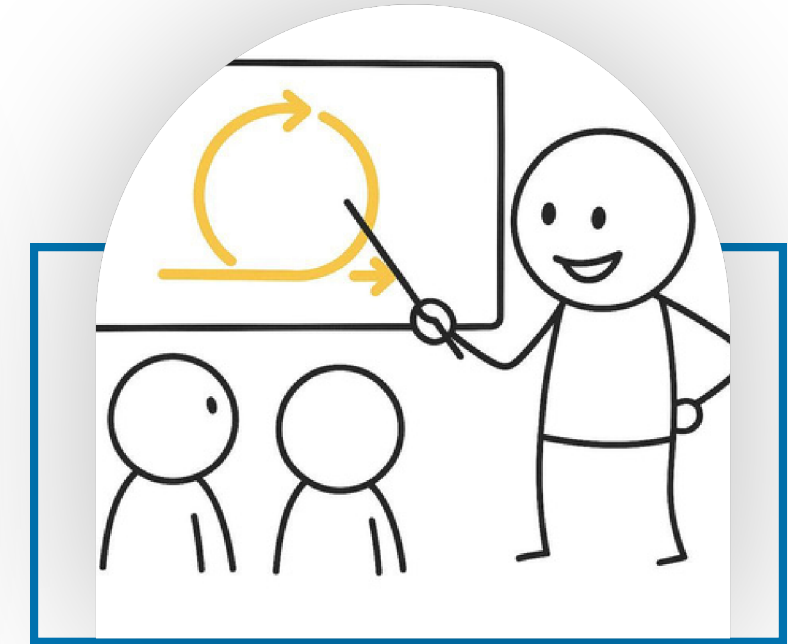
02 Donner une trajectoire réaliste

D'adoption progressive de la data et de l'IA, adaptée au niveau de maturité réel des organisations.



03 Produire des livrables concrets

Chaque session se conclut sur un outil actionnable : charte, grille d'arbitrage, plan, plutôt que des recommandations théoriques.



04 Structurer l'écosystème

Créer un rendez-vous de référence pour les marketeurs, dirigeants et experts en Tunisie.

NOTRE CIBLE

UNE AUDIENCE DE DÉCIDEURS ET DE STRATÈGES

Profils des participants

Directeurs marketing et communications

Directeurs et responsables commerciaux

Dirigeants d'entreprise

Responsables data, digital et IA

Consultants et agences

Secteurs représentés

Distribution

Industrie

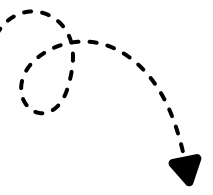
Services

Pharmaceutique

Commerce

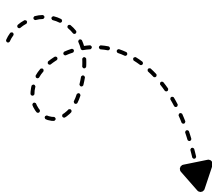
200-300 marketeurs, décideurs et stratèges attendus sur les deux journées du PMM 2026

L'ÉDITION 2026 DU PMM



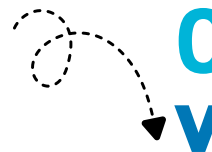
01 MASTERCLASS

La Masterclass est une session animée par un expert autour d'une thématique précise. Interactive et pratique, elle combine expertise, exemples concrets et échanges afin de permettre aux participants d'acquérir des connaissances directement applicables.



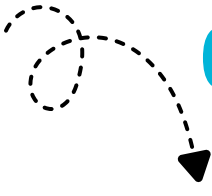
02 FISHBOWL

Le Fishbowl est un format d'échange participatif où quelques intervenants discutent d'une problématique au centre, tandis que les autres peuvent rejoindre progressivement la conversation. Il favorise le dialogue, le partage d'idées et la réflexion collective.



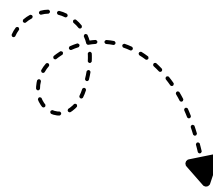
03 THE MARKETING VOICES & VOCABULARY PODCAST

Un format qui combine un podcast animé par des experts du marketing, de la Data et de l'IA pour partager connaissances, expériences et conseils pratiques, avec un volet vocabulaire dédié à la découverte des nouveaux termes et concepts du marketing.



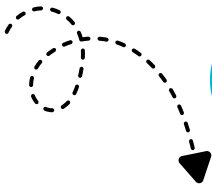
04 CONFÉRENCE PLENIÈRE

Les participants auront l'occasion de découvrir les dernières tendances et pratiques marketing, de bénéficier des insights d'experts et de s'inspirer, apprendre et échanger autour des grandes évolutions qui façonnent le marketing d'aujourd'hui.



05 WORKSHOP

Des sessions interactives et orientées pratique pour permettre aux participants d'explorer des problématiques marketing concrètes, de partager leurs expériences et de découvrir des outils, méthodes et bonnes pratiques directement applicables



06 ESPACE D'EXPOSITION

Un espace d'exposition sera réservé aux agences dont les services peuvent contribuer à la réussite des campagnes marketing et communication.

STRUCTURE DU PROGRAMME

SIX TERRITOIRES THÉMATIQUES, UNE SEULE TRAJECTOIRE

**THINK
DÉCIDER**



Stratégie , Insights ,
Leadership

**DATA
COMPRENDRE**



First-party data ,Analytics ,
Customer intelligence

**AI
AUGMENTER**



GenAI ,Automatisation ,
GEO/AEO , Use cases

**PERFORMANCE
PILOTER**



ROI ,KPIs , Attribution ,
Budget

**BRAND
TRANSFORMER**



Créativité ,Influence ,
Confiance ,Expérience

**FUTURE
ÉVOLUER**



Nouveaux métiers ,
Organisation , Compétences

Plutôt qu'une simple liste d'ateliers, le PMM 2026 s'organise en six territoires thématiques, une cohérence qui répond directement au titre THE MARKETING SHIFT.

RAISONS DE PARTICIPER AU PMM 2026

CE QUE LES PARTICIPANTS REPARTENT AVEC:

01 Des livrables actionnables

Chaque atelier ,masterclass,se conclut sur un outil concret . Charte, grille d'arbitrage, plan .Prêt à être appliqué dès le retour au bureau.

02 Une lecture claire des tendances

Les grandes évolutions mondiales du marketing IA/data, remises à l'échelle de la réalité tunisienne.

03 Des experts à forte valeur ajoutée

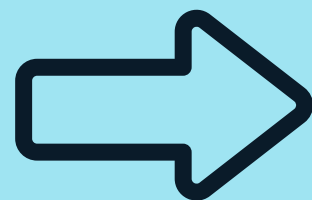
Des experts reconnus partageront leur expertise, leurs expériences et leurs insights pour apporter une réelle valeur aux participants et décrypter les enjeux du marketing.

04 Un réseau de décideurs

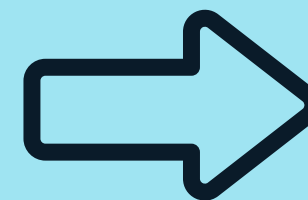
Deux journées complètes pour échanger avec des experts , directeurs marketing, dirigeants, experts data/IA.

UNE NOUVELLE AMBITION POUR LE PMM 2026

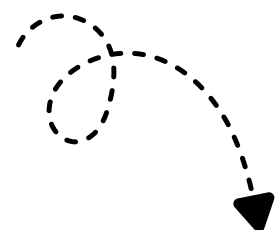
150
2023



200
2024



300
2026



professionnels du marketing accueillis, soit une progression de +33 % entre les deux dernières éditions, une dynamique qui porte l'ambition des 200 à 300 participants attendus pour 2026.

En 2026, le PMM privilégie la qualité à la quantité, en réunissant une audience plus qualifiée, engagée et à forte valeur.

RÉTROSPECTIVE DE L'ÉDITION PMM 2024







POURQUOI SOUTENIR LE PMM 2026

UN ÉVÉNEMENT STRUCTURANT À ASSOCIER À VOTRE MARQUE

01 Une audience qualifiée

Des décideurs, experts et professionnels du marketing présents sur deux journées complètes, et non une audience de passage.

02 Une visibilité continue

Une présence de votre marque pendant les plénières, les pauses, les ateliers et les temps de networking.

03 Des opportunités et un positionnement stratégique

À un événement structurant pour l'écosystème marketing tunisien, porté par Iceberg Agency.

FORMULES ET CONTRAT DE SPONSORING

Cliquer ici pour télécharger



Packs de Sponsoring



Contrat de Sponsoring

CONTACTEZ -NOUS

Notre équipe est à votre écoute !



(+ 216) 73 222 421 / (+ 216) 98 699 426 / (+ 216) 98 699 427



promarketingmeeting.com



Rue Cherif Essoussi 4000, Sousse



contact@promarketingmeeting.com