



## Communiqué de Presse

### **Les Rencontres de l'UDECAM abordent un enjeu essentiel pour le marché : « La Simplicité » le 15 mars à la salle Pleyel**

Paris, le 5 janvier 2018

Après le thème de « L'Influence au féminin » qui avait réuni à la salle Pleyel plus de 2000 participants, les Rencontres de l'UDECAM abordent un enjeu essentiel pour le marché qui impacte particulièrement la filière de la communication et des médias : « **La simplicité** ».

Il est peu de dire que le monde devient de plus en plus complexe.

Nos écosystèmes eux même deviennent de plus en plus difficilement lisibles : intrusion de nouvelles technologies, croissance exponentielles des datas, multiplication des intervenants ou des parties prenantes, langages énigmatiques, internationalisation ...

Le digital, qui ambitionne légitimement un apport de simplicité est encore en construction dans de nombreux domaines et ajoute des strates d'inconnu et des process à découvrir

La matinée se structurera autour de 3 séquences.

#### **Séquence 1 : « La simplicité est la sophistication ultime » (Leonard de Vinci)**

*Plus que jamais il est nécessaire dans nos vies quotidiennes, comme dans nos métiers d'avoir conscience de cette complexité, pour mieux l'appréhender et trouver les solutions pragmatiques les plus opérationnelles.*

*La quête de simplicité ne saurait dévaluer la complexité ambiante, elle doit nous inciter à l'exigence et à la transparence et nous entrainer vers de nouvelles solutions.*

#### **Séquence 2 : « Faire simple est plus difficile que faire compliqué ». (Steve Jobs)**

*Enjeu essentiel des « chocs de simplifications » pour les entreprises et les marques: une nouvelle lisibilité des structures et des flux, des objectifs et des moyens. Et pour le citoyen, le collaborateur ou le consommateur, cette promesse de simplicité est un signe de dialogue qui stimule leur adhésion et leur engagement. Partout, les études et les expériences mesurent la nécessité et l'émergence de cette tendance, même si y parvenir n'est pas toujours...le plus simple.*

### **Séquence 3 : Agence Media, les nouveaux ingénieurs de la « simplicité »**

*Face à la complexité croissante de notre Eco-système, construire une nouvelle « simplicité » métier est devenu plus qu'un enjeu, une condition. Elle s'appuie plus que jamais sur des approches datas de plus en plus sophistiquées et de nouvelles adtechs indispensables à la performance et à sa mesure. Et comme si cela n'était pas assez compliqué, cette science n'est rien sans la compréhension profonde des nouveaux langages, contenus.*

*Plus la chaîne d'opération est complexe et met en jeu un grand nombre d'intervenants, plus le besoin est fort d'un acteur central tour à tour stratège/ architecte / coordinateur /chef de projet. Au cœur des nouvelles plateformes de marques, c'est lui qui va orchestrer la lisibilité de l'ensemble et favoriser l'apport de chacun, lui qui définira avec son client les KPI les plus explicites, leur mesure et leur lecture.*

Autant de réflexions passionnantes pour tous, femmes et hommes de communication, présentées sous forme de keynotes, de partages d'expérience ou de business cases, de débats...

**La Salle Pleyel accueillera pour la deuxième fois en matinée (8h30 à 13h), les 11èmes Rencontres Udecam**

#### **Contacts Udecam**

**Raphael de Andreis**  
Président de l'Udecam

**Thomas Jamet**  
Vice-Président de l'UDECAM

**Françoise Chambre**  
Déléguée Générale  
[francoise.chambre@udecam.fr](mailto:francoise.chambre@udecam.fr)  
06.85.03.83.69

#### **A propos de l'Udecam**

*L'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit 28 Agences medias, architectes des stratégies de moyens au service des objectifs branding et business des marques. L'Udecam réunit : Anacrouse, DentsuAegis Network (Carat et Vizeum), Ecrans & Media, Fifty Five, Havas Group. Media (Fullsix Media, Havas Media, Arena Media, Agence 79), GroupM (KR Media, Mediacom, MEC, Mindshare), Mediabrands, Mediakeys, Mediatrack, Netbooster, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, Remind-PhD, Fuse), Poster Conseil, Publicis Media (Zenith, Starcom, Blue 449), Repeat*

*Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des Agences. Elle valorise l'expertise média et hors-média, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, médias, annonceurs et relais d'opinion.*