



Communiqué de Presse

Paris, le 2 juillet 2013

Jeudi 5 septembre

« Les RENCONTRES DE L'UDECAM »

3ème Edition

L'Udecam - Union des Agences de Conseil et Achat Médias - réunira une nouvelle fois l'ensemble des acteurs du marché des media à l'occasion de ses « Rencontres », le 5 septembre à Paris, Salle Wagram. En trois ans, les Rencontres de l'Udecam se sont imposées comme un rendez-vous incontournable du secteur de la communication et des media.

Jeudi 5 septembre, l'ensemble de la profession, médias, agences et annonceurs, se réunira salle Wagram pour assister à des interventions et tables rondes composées de personnalités prestigieuses et échanger autour des grands enjeux de nos métiers.

Cette manifestation est organisée en partenariat avec les syndicats professionnels des médias : APCI, Bureau de la Radio, SRI, SEPM, SPQN, SPQR, SNPTV, UPE et avec la participation de l'Union des Annonceurs et du Club des Annonceurs. Des acteurs majeurs comme Bearing Point, Médiamétrie, Kantar Media, Mediapost Publicité, Mediavision et Facebook se joignent également aux partenaires de cette édition 2013.

Cette journée de conférences réaffirme **le rôle central des agences médias comme fédérateur** et porte-parole d'une industrie en constante mutation.

L'édition 2013 abordera entre-autres les **notions d'entrepreneuriat et d'innovation comme leviers de résistance à la crise**. Comme le précise Sébastien Danet : « *Dans le contexte économique actuel, l'Udecam a voulu aborder avec lucidité et responsabilité l'environnement actuel et a souhaité proposer des pistes d'innovation et d'entrepreneuriat pour résister à la crise* ».

Quelques grands thèmes au programme :

- **« Crise économique et crise technologique »**, double choc pour un défi unique notamment pour le secteur qui fait aujourd'hui face à une crise aussi conjoncturelle (ralentissement économique) que structurelle (montée du digital) qui impactent directement leurs business models.



- **« Créer contre la crise »** - A la rencontre des personnalités que la morosité ambiante n'a pas freiné dans leurs ambitions et leur confiance dans l'avenir des médias. Une table ronde pour donner la parole à ceux qui prennent des risques et assurent le dynamisme du marché !
- **« La Publicité peut-elle tout financer ? »** Le modèle économique des médias dépend-il trop des investissements publicitaires ? Quelle monétisation pour les médias et les contenus ?
- **« Numérique et Publicité: la France, frileuse de l'innovation ? »** La France semble encore très en retard notamment en matière de publicité digitale. Pourquoi une telle frilosité, et comment la dépasser ?
- **« Nouveaux défis, nouvelles alliances »** La révolution numérique a estompé les frontières entre médias, agences média et agences de création. Comment ces acteurs aux approches et cultures différentes collaborent-ils aujourd'hui pour créer de la valeur dans un contexte instable ?
- **« Advertising that works »**. Démonstration par l'exemple de l'efficacité de la publicité.

De nombreux et prestigieux intervenants participeront aux débats, ainsi que les Présidents de toutes les agences Media membres de l'Udecam*.

Le soir même de cet événement, **CB News** organisera **le Grand Prix des Médias**, dont l'Udecam est partenaire. A cette occasion, seront récompensés **les médias les plus innovants**.

Contacts:

Sébastien Danet

Vice- Président Délégué de l'UDECAM
Sebastien.danet@zenitoptimediafrance.com

Bertrand Beaudichon

Président
bertrand.beaudichon@udecam.fr

Françoise Chambre

Déléguée Générale
francoise.chambre@udecam.fr

Patricia Goldman Communication

Presse
Valentine Fabry
vfabry@patricia-goldman.com / 01 47 53 65 65



***A propos de L'Udecam – Union des Entreprises de Conseil et Achat Media :**

L'Udecam réunit : Agence 79, Aegis Medias (Carat et Vizeum), Havas Medias (MPG et Euromedia), KR Media, Mediabrands (Initiative et UM), Mediacom, MEC, Mediakeys, Neo@ogilvy, O'Connection, OmnicomMediaGroup (OMD, PhD, Fuse), Poster Conseil, Remind et Vivaki (Zenithoptimedia, Starcom, FMCG).

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.

Aujourd'hui les Agences medias de l'Udecam rassemblent près de 4 000 collaborateurs et réalisent un billing de près de 12 milliards d'€ dont 40% via les activités de diversification qu'elles développent*. Elles représentent près de 90% des investissements médias réalisés en France.

**Source Recma*