



Communiqué de Presse

Paris, le 10 mars 2014

Les intervenants prestigieux et le programme de

**l'Édition Spéciale des RENCONTRES DE L'UDECAM
sous le haut patronage de Fleur Pellerin**

Mardi 25 mars

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 l'édition spéciale de ses « Rencontres », consacrée aux « Révolutions de l'achat programmatique », le 25 mars à Paris, Salle Wagram.

Les Rencontres de l'Udecam se dérouleront sous le Haut patronage de Fleur Pellerin, Ministre déléguée auprès du Ministre du redressement productif, chargée des petites et moyennes entreprises, de l'innovation et de l'économie numérique "

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

De nombreux et **prestigieux intervenants** participeront aux débats, parmi lesquels: **Eric Aderdor** (SRI-Horyzon Media), **Loïc Armand** (UDA-L'Oréal), **Matthieu Aubusson** (PWC), **David Baranes** (Appnexus), **Laurent Battais** (Mediametrie), **Philippe Boutron** (Citroen), **Pierre-Jean BOZO** (UDA), **Hervé Brunet** (Sticky Ads), **Pierre Chappaz** (eBuzzing), **Marie Ekeland** (Elaia), **Julien Gardes** (Rubicon), **Nick Hugh** (Yahoo!), **Yannick Lacombe** (FTP), **Alain Levy** (Weborama), **Benoit Thieulin** (CNN, la Netscouade), **Grégoire Peiron** (Double Click), **Alain Sanjaume** (Exelate), **Arthur Millet** (Amaury), **Cyril Zimmermann** (Hi-Media), ainsi que les Présidents de toutes les agences Media membres de l'Udecam*.

Jean Baptiste Rudelle (Critéo) interviendra dans le cadre d'un keynote en clôture de cette matinée

Cette édition des Rencontres sera animée par Fabrice Lundy, (BFM Business), entouré de Alain Steinmann (JDN) et Gilles Fontaine (Challenges)

Quelques grands thèmes au programme :

- **« Un écosystème très sophistiqué et en mouvement »** : *Si les racines de l'achat programmatique remontent à une dizaine d'années, la révolution « real time » s'accélère aujourd'hui avec le développement de technologies toujours plus rapides et précises. Nouveaux formats, modes de ciblage/re-ciblage et supports... Rencontre avec les acteurs d'un marché bouillonnant !*



- **« Des révolutions porteuses de bénéfices pour les annonceurs et les éditeurs »** : *Meilleure compréhension du consommateur, meilleur suivi des campagnes et meilleure valorisation des contenus : le développement du programmatique s'accompagne d'avancées exceptionnelles pour les annonceurs comme pour les éditeurs. Témoignages de décideurs qui ont pris la vague programmatique et en tirent déjà parti.*
- **« Quels enjeux réglementaires : régulation ou auto-régulation ? »** : *La vivacité du marché programmatique soulève naturellement de nombreuses questions réglementaires. Comment encadrer cette révolution sans l'entraver ? Les outils historiques sont-ils encore adaptés ? Une auto-régulation est-elle possible ? Discussion à bâtons rompus entre experts issus du public et du privé !*
- **« A la rencontre de la French Tech du programmatique »** : *Ils s'appellent Criteo, Weborama, Hi-Media, e-Buzzing ou encore StickyAds et représentent la France aux avant-postes de la révolution programmatique ! Comment évoluent ces nouveaux champions tricolores dans un marché mondialisé où tout reste à construire ? Quels seront demain les enjeux de leur déploiement et comment les encourager ?*

Cette édition des Rencontres de l'Udecam est organisée en partenariat avec Kantar Media, France Télévision, Yahoo !, le JDN, La Place Media et Médiamétrie et est accompagnée par CBNews, BFMBusiness et Challenges

Contacts:

Sébastien Danet

Administrateur de l'Udecam
sebastien.danet@vivaki.com

Bertrand Beaudichon

Président de l'Udecam
bertrand.beaudichon@udecam.fr

Françoise Chambre

Déléguée Générale
francoise.chambre@udecam.fr

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

L'Udecam réunit : Aegis Medias (Carat et Vizeum), Agence 79, Anacrouse, Ecrans & Media, Havas Medias (MPG et Arena), GroupM (KR Media, Mediacom, MEC, Mindshare), Mediabrands, Mediakeys, Neo@ogilvy, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, PhD, Fuse), Poster Conseil, Re-mind 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 1 milliards d'€ dont 40% via les activités de diversification qu'elles développent (OOH, Etudes, Brand Content, Digital, Evènementiel...). Elles représentent près de 90%* des investissements médias réalisés en France.

**Source Recma*