



Communiqué de Presse

L'Udecam édite le Livre Blanc « Les Révolutions de l'Achat programmatique »

Paris, le 17 juin 2014

Comme cela avait été annoncé par Sébastien Danet et Bertrand Beaudichon lors de l'Édition Spéciale des Rencontres de l'Udecam, « Les révolutions de l'Achat programmatique », l'Udecam publie le Livre Blanc reprenant les positions exprimées à l'occasion de cet événement qui a réuni près de 1200 personnes le 25 mars 2014, à la salle Wagram, à Paris.

Ce document s'articule autour des thèmes suivants :

- **L'achat programmatique contribue positivement à l'économie française**
- **L'achat programmatique est créateur de valeur, d'efficacité et de performance pour les acteurs du marché publicitaire**
- **La transparence doit aujourd'hui être la pierre angulaire du dialogue entre les acteurs du marché publicitaire**

Ce Livre Blanc est dès maintenant consultable et téléchargeable sur le site de l'Udecam <http://www.udecam.fr>

Dans les semaines prochaines, l'Udecam produira un autre livre blanc consacré à la Data, avant d'en publier régulièrement sur des thématiques touchant l'ensemble des activités et des priorités des Agences Medias

Contacts:

Bertrand Beaudichon

Président
01 74 31 53 80
bertrand.beaudichon@udecam.fr

Jean Luc Chetrit

Vice-Président
01 41 16 77 02
jeanluc.chetrit@aemedia.com



Françoise Chambre

Déléguée Générale

06 85 03 83 69

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, Repeat 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 (OOH, Etudes, Brand Content, Digital, Evènementiel...). Elles représentent près de 90%* des investissements médias réalisés en France.

**Source Recma*