



**D•DAY FOR  
VALUE**  
3 SEPTEMBRE 2015

## PROGRAMME



## AGENCES DE L'UDECAM

**AGENCE79**  
PARIS - LYON

ANACROUSE <

arenaMEDIA



BLUE 449



Carat

**ECRANS & MEDIA**

fullsixmedia

**FUSE**

groupm

WAVAS MEDIA

**KR**  
media



**MEDIACOM**

mediakeys



COSPIRIT MEDIATRACK

MINDSHARE

neo@Ogilvy

**NetBooster**  
Your Digital Performance Partner

connection  
Media Digital - 360° view

**OMP**

**phd**



Poster Conseil  
conseil & stratégie web

**RE—MIND.**

**Repeat**  
Design. Action. Programming. Media.



Starcom  
Mediavest  
Group

Vizeum

ZenithOptimedia  
The ROI Agency



Jean-Luc Chetrit,  
Président de l'UDECAM

«**D.Day for value**» traduit la volonté de l'UDECAM d'inscrire cette journée sous le signe de la «Génération de valeurs», thème impulsé par Jean-Luc Chetrit, son Président, qui en a fait la plateforme de l'UDECAM pour les deux ans qui viennent :

«*Au quotidien, les Agences de l'UDECAM sont aux côtés des marques et des médias pour apporter leur valeur ajoutée tant dans la construction des plateformes de communication que dans la mesure des effets de ces campagnes sur des cibles toujours plus fines.*

«*Cette génération de valeur au cœur de l'écosystème de la communication méritait bien que l'on y consacre une journée entière pour réfléchir aux enjeux et aux fondamentaux de nos métiers : expertise médias et devices, maîtrise des datas, expériences des contenus de marques, éthique et compétences nouvelles... C'est cela l'esprit du 3 septembre: le D. Day for Value*»

ANIMATION DE LA MATINÉE :  
Fabrice Lundy - BFM Business

9H00

**ACCUEIL**

Jean-Luc Chetrit - Président de l'UDECAM

9H15

**LES MÉDIAS POUR  
ENTRAINER LA  
SOCIÉTÉ DANS  
UNE DYNAMIQUE  
DE SOLUTIONS**

**DÉBAT**

À une époque où l'accélération des temps de transmission, la profusion des contenus diffusés et la fragmentation des réseaux poussent à l'individualisation et à la perte des repères communs, la responsabilité des médias dans la construction du ciment social est un enjeu essentiel : information vérifiée et distanciée, rassemblement autour de valeurs positives, fédération autour des événements majeurs.

Et si une autre lecture du système médiatique favorisait une nouvelle dynamique sociétale fondée sur l'action, le partage et un journalisme constructif...

**INTERVENANTS :**

Alexandre Jardin - Écrivain

Nonce Paolini - TF1

Gilles Vanderpooten - Reporters d'Espoirs

9H45

**LA PUISSANCE  
DE LA MARQUE**

**KEYNOTE**

Think global, act local.

Les grandes marques mondiales franchissent les frontières racontant une histoire commune dans une identité similaire.

Les cultures locales enrichissent ces marques globales leur donnant cet ancrage indispensable à la proximité consommateur ou citoyenne.

Comment les managers internationaux et locaux gèrent-ils avec succès ce destin commun ?

Un orfèvre en la matière aux commandes d'une des plus grandes marques globales au monde exprime sa vision.

**INTERVENANT :**

Jean-Pierre Petit - McDonald's

D·DAY FOR VALUE

D·DAY FOR VALUE

10H10

## LA COMMUNICATION, ACCÉLÉRATEUR DE CROISSANCE

CROISSANCE

### TABLE RONDE

Au-delà de son impact sur le niveau de la consommation, sur le chiffre d'affaire des entreprises et finalement sur celui du PIB, la communication représente également une stimulation à l'innovation. Elle contribue au développement d'une consommation éclairée, renforce la relation entre la marque et le consommateur et elle est porteuse de valeurs participant du vivre ensemble.

#### KEYNOTE :

Andy Brown - Kantar Media

#### INTERVENANTS :

Marie Cheval - Boursorama

Mercedes Erra - BETC

Etienne Lecomte - UDA – Bel

Nathalie Sonnac - CSA

Nicolas de Tavernost - M6

#### UDECAM :

Pierre Conte

11H00

## LE NOUVEAU CAPITALISME MÉDIAS

### FACE-À-FACE

La mutation numérique bouleverse les usages et les modèles économiques ; elle provoque aussi une recomposition du paysage capitalistique du secteur média : alors que certains acteurs historiques se désengagent de leurs activités traditionnelles, à l'exemple de Springer, de nouveaux intervenants se positionnent sur leurs marques de référence (Le Monde, L'Obs, L'Express...). Paradoxal ?

#### INTERVENANTS :

Bernard Mourad -  
Altice Media Group

Marie-Laure Sauty de Chalon -  
AuFeminin (Groupe Axel Springer)

D•DAY FOR  
VALUE

11H30

## LE GISEMENT DE LA DATA

### TABLE RONDE

En l'espace de quelques années, la donnée est passée d'une valeur de constat (mesure d'audience et autres KPI's) à une dimension essentielle du service apporté au lecteur / téléspectateur / auditeur / internaute, en permettant d'optimiser en temps réel le service qui lui est apporté : pertinence des contenus ou des offres commerciales proposées, ciblage de la communication... Chaque jour un peu plus, la data étend ses champs d'exploitation (e-santé, domotique...) et les connexions qui sont faites entre ses différents terrains d'application. Sans limite ?

#### PROPOS INTRODUCTIF :

**Joshua Macht** -  
Harvard Business Review

#### INTERVENANTS :

**Olivier Abecassis** - TF1

**Rolf Heinz** - Prisma Media

**Alain Levy** - Weborama

**Jean-Philippe Maheu** - Twitter

**Romain Roulleau** - Accor Hotels

#### UDECAM :

**Jérémie Bugard**

DATA

ANIMATION DE L'APRÈS-MIDI :

**Philippe Vandel** - France Info

14H30

## LA CONVERGENCE 20 ANS APRÈS : AVOIR RAISON AVANT LES AUTRES !

### KEYNOTE

Le rapprochement des contenus et des tuyaux ne fait plus discussion, et le concept même de convergence fait aujourd'hui figure de tautologie.

Vingt ans après que Jean-Marie Messier l'ait placé au cœur de sa stratégie lors de son accession à la direction de Vivendi, et une bonne dizaine d'années après qu'il ait quitté le groupe, celui-ci a soldé son héritage en cédant SFR... Que sera cette convergence dans 10 ans ?

#### INTERVENANT :

**Jean-Marie Messier** - Banquier d'affaires

D•DAY FOR VALUE

14H50

## LE CONTENU : ÉTERNEL GRAAL DE LA VALEUR MÉDIA

### TABLE RONDE

D'un modèle historique principalement fondé sur la valorisation de l'audience par la publicité traditionnelle, les médias s'attachent à développer de nouveaux leviers de monétisation, auprès des marques (native advertising, micro-ciblage...) comme auprès des consommateurs (développement de modèles freemium, création de marketplace).

Pour les médias comme pour les marques, la qualité des contenus est plus que jamais au cœur de leur déploiement.

#### PROPOS INTRODUCTIF :

Béatrice Mandine - Orange

#### INTERVENANTS :

Christopher Baldelli - RTL

Hubert Blanquefort d'Anglards - CDA - EDF

Emmanuel Chain - Elephant

Cédric Siré - Webedia

Catherine Smadja - BBC

Jean-Christophe Tortora - La Tribune

#### UDECAM :

Raphael de Andreis

CONTENU

15H40

## CREVER L'ÉCRAN : L'ENJEU COMMUN !

### FACE-À-FACE

Vidéo UGC contre programmes cryptés ; monétisation par la pub contre paiement par l'abonné ; maîtrise du réseau physique de distribution contre développement d'un écosystème en pur software... mais aussi ouverture aux services payants pour Google et extensions vers l'OTT pour Canal+.

Derrière les marqueurs fondateurs, l'évolution des stratégies de Google et de Canal+ dans le domaine de l'image apparaît plus subtile et moins contrastée. Avec la vidéo comme contenu roi de l'ère numérique en guise de conviction partagée.

#### ANIMÉ PAR :

Enguérand Renault - Le Figaro

#### INTERVENANTS :

Nick Leeder - Google

Maxime Saada - Canal +

D•DAY FOR  
VALUE

16H10

## FAIRE ÉMERGER LES TALENTS DE DEMAIN ?

### DÉBAT

Réussir la transformation numérique suppose pour les entreprises de réussir la transformation de leurs équipes autant que d'adapter leurs outils : diffusion de la culture digitale, refonte des circuits de décision comme des modes de collaboration, détection et promotion des leaders de demain.

#### INTERVENANTS :

Judith Andres - Essec

Jean-Luc Chetrit - Udecam

Marc Feuillée - Le Figaro

Natalie Rastoin -  
Ogilvy - AACC - StartUp Project

D·DAY FOR  
VALUE

16H40

## LE MOBILE : STADE ULTIME DE LA CONVERGENCE

### TABLE RONDE

Apple, Samsung,... ont tourné le dos au téléphone mobile traditionnel pour donner naissance à une plate-forme multifonction et multi-usage, dont le potentiel est convoité par des acteurs multiples. En augmentant chaque jour un peu plus son potentiel technologique (écrans de plus en plus grand, géolocalisation, intégration de capteurs multiples), le smartphone est devenu centre de loisirs culturels, outil d'information, assistant de shopping, moyen de paiement... et accessoire de communication par le texte, la photo, la vidéo... et la voix.

#### PROPOS INTRODUCTIF :

Richard Firminger - Flurry from Yahoo!

#### INTERVENANTS :

Marion Carrette - OuiCar

Pierre Chappaz - Teads

Edouard Coudurier - Le Télégramme

Benjamin Lequertier - Facebook

Bertrand Mabilie - Carlson WagonLit Travel

#### UDECAM :

Anne-Sophie Cruque

MOBILE

17H30

## QUELLE TÉLÉVISION PUBLIQUE ?

### KEYNOTE

Le 23 avril 2015, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) nommait Delphine Ernotte-Cunci, directrice générale adjointe de Orange à la Présidence de France Télévisions.

Le 24 août, Madame Ernotte-Cunci prenait officiellement ses fonctions après avoir constitué son équipe.

Quelques jours après, les Rencontres de l'Udecam ont le plaisir d'accueillir la nouvelle Présidente pour une de ses premières allocutions publiques.

### INTERVENANT :

**Delphine Ernotte-Cunci** -  
France Télévisions

18H00

### CLÔTURE

Pierre Conte - Vice-Président de l'UDECAM



# Suivez les Rencontres sur :

 **Les EchosMEDIAS**  
DECISION MAKERS FIRST

Téléchargez l'application  
Les EchosMedias/Live UDECAM 2015



**dailymotion**

<http://dailymotion.com/udecam>

 **Microsoft**

<http://bit.ly/udecam>



**#Rencontres2015**





## PARTENAIRES INSTITUTIONNELS



## ENTREPRISES PARTENAIRES



## PARTENAIRES MÉDIAS



## EN COLLABORATION AVEC

