



11^e ÉDITION

LA SIMPLICITÉ

SALLE PLEYEL

15/03

PROGRAMME



AGENCES DE L'UDECAM

AGENCE79
PARIS - LYON

ANACROUSE <
MÉDIA



ARTEFACT



CARAT

ECRANS
& MEDIA

55
the data
agency

fullsixmedia

FUSE

groupm



IPG MEDIABRANDS

MEDIACOM

mediakeys



MINDSHARE

CONNECTION
MEDIA / RP / EVENT / CULTURE



re-mindphd

Repeat
Agence media, Web-marketing, RP Social, Event



vizeum

Zenith
The ROI agency

ÉDITO

LE DÉFI DE LA SIMPLICITÉ



C'est un défi que lance l'UDECAM.

Face à la complexité croissante de nos métiers – annonceurs, agences, médias... – aujourd'hui accompagnés d'un grand nombre d'intervenants et de spécialistes, faisons *le pari de la fluidité*.

Face à la croissance exponentielle des datas et à l'intrusion continue de nouvelles technologies pour les traiter, faisons *le pari de l'essentiel* pour mieux partager l'important et nous extraire de l'accessoire.

Face aux jargons énigmatiques, faisons *le pari de la transparence* des idées et des mots pour une meilleure compréhension des enjeux.

Avec tous ceux qui, dans nos professions mettent en commun des concepts, des normes, des scores, des KPI... pour que tous dialoguent sans peine dans des échanges fructueux, faisons *le pari de la valeur*.

Fluidité, essentiel, transparence, valeur... quelques mots simples qui illustrent cette quête de simplicité, que nous vous proposons comme thème pour ces 11^{es} Rencontres.

Puisse cette matinée nous faire ainsi réfléchir et progresser dans nos réponses.



Raphaël de Andréis,
Président de l'Udecam

PROGRAMME

LA SIMPLICITÉ

MATINÉE ANIMÉE PAR
FABRICE LUNDY
Journaliste BFM Business

8h45 /// ACCUEIL

Ouverture musicale
Jeanne Added

Lancement de la matinée

Raphaël de Andréis – Président de l'Udecam

Il est peu de dire que le monde devient de plus en plus complexe. Consommateurs ou citoyens, nous le constatons quotidiennement parfois à nos dépens. Professionnels ou dirigeants d'organisations économiques ou sociales, nous souhaitons chaque jour diminuer la charge psychologique, technologique, administrative pour fluidifier les rapports entre individu et société, entreprise et marque. Tous, avons-nous en tête de simplifier. Mais comment ? Et si l'innovation était le levier pour mettre en marche cette mutation nécessaire ?

/// INTRODUCTION

▣ Vidéo Loopsider

Une première lecture de la complexification de nos métiers.

9h00 /// KEYNOTE

Pascal Demurger – Directeur Général de la MAIF

Le témoignage d'un grand acteur économique et social.

SÉQUENCE 1

« LA SIMPLICITÉ EST LA SOPHISTICATION ULTIME »

Cette phrase de Leonard de Vinci définit parfaitement les enjeux. Face à des blocages créés par tout système complexe, la réponse passe le plus souvent par la recherche. La nature elle-même confrontée à cette complexité infinie est souvent un modèle de solutions pour l'humain. La science est pour nous une réponse, mais aussi le design, la culture... en évitant toute tentation « trop simpliste » qui gommerait la nécessaire diversité des hommes et des idées.

9h15 /// KEYNOTES D'INSPIRATION

Alain Berthoz – Professeur émérite au Collège de France. Membre de l'Académie des Sciences

Biologiste, il a mis au point les concepts de « Simplexité » et « Vicariance » pour lutter contre toute tentation complexe.

Quentin Sannié – Président de Devialet

Confronté à une quête d'absolu et face à une grande complexité technologique et industrielle, il propose une extrême simplicité apparente.

Sarah Lavoine – Designer Maison Sarah Lavoine

Son approche quotidienne de décoratrice ou de designer s'inspire d'une recherche permanente de simplicité face aux multiples exigences.

10h00 /// DIALOGUE DE CONTRE POINT

L'ULTRA SIMPLICITÉ, MENACE DE LA DIVERSITÉ CULTURELLE ?

Isabelle Giordano – Unifrance

Vs

Pierre Calmard – IProspect, Groupe DentsuAegis

La globalisation des idées, la pensée « mainstream » accélérées par la multiplication de l'utilisation des algorithmes, peuvent développer une certaine unicité, obstacle à la création individuelle, à la diversité des courants de pensées et à la transparence des arbitrages, nécessaires à nos démocraties et à nos économies.

SÉQUENCE 2

« FAIRE SIMPLE EST PLUS DIFFICILE
QUE FAIRE COMPLIQUÉ »

Steve Jobs résume ainsi toute la difficulté du développement de nos écosystèmes. Confrontée à l'intrusion de nouvelles technologies, à la croissance exponentielle des datas, à la digitalisation qui ajoute des strates d'inconnu, notre tentation naturelle est trop souvent d'ajouter à la complexité. Et pourtant les attentes de lisibilité et de fluidité sont fortes et ceux qui s'y aventurent peuvent y rencontrer le succès.

10h15 /// LES ENJEUX DE LA SIMPLIFICATION

Introduction

▣ Vidéo Les Echos / Team Media

Interviews

par **Dominique Seux** – Les Echos

Maud Bailly – AccorHotels

Julien Villeret – EDF

10h25 /// ÉTUDE

« SIMPLICITY IS SMART »

Philip Davies – Siegel+Gale

Les marques qui ont une promesse simple sont celles qui performant le mieux, les consommateurs de plusieurs pays le confirment.

10h40 /// RETOUR D'EXPÉRIENCE

Augustin Paluel-Marmont,

Michel de Rovira – Michel & Augustin

Comment la recherche de simplicité - produits et organisation - peut créer une disruption de marché.

10h50 /// GRAND TÉMOIN

Mathias Vicherat – Directeur Général Adjoint du Groupe SNCF

Le témoignage d'un grand acteur économique et social.

11h05 /// INTERMÈDE

Ben

« L'amphigouri du langage média »

SÉQUENCE 3

LES AGENCES : LES NOUVEAUX
INGÉNIEURS DE LA SIMPLICITÉ

Structurer l'écosystème et offrir la meilleure lisibilité de toute la filière est le défi que lancent les agences médias pour le plus grand bénéfice des marques et des médias... dans le plus grand respect du citoyen- consommateur, enjeu de toutes les attentions.

11h10 /// INTRODUCTION QUE VEULENT LES ANNONCEURS ?

Études et analyses de BVA / Limelight

▣ Vidéo motion design

12h05 /// DIALOGUE

Benoit Cassaigne – Médiamétrie

Yann Le Roux – Integral Ad Science

11h15 /// TABLE RONDE FLUIDIFIER LES ÉCHANGES : LA NOUVELLE NÉCESSITÉ ! QUELLES NOUVELLES ALLIANCES ?

Louis Dreyfus – Skyline

David Larramendy – RTL AdConnect

Francis Morel – Gravity

Régis Ravanis – EBX

Pascal Ruffenach – Groupe Bayard

Marianne Siproudhis – La Place Media

11h55 /// KEYNOTE OUTILS, ADTECH, DATA : QUELLE CONTRIBUTION A LA SIMPLICITÉ ?

Thomas Bremond – Managing Director, International – FreeWheel, Groupe Comcast

12h20 /// BUSINESS CASES DE SIMPLIFICATION

Organisation, Stratégies, Branding... une marque et son agence témoignent en duo de leurs démarches et de leurs process au quotidien pour atteindre cette quête du graal.

Duo #1

Ariel Steinmann – Hello Bank

Laurent Broca – Havas Media

Duo #2

Sébastien Garcin – L'Oréal

Gautier Picquet – Publicis Media

Duo #3

Timothée Gazeau – Volkswagen

Benjamin Grumbach – Re-Mind PHD

12h50 /// KEYNOTE DE CLÔTURE

Yannick Bolloré – PDG de Havas

SUIVEZ LES RENCONTRES :

Code Wifi

Réseau: udecam / Mot de passe: udecam2018



@rencontresUdecam
#Rencontres2018

dailymotion

Cette matinée est diffusée en direct:
<http://dailymotion.com/udecam>

Remerciements à



PARTENAIRES



PARTENAIRES MÉDIAS



STRATÉGIES



EN COLLABORATION AVEC



LANE



LIMELIGHT

