

les
premières
rencontres
de
l'UDECAM

LA RENAISSANCE MEDIA

“ ILS NE MOURRAIENT PAS TOUS, MAIS TOUS ÉTAIENT FRAPPÉS ” : VOICI, EN SOMME, LA TONALITÉ DES PREMIERS DISCOURS FACE À L'EXPLOSION DU DIGITAL ! IL EST VRAI QUE LA DÉMOCRATISATION DU NET –ET NOTAMMENT LE WEB 2.0– A PROVOQUÉ NON PAS UN MAIS PLUSIEURS CHANGEMENTS DE PARADIGMES, ET CE EN À PEINE UNE DÉCENNIE. RÉÉQUILIBRAGE DES RAPPORTS DE FORCE MARQUE/CONSOMMATEURS, MODÈLES ÉCONOMIQUES CHAHUTÉS, ATOMISATION DES AUDIENCES, ACCÉLÉRATION DE L'INFORMATION, CHUTE DES VENTES, ETC. AUTANT DE BOULEVERSEMENTS JUSTIFIANT UNE POSTURE SOUVENT DÉFENSIVE.

AUJOURD'HUI LE DIGITAL NOUS APPORTE UNE RICHESSE INESPÉRÉE : NOUVEAUX SUPPORTS D'INFORMATION ET DE CRÉATION, NOUVEAUX LEVIERS D'ENGAGEMENT, OUTILS DE MESURE TOUJOURS PLUS PRÉCIS, PARCOURS CONSOMMATEUR TOUJOURS PLUS FLUIDE... UN MOUVEMENT DE RENAISSANCE TOUCHE TOUS LES DOMAINES ET TOUS LES MÉDIAS, L'ÉCONOMIE EST BOOSTÉE PAR LE DIGITAL , LA CRÉATION, L'INFORMATION ET LA CONSOMMATION MÉDIA SE RÉINVENTENT EN PRENANT DE NOUVELLES FORMES.

FORCE EST DE CONSTATER QUE NOUS SOMMES À L'AUBE D'UNE NOUVELLE ÈRE TECHNOLOGIQUE ET SOCIOÉCONOMIQUE, ET D'UN NOUVEL ÂGE D'OR DES MÉDIAS.

PARTICIPONS ENSEMBLE À CETTE RENAISSANCE :
ENTRONS DANS LE MONDE D'APRÈS !

NOS MEMBRES



NOS PARTENAIRES



Programme

Salle Wagram

Salle Montenotte

Présentation - David Abiker

09h00 - 9h30

OUVERTURE DES PREMIÈRES RENCONTRES DE L'UDECAM

9h30 - 10h00

CONVERSATION AVEC MAURICE LEVY

10h00 - 11h00

QUELLE " RENAISSANCE MEDIA " DANS UNE SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE ?

11h15 - 12h15

LE BRAND CONTENT BOULEVERSE-T-IL LES FORMATS HISTORIQUES ?

13h00 - 14h30

PROJECTION

" SHOWCASE BEST OF BRAND CONTENT 2010/2011 "

15h00 - 16h00

LES MEDIA, UN SECTEUR ÉCONOMIQUE COMME LES AUTRES ?

16h30 - 17h30

CONSOMMATEUR ET MARQUE À L'ÈRE DIGITALE : QUI A LE POUVOIR ?

17h30 - 18h00

CONVERSATION AVEC JEAN-MARIE MESSIER

18h00 - 18h30

CLÔTURE DES PREMIÈRES RENCONTRES DE L'UDECAM

10h30 - 11h30

QUELLES ÉVOLUTIONS DE LA MESURE D'AUDIENCE ? QUELLE VALEUR AJOUTÉE ? QUEL FINANCEMENT ?

11h45 - 12h45

LES MESURES D'EFFICACITÉ DE DEMAIN ?

14h30 - 15h30

QUELLE RÉVOLUTION POUR LE TRADING MÉDIA ?

16h00 - 17h00

COMMENT RECONQUÉRIR LES TALENTS ?

18h30 - 19h30

COCKTAIL

CONFÉRENCES

DE LA SALLE WAGRAM

10H00 - 11H00

QUELLE " RENAISSANCE MEDIA "
DANS UNE SOCIÉTÉ NUMÉRIQUE ?

LE DIGITAL MODIFIE SANS CONTESTE LES COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION DES MEDIA. POUR AUTANT, AUCUN NOUVEAU MEDIA N'A TUÉ LES PRÉCÉDENTS. QUELLES SOLUTIONS POUR LES MEDIA HISTORIQUES POUR RÉPONDRE À UN TEL BOULEVERSEMENT ÉCONOMIQUE ET SE RÉINVENTER ?

ANIMATEUR : BERTRAND BEAUDICHON (OMNICOM MEDIA GROUPE)
INTERVENANTS : PHILIPPE BAUILLON (CLEAR CHANNEL),
PIERRE CONTE (LE FIGARO), CHRISTOPHER BALDELLI (RTL),
XAVIER SPENDER (L'EQUIPE), LAURENT SOLLY (GROUPE TF1)
ET LUC TRAN-THANG (ORANGE-SRI).

13H00 - 14H30

PROJECTION
" SHOWCASE BEST OF BRAND CONTENT 2010/2011 "

LA COMMISSION BRAND CONTENT DE L'UDECAM PRÉSENTE LE BEST-OF DES STRATÉGIES DE CONTENU DE MARQUES. LES MEMBRES DE LA COMMISSION REPRÉSENTANT TOUTES LES AGENCES MEDIA VOUS PRÉSENTERONT LEUR SÉLECTION DES MEILLEURS CAS DE BRAND CONTENT PARI MI LES CAS PRIMÉS AU NIVEAU INTERNATIONAL ET APPORTERONT LEURS ANALYSES ET COMMENTAIRES.

INTERVENANTS : GRÉGOIRE GARREL, VALÉRIE GASCHIGNARD,
THOMAS JAMET, ANNE-CÉCILE LADEGAILLERIE,
OLIVIER RADANNE, PIERRE ROBINET,
GUILLAUME TELLERMAN ET FLORENCE TROUCHE.

16H30 - 17H30

CONSOMMATEUR ET MARQUE À L'ÈRE DIGITALE :
QUI A LE POUVOIR ?

PEUT-ON PARLER D'UNE PRISE DE POUVOIR DES CONSOMMATEURS, MATURES ET SURINFORMÉS ? NE SE DIRIGE-T-ON PAS PLUTÔT VERS UNE RELATION D'UN NOUVEAU GENRE, RÉCIPROQUE ET ÉQUILIBRÉE, DANS LAQUELLE LES MARQUES COMME LES ACHETEURS TIRENT LEUR ÉPINGLE DU JEU ?

ANIMATEUR : ANTHONY RAVAU (MY MEDIA)
INTERVENANTS : ROGER COSTE (CANAL+),
MARIE-LAURE SAUTY DE CHALON (AUFEMININ.COM),
DIDIER QUILLLOT (LAGARDÈRE ACTIVE)
ET DAMIEN VINCENT (FACEBOOK).

11H15 - 12H15

LE BRAND CONTENT
BOULEVERSE-T-IL LES FORMATS HISTORIQUES ?

DISCIPLINE EN PLEIN ESSOR, LE CONTENU DE MARQUE (WEBSERIES, ÉVÉNEMENTS, CONTENUS DIGITAUX, NOUVELLES FORMES DE PARTENARIATS ENTRE MARQUES ET UNIVERS CULTURELS) PERMET DE CRÉER DES TERRITOIRES D'EXPRESSION DURABLE POUR LES MARQUES. CE PHÉNOMÈNE VA-T-IL EMPIÉTER SUR LE POIDS DES FORMATS HISTORIQUES (30", DOUBLE PAGE, 4x3...) ?

ANIMATEUR : ARNAUD SERRE (MEC)
INTERVENANTS : THIERRY CAMMAS (MTV),
BRIGITTE CANTALOUBE (YAHOO),
EMMANUEL CHAIN (GROUPE ELEPHANT),
JEAN-PAUL LUBOT (GROUPE MARIE-CLAIRE, SPM MARKETING),
KAMEL OUADI (LOUIS VUITTON-NOWNNESS)
ET FRÉDÉRIC WINCKLER (JWT-AACC).

15H00 - 16H00

LES MEDIA,
UN SECTEUR ÉCONOMIQUE COMME LES AUTRES ?

SECTEUR D'ACTIVITÉ ATYPIQUE EN FRANCE, LES MEDIA CONTINUENT POURTANT D'ATTIRER AUTANT LES INVESTISSEURS QUE LA LUMIÈRE. ENTRE TAXES ET SUBVENTIONS, EST-CE QUE LES GROUPES MEDIA FRANÇAIS SONT DES ENTREPRISES COMME LES AUTRES ? SONT-ILS CAPABLES DE SE DIGITALISER ? ONT-ILS LA TAILLE ET/OU LA CAPITALISATION NÉCESSAIRE(S) POUR AFFRONTER LA CONCURRENCE INTERNATIONALE ET LA MUTATION ACTUELLE ?

ANIMATEUR : DOMINIQUE DELPORT (HAVAS MEDIA)
INTERVENANTS : PIERRE-JEAN BOZO (20MINUTES),
PHILIPPE CARLI (GROUPE AMAURY), VALÉRIE DECAMP
(LA TRIBUNE), JEAN-CHARLES DECAUX (JCDECAUX),
DENIS OLIVENNES (EUROPE1-LAGARDÈRE ACTIVE)
ET MATHIEU PIGASSE (LAZARD).

CONFÉRENCES

DE LA SALLE MONTENOTTE

10H30 - 11H30

QUELLES ÉVOLUTIONS DE LA MESURE D'AUDIENCE ?
QUELLE VALEUR AJOUTÉE ? QUEL FINANCEMENT ?

LES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES DE PLUS EN PLUS
NOMBREUSES CRÉENT DE NOUVEAUX USAGES
AVEC UNE CONSOMMATION DES MÉDIAS DÉSORMAIS ATAWAD
(ANYTIME, ANYWHERE, ON ANY DEVICE).
LA MESURE D'AUDIENCE, BASE DE TOUTE TRANSACTION
FINANCIÈRE, DOIT S'ADAPTER. LE MARCHÉ POURRA-T-IL
CONTINUER À FINANCER LA COMPLEXITÉ CROISSANTE DE
LA MESURE D'AUDIENCE ET SURTOUT,
QUI ACCEPTERA DE PAYER LE SURCÔÛT ?

ANIMATEUR : BRUNO FRAIOLI (STRATÉGIES)
INTERVENANTS : THIERRY BARDY (ORANGE),
STÉPHANE BODIER (MEDIABRANDS-OJD),
BRUNO CHETAÏLLE (MÉDIAMÉTRIE), PIERRE DESANGLES
(AEGIS MEDIA), XAVIER DORDOR (AUDIPRESSE-SPM),
RONAN DE FRESSENEL (GROUPE M6)
GÉRARD NOEL (UDA) ET GREGORY SALINGER (MICROSOFT).

14H30 - 15H30

QUELLE RÉVOLUTION POUR LE TRADING MÉDIA ?

LES MÉTHODES ET OUTILS DE TRADING ISSUS DE L'UNIVERS
DIGITAL (ENCHÈRES, ADÉCHANGE, ACHAT À LA PERFORMANCE,
ETC.) VONT IMPACTER, VOIR RÉVOLUTIONNER L'EXPERTISE MÉDIA
ET L'ACHAT D'ESPACE DES MÉDIAS TRADITIONNELS.
À QUELLE ÉCHÉANCE ET AVEC QUELLES CONSÉQUENCES,
SUR LES COÛTS DES MÉDIAS, SUR L'AUDIENCE.
QUELS RÔLES RESPECTIFS POUR L'AGENCE ET POUR LA RÉGIE ?
CRÉATION OU DESTRUCTION DE VALEUR ?

ANIMATEUR : THIERRY AMAR (OFFREMEDIA)
INTERVENANTS : ANNE-LAURE AGOSTINI (ACCENTURE),
KEVIN BENHARRATS (NRJ GLOBAL), PASCAL BESSON
(MEDIA EXCHANGE), NICK HUGH (YAHOO), THIERRY JADOT
(STARCOM) ET ARTHUR MILLET (AMAURY MÉDIAS DIGITAL).

11H45 - 12H45

LES MESURES D'EFFICACITÉ DE DEMAIN ?

LE DIGITAL ACCÉLÈRE LA FRAGMENTATION MÉDIA
ET LA MULTIPLICATION DES POINTS DE CONTACT ENTRE
CONSUMMATEURS ET MARQUES. IL A ÉGALEMENT IMPOSÉ
DE NOUVEAUX MODÈLES PUBLICITAIRES. LA MESURE
DE L'EFFICACITÉ DOIT ABSOLUMENT SE RÉINVENTER :
PLUS DE RÉACTIVITÉ, UNE VISION PLUS HOLISTIQUE
DES DATA ET DES EFFETS CROISÉS DES DIFFÉRENTES ACTIONS
DE COMMUNICATION ET LA CRÉATION DE NOUVEAUX KPIS.

ANIMATEUR : FRÉDÉRIC ROY (CB NEWS)
INTERVENANTS : ZYSLA BELLIAI (AEGIS MEDIA),
PHILIPPE BESNARD (SPECIFIC MEDIA), LAURENT BLIAUT
(TF1 PUBLICITÉ), STÉPHANIE DEMMERLÉ (BOURSORAMA),
FRANCK FARUGIA (RE-MIND), ISABELLE LEROY (CSA)
ET ANNE PHILIP (MONDADORI).

16H00 - 17H00

COMMENT RECONQUÉRIR LES TALENTS ?

LA PROFONDE MUTATION DE NOTRE INDUSTRIE S'EST
ACCOMPAGNÉE D'UNE TRANSFORMATION DE NOS MÉTIERS
ET DE NOS BESOINS EN COMPÉTENCES QUI NOUS MET PLUS
QUE JAMAIS EN SITUATION DE CONCURRENCE SUR LE MARCHÉ
DES TALENTS, ET EXERCE UNE PRESSION FORTE SUR NOTRE
ORGANISATION DU TRAVAIL. COMMENT RÉUSSIR À ATTIRER
(ET À GARDER) CES " STRATÈGES " ET CES EXPERTS,
TOUS TRÈS COURTISÉS PAR LES MÉDIAS, LES BANQUES,
LES START-UPS, ET L'INDUSTRIE IT ?

ANIMATEUR : MATTHIEU SCHERRER (MANAGEMENT)
INTERVENANTS : ALEXANDRA ALBERTI (CTPARTNERS),
LAURENCE BONICALZI BRIDIER (WEBORAMA),
JEAN-MICHEL CARLO (SCIENCESPO), SÉVERINE CHARBON
(VIVAKI), MAGALI FLORENS (MINDSHARE), XAVIER ROMATET
(CONDÉ NAST) ET MICHÈLE VINCENT (AEGIS MEDIA).