

**PROGRAMME
DES RENCONTRES
DE L'UDECAM**
Jeudi 4 septembre 2014
de 8h30 à 18h
Salle Wagram
Paris

avec
le concours
de



Les agences de l'UDECAM

AGENCE79
PARIS - LYON

ANACROUSE <



**ECRANS
& MEDIA**



FUSE

groupm

HAVAS MEDIA



MEDIACOM

mediakeys

MINDSHARE

neo@Ogilvy

connection



phd



re-mind

Repeat



Vizeum
Connections that Count

ZenithOptimedia
The ROI Agency

Les partenaires des Rencontres

APG

**BUREAU DE LA
RADIO**

LE FAC.COM

KANTAR MEDIA

Mediametrie

**MEDIAPOST
Publicité**

MEDIATRANSPORTS

mediavision

orange Advertising

WEBMO

sepm

SNP TV

SPQN
Prestar Qualitative Nationale

SR
LES RÉGIES
INTERNET



UPE
UNIVERSITÉ PARIS EST

YAHOO!

Les partenaires médias

**BFM
BUSINESS**

**LA
TRIBUNE**



**FAST
FORWARD**



PROGRAMME

DES RENCONTRES DE L'UDECAM

JEUDI 4 SEPTEMBRE 2014

9h00 Accueil

Bertrand Beaudichon (UDECAM)

9h10 «La France à l'offensive dans la nouvelle donne numérique»

Axelle Lemaire (Secrétaire d'État en charge du Numérique auprès du Ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique)

Quelles armes pour la France sur la scène internationale du numérique ? Quels moyens pour améliorer sa compétitivité et réussir la mutation de l'ensemble de l'économie ?

9h30 «Impérative innovation!»

Stéphane Richard (Orange)

L'innovation comme moteur stratégique de l'entreprise mais aussi d'une société qui court après la transformation digitale. Quelle intelligence dans les réseaux ? Quelles conséquences sur la gestion des talents et des ressources ? Quelle responsabilité dans l'animation du vivier des entreprises innovantes nationales ?

9h50 «Les nouveaux commandements de l'univers 100 % connecté»

Julien Billot (Pages Jaunes Canada), Alexandre Bompard (FNAC), Sébastien Danet (Vivaki), Michel Gardel (Toyota Europe), Bruno Patino (FTV), Isabelle Schlumberger (JC Decaux), Jérôme Toucheboeuf (Mediapost)

Les objets connectés et le tout digital dessinent un nouveau modèle de consommation de l'information et des services : disponibilité permanente, multiplication des points de contacts. Comment optimiser cette valeur d'usage et l'intégrer dans les liens entre une marque et ses consommateurs ? Vers une transformation de l'entreprise ?

10h50 «Mondialisation des médias, à quel prix?»

Jean-Hervé Lorenzi (Le Cercle des économistes), Arnaud de Puyfontaine (Vivendi)

La mondialisation des médias est une réalité : grâce aux réseaux, infos, contenus et acteurs s'affranchissent de toute frontière. Comment, pour les médias, garder un statut d'émetteur de référence ? Comment, pour les individus, s'assurer de la qualité des sources et garder la tête hors du flux ? Comment faire émerger des champions en France ou en Europe ?

11h10 «Quel consommateur multi-écrans?»

Bruno Chetaille (Médiamétrie)

Le consommateur multi-écrans définit-il un nouveau mode de consommation ou construit-il un nouveau paradigme de comportement citoyen ? Quelles différences générationnelles ? Quel avenir pour la mesure d'audience ?

11h25 «L'évolution des rapports entre consommation, distribution et communication»

Serge Papin (Système U)

Comment le digital bouleverse la donne ? Quelles perspectives pour une nouvelle société de consommation plus raisonnée, plus responsable ? Un nouveau rôle pour les grandes enseignes de distribution ?

11h40 «Dans la caverne d'Ali Data»

Introduction : Amit Kotecha (Quantcast)
Olivier Bonsart (20 minutes), Valérie Decamp (Mediatransports), Aurore Domont (Figaromédias), Franck Farrugia (Re-mind), Robin Leproux (SNPTV), Alexandre Malsh (Melly), Frédéric Massy (Adobe), Olivier Mathiot (Price Minister)

La Data, levier de performances des organisations par une meilleure connaissance des publics et de leurs comportements, envahit le paysage économique et social. Collecte, traitement et valorisation... Quels acteurs, pour quelle construction de valeurs au service de l'annonceur ? Quelles opportunités pour les médias ?

12h45 «Un monde sans frontières: la révolution des modèles de consommation?»

Eric Salama (Kantar)

Le métissage du consommateur au-delà des origines et des habitudes : vers un consommateur mondialisé ?

13h à 14h30

«A shot of creativity from Cannes»

Thomas Jamet (Moxie - Commission Brand Content UDECAM)

14h30 «Génération Z: quel consommateur demain?»

Olivier Houdé (Université Paris Descartes)

Cette génération aura toujours connu les technologies de l'information et de la communication... Née avec une tablette et un libre accès vidéo, elle a su les utiliser avant même de savoir parler. Qui seront ces consommateurs de demain ?

14h50 «Les médias à l'heure des nouvelles temporalités et du "tout social"»

Introduction : Jean-Philippe Maheu (Twitter)

Intervention : Avi Nir (Keshet Group)

Raphaël de Andréis (Havas Média), Louis Dreyfus (Le Monde), Olivier Gerolami (GSO), Laurent-Eric Le Lay (TF1 Publicité), François Morinière (Amaury), Alain Weill (NextRadio TV)

Quand les contenus sont accessibles à tous en ATAWAD, la temporalisation classique des médias n'a plus le même sens et le social organise les nouveaux rapports temps/espace. Comment les plateformes de communication peuvent-elles intégrer cette révolution ? Le social peut-il être le facteur de re-fédération et de lutte contre la fragmentation des audiences ?

16h00 «Quelles perspectives pour la communication dans un monde animé par la data?»

Sir Martin Sorrell (WPP)

Le Président du groupe leader de la communication dans le monde donnera sa vision internationale du marché et des leviers de son développement, et dressera les opportunités pour la France dans ce nouveau jeu mondial.

16h30 «La régulation face à l'accélération»

Bruno Lasserre (Autorité de la Concurrence), Laurence Parisot (IFOP)

Information, communication... Le bouillonnement permanent de l'écosystème et l'abolition des frontières permettent aux acteurs de s'installer librement à la recherche du mieux disant réglementaire et/ou fiscal. Comment réguler un monde connaissant une telle accélération ? Quels modes d'encadrement au niveau des états ? Quel avenir pour l'exception française ?

16h50 «Tous marques, tous médias. Les contenus sans frontières!»

Introduction : Patrick Albano (Yahoo!)

Lorenzo Benedetti (Studio Bagel), Constance Benqué (Lagardère), Thierry Cammas (MTV Viacom), Pierre Conte (GroupM), Vincent Leclabart (AACC), Arthur Millet (SRI), Véronique Morali (Fimalac), Francis Morel (Les Echos)

L'opportunité des contenus «brandés» change la donne. Médias-marques et marques-médias entrent en compétition. Légitimité ou confusion des genres ? Quels enjeux pour les marques ? Quelles collaborations ? Quel avenir pour le brand content ?

18h00 Conclusion

Jean-Luc Chetrit (UDECAM)