



Un plateau international pour la 12^{ème} édition des Rencontres consacrées aux « Nouvelles Communautés »

Paris, le 12 juillet 2018

Le 6 septembre prochain, la 12^{ème} édition des Rencontres de l'Udecam donnera rendez-vous à tous les acteurs du marché autour des « Nouvelles Communautés ».

La matinée, qui se déroulera de 8h30 à 13h à la salle Pleyel, sera animée par **Ophélie Meunier**, journaliste à M6.

L'Udecam est heureuse d'accueillir à cette occasion, des personnalités françaises et internationales qui lui ont fait l'honneur de confirmer leur intervention :

Stéphane Pallez (FDJ), Nigel Morris (Dentsu Aegis Network), Kathleen Brookbanks (4A's), Seva Nicolaev (Kronenbourg), Stéphane Hugon (Eranos), Thomas Guignard (Waze), Antoine Jouteau (Le Bon Coin), Jean-Nicolas Baylet (La Dépêche du Midi), Jérôme Cazadiou (L'Equipe), Pierre Bellanger (Skyrock), Frédéric de Vincelles (M6), Bruno Breton (Bloom), Guilhem Fouetillou (Linkfluence), Florence Chaffiotte (Monoprix), Julien Geffard (Alpine)...

Ils témoigneront et échangeront sous formes de keynotes, de témoignages, de business cases, de tables rondes et de débats.

La matinée sera rythmée par trois grandes séquences :

1^{ère} Partie : Communautés, de quoi parle-t-on ?

Introduction sociologique pour éclairer les enjeux de la thématique de la matinée

2^{ème} Partie : Nouvelles technologies, nouvelles Communautés !

Le développement du digital, les high-tech sont un formidable accélérateur de réponse à l'envie communautaire. Réelles ou virtuelles, de nouvelles tribus se construisent chaque jour sur de nouvelles applications et se propagent grâce à de nouveaux algorithmes. Chacun trouve sa place dans des communautés réelles de proximité comme dans des réseaux d'affinité sur la toile. Le développement des communautés serait-il totalement dépendant de l'essor des nouvelles technos ?

3^{ème} Partie : Community Business : De l'audience à l'engagement.

Media planning, audience planning, aujourd'hui « community planning », les techniques marketing surfent sur ces tendances, en quête notamment de ROI. L'atout communauté : un ciblage plus engagé, des datas renouvelées, un message plus efficace car construit sur un partage. Les marques, les medias ont compris les vertus de cette tendance pour renforcer le lien et faire bouger les lignes. Leurs communautés clients sont leurs premiers actifs.

Des études réalisées spécialement dans le cadre des Rencontres de l'Udecam, par Kantar Media, Médiamétrie, 366, enrichiront les échanges et réflexions.



Pour déployer #UdecamCommunity, une activation particulièrement dense des réseaux sociaux, notamment Instagram, Twitter, Facebook et LinkedIn sera mise en place

Par ailleurs, cette année, l'événement fera place à **un nouveau format de Networking** encore plus convivial pour clôturer la matinée.

M6 et Les Echos Team Media accompagnent par un dispositif ambitieux cette 12ème édition des Rencontres, organisée par l'Udecam en partenariat avec Brut, Instagram, Kantar Media, Linkfluence, MBS, Médiamétrie, Orange Advertising, Teads, Waze et Webedia ; ainsi que par les syndicats professionnels des médias : 366, APCI, SRI, SPQN, SEPM Marketing, SNPTV, UPE.

Contacts Udecam

Raphael de Andreis
Président de l'Udecam

Thomas Jamet
Vice-Président de l'UDECAM

Françoise Chambre
Déléguée Générale
francoise.chambre@udecam.fr
06.85.03.83.69

Contact Presse

Anne-Sophie Lizzani
Patricia Goldman Communication
aslizzani@patricia-goldman.com
01 47 53 65 69

A propos de l'Udecam

L'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit 27 Agences medias, architectes des stratégies de moyens au service des objectifs branding et business des marques.

L'Udecam réunit : Anacrouse, Artefact, DentsuAegis Network (Carat et Vizeum), Ecrans & Media, Fifty-five, GroupM (KR Media, Mediacom, MEC, Mindshare), Havas Group. Media (Fullsix Media, Havas Media, Arena Media, Agence 79), Mediabrands, Mediakeys, Mediatrack, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, Remind-PhD, Fuse), Premium, Publicis Media (Zenith, Starcom, Blue 449), Repeat

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'opinions.