



LA RENAISSANCE MEDIA





Cloud Gate d'Anish Kapoor, 2006

« *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 !

Programme de la journée

Accueil : 08h30

Présentation - David Abiker

Introduction 9h00 - Sébastien Danet

Speaker Ouverture 9h30-10h - Maurice Levy

Conférences – Salle Wagram

Quelle « Renaissance Media » dans une société numérique ?

10h – 11h

Le Brand Content bouleverse-t-il les formats historiques ?

11h15– 12h15

13h – 14h30 **Projection « Showcase Best of Brand Content 2010/2011 »**

Les media, un secteur économique comme les autres ?

15h00 – 16h00

Consommateur et marque à l'ère digitale :

Qui a le pouvoir ?

16h30 – 17h30

Conférences – Salle Montenotte

**Quelles évolutions de la mesure d'audience ?
Quelle valeur ajoutée ? Quel financement ?**

10h15 – 11h15

Les mesures d'efficacité de demain ?

11h45 – 12h45

Quelle révolution pour le trading média?

14h30 – 15h30

Comment reconquérir les talents?

16h00 – 17h00

Speaker Clôture – Jean Marie Messier 17h30 – 18h00

Conférence 1

Quelle « Renaissance Media » dans une société numérique ?

Le digital modifie sans conteste les comportements de consommation des médias, qu'il s'agisse du prix payé pour avoir accès à l'information, de ses lieux et modes de consommation. L'offre médias laisse davantage de liberté et de choix à l'utilisateur, qui peut désormais y avoir accès via tous types de plateformes, s'affranchir des contraintes de programmation liées aux mass media (vidéo à la demande, catch-up TV, podcast) ou encore opter pour un paiement à l'article lu, voire un abonnement au thème préféré en presse.

Mobilité, personnalisation, flexibilité et partage sont les mots d'ordre de la nouvelle donne qui est aujourd'hui imposée à tous les médias.

Quelles solutions pour les médias pour répondre à une telle demande et se réinventer ? Quels moyens de monétisation dans ce nouveau paysage médias?

Invités:



CONFIRMÉ

Laurent Solly

Directeur Général de TF1 Publicité
et Président de TF1 Distribution



CONFIRMÉ

Pierre Conte – DG Adjoint Le Figaro



CONFIRMÉ

Hubert Coudurier

Le Télégramme



CONFIRMÉ

Xavier Spender

Président Directeur Général de L'Équipe 24/24
Président de l'ACCeS et Président du GIE E-Presse



CONFIRMÉ

Luc Tran Thang

Orange – SRI



EN ATTENTE

Benjamin Badinter

MRE



Bertrand Beaudichon

Vice-Président Omnicom Media
Group France

Conférence 2

Le Brand Content bouleverse-t-il les formats historiques ?

Face à un consommateur sans cesse sollicité et pris dans le labyrinthe de l'hyperchoix, il devient crucial de savoir générer de la préférence de marque pour émerger. **Le contenu de marque** est un des moyens d'y parvenir. Discipline en plein essor, elle rassemble les webséries de marques, les événements, les contenus digitaux et les nouvelles formes de partenariats entre marques et univers culturels (cinéma, musique, mode, jeux vidéo...).

En créant de la valeur pour le consommateur (information, divertissement, service) et un attachement émotionnel à la marque – tous deux générateurs de *earned media*, le Brand Content permet de sortir de la communication court terme pour prendre une dimension plus stratégique et créer des territoires d'expression durables pour les marques.

Keynote speaker:



CONFIRMÉ

Emmanuel Chain – Groupe Eléphant

Invités:



CONFIRMÉ

Thierry Cammas – MTV



CONFIRMÉ

Kamel Ouadi

Responsable Digital Louis Vuitton
et fondateur de Nowness (LVMH)



CONFIRMÉ

Jean-Paul Lubot –

Directeur Général délégué du
Groupe Marie Claire
Président du SPM MkgPub



CONFIRMÉE

Brigitte Cantaloube

Yahoo



CONFIRMÉ

Frédéric Winckler

AACC



Arnaud Serre – MEC

Conférence 3

Les médias, un secteur économique comme les autres ?

Secteur d'activité atypique en France, ballotté entre subvention et réglementation, les médias continuent pourtant d'attirer autant les investisseurs que la lumière.

Est-ce que les groupes médias français sont des entreprises comme les autres : sont-elles capables d'affronter la mutation actuelle, ont-elles la taille et/ou la capitalisation nécessaire ?

Keynote speaker:



CONFIRMÉ

Mathieu Pigasse

Directeur Général Délégué de Lazard France et Vice-Chairman de Lazard Europe

Invités:



CONFIRMÉ

Denis Olivennes

Directeur d'Europe 1- Directeur du
Pôle Information Lagardère



CONFIRMÉ

Philippe Carli

Directeur Général de Amaury



CONFIRMÉ

Pierre-Jean Bozo – 20 minutes



CONFIRMÉE

Valérie Decamp

PDG La Tribune



CONFIRMÉ

Jean-Charles Decaux



Dominique Delpont – Havas Media

Conférence 4

Consommateur et marque à l'ère digitale : Qui a le pouvoir ?

La montée du Digital a eu plusieurs effets, parmi lesquels un véritable bouleversement des rapports marque/consommateur. Dire que les réseaux sociaux peuvent défaire la réputation d'un produit du jour au lendemain est devenu un poncif. Le web 2.0 et tout ce qu'il implique d'immédiateté, d'égalité et de partage a fait de chaque internaute un juge parfois enthousiaste, parfois très sévère des marques qu'il consomme, en particulier dans un contexte de défiance vis-à-vis des grandes entreprises. Et le développement de l'Internet mobile devrait accélérer cette tendance...

Pour autant, faut-il parler **d'une prise de pouvoir des consommateurs**, d'un soulèvement des consommateurs ?

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 ?

Keynote speaker:



EN ATTENTE

Serge Papin, Président du groupement de distribution Système U

Invités:



CONFIRMÉ

Rodolphe Belmer

Directeur Général de Canal+



CONFIRMÉ

Bruno Lesouëf

Directeur Général de le presse magazine

France de Lagardère Active

Ou **Valérie Toranian** – Directrice de la

Redaction de ELLE



Annonceur



Damien Vincent

Directeur commercial

Facebook France



ML Sauty de Chalon

Aufeminin



Magali Florens – Mindshare

Conférence 1bis

Quelles évolutions de la mesure d'audience ? Quelle valeur ajoutée ? Quel financement ?

Les innovations technologiques sont de plus en plus nombreuses (tablettes, smartphones, TV connectées,...) et elles créent de nouveaux usages avec une consommation des médias qui est désormais ATAWAD (AnyTime, AnyWhere, on Any Device). La mesure d'audience, qui est la base de toute transaction financière, doit s'adapter à cette nouvelle donne, ce qui nécessite toujours plus de coûts. Le marché pourra-t-il continuer à financer la complexité croissante de la mesure d'audience et surtout qui acceptera de payer le surcoût?

Dans tous les cas la dimension économique de la mesure doit être intégrée de plus en plus en amont. Les méthodologies mises en place doivent être pensées en fonction des sources de revenus.

Journaliste : Bruno Fraioli, Stratégies

Keynote speaker:



CONFIRMÉ

Bruno Chetaille

Président – Directeur Général
Médiamétrie

Invités:



CONFIRMÉ

Xavier Dordor

Directeur Général Audipresse



CONFIRMÉ

Thierry Bardy

Orange Labs r&d
Directeur open innovation et
business développement
President think tank Nextaudience



CONFIRMÉ

Ronan de Fressenel

DG Adjoint M6 Publicité



CONFIRMÉ

Gregory Salinger – Microsoft



CONFIRMÉ

Stéphane Bodier

Président de l'OJD



CONFIRMÉ

Gérard Noël

Vice-Président Directeur
General de l'UDA



Pierre Desangles

Directeur Général Délégué du
groupe Aegis Media France

Conférence 2bis

Les mesures d'efficacité de demain ?

Le digital a non seulement accéléré la fragmentation média et la multiplication des points de contact potentiels entre consommateurs et marques, mais a également imposé de nouveaux modèles publicitaires et facilité la prise du pouvoir par le consommateur. Ainsi, la mesure de l'efficacité doit absolument se réinventer pour appréhender des phénomènes de plus en plus brouillés : plus de réactivité pour ajuster les actions quasi en temps réel, une vision plus holistique des data et des effets croisés des différentes actions de communication, la prise en compte des facteurs accélérateurs et/ou freins et facteurs d'inertie liés à l'action des consommateurs (capital de marque, réputation de marque, potentiel de viralité,...), la création de nouveaux KPIs pour mieux valoriser le travail en profondeur effectué par les nouvelles formes de communication au-delà de l'impact pur (brand content,...), etc.

Journaliste: Frédéric Roy – Rédacteur en chef de CB News

Keynote speaker:



CONFIRMÉE

Zysla Belliat

Aegis Media - Présidente IREP

Invités:



EN ATTENTE

Stéphanie Demmerlé

Boursorama



CONFIRMÉ

Philippe Besnard

Specific Media



CONFIRMÉE

Anne Philip – Directrice

Marketing de Mondadori



Denis Delmas

Tns –Sofrès (Kantar)



CONFIRMÉ

Laurent Bliaut – Directeur Général

Adjoint de TF1 Publicité



Franck Farugia

Re-mind

Conférence 3bis

Quelle révolution pour le trading media?

Les méthodes et outils de trading issus de l'univers digital (enchères, AdExchange, achat à la performance, etc.) vont impacter voire révolutionner l'expertise média et l'achat d'espace des médias traditionnels. C'est toute la chaîne de valeur de la communication qui sera concernée par cette révolution. A quelle échéance et avec quelles conséquences ?

Quel impact potentiel sur le coût des médias ?

Comment étalonner ce nouveau référentiel ? L' audience est-elle obsolète ?

Quel rôle respectifs pour l'agence et pour la régie? Vers une désintermédiation ?

Qui va financer (plateforme technologique à haute valeur ajoutée, coûts R&D, etc.) ?

Journaliste: Thierry Amar, Président d' Offremedia

Keynote speaker:



CONFIRMÉ

Nick Hugh

Senior Director, Direct Response, Yahoo! EMEA

Invités:



CONFIRMÉ

Arthur Millet

Directeur Amaury Médias Digital



CONFIRMÉ

Pascal Besson - Media Exchange



CONFIRMÉE

Anne-Laure Agostini

Accenture



Annonceur



CONFIRMÉ

Kevin Benharrats

Président NRJ Global



Thierry Jadot

CEO Starcom France et Global
Executive VP emerging market
Starcom Mediavest Group

Conférence 4bis

Comment reconquérir les talents?

La profonde mutation de notre industrie face à la montée du numérique 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.

L'enjeu aujourd'hui consiste à faire travailler ensemble et de façon matricielle des « consultants stratégiques » de haut niveau, et des experts variés -de la marque, du consommateur, du contenu, de la database, du search, des réseaux sociaux, de la modélisation, des médias dits 'traditionnels', des nouvelles technologies...- dans un contexte de « Live economy » où les délais sont de plus en plus courts, les pressions économiques de plus en plus fortes, et donc le niveau de stress élevé.

- Comment réussir à attirer (et à garder) ces « stratèges » et ces experts, tous très courtisés par les medias, les banques, les start-ups, et l'industrie IT ?
- Quel type de culture, d'environnement et de politique en matière de gestion des talents doit-on développer au sein de nos organisations pour permettre la reconquête des talents ?...

Journaliste: Matthieu Scherrer, Rédacteur en chef Management (Prisma-Presse)

Keynote speaker:



CONFIRMÉ

Xavier Romatet

Président Directeur Général de Condé Nast France
HEC

Invités:



CONFIRMÉE

Michèle Vincent- Aegis Media

Présidente de l'Observatoire des métiers
de la publicité



CONFIRMÉ

Jean-Michel Carlo

Ecole de la Communication -
Sciences Po



CONFIRMÉE

Séverine Charbon

Chief Talent & Transformation Officer
ZenithOptimedia Worldwide & Vivaki France



CONFIRMÉE

Laurence Bonicalzi Bridier –

Directrice Associée de Weborama



CONFIRMÉE

Alexandra Alberti

Partner
CTPartners



Anthony Ravau - My Media