



Fast Forward >>

Le programme des 4^{èmes} Rencontres de l'UDECAM en avant-première

L'UDECAM (Union des Agences de Conseil et Achat Médias) réunit une nouvelle fois l'ensemble des acteurs du marché des media à l'occasion des 4^{èmes} Rencontres de l'UDECAM qui se dérouleront le jeudi 4 septembre, Salle Wagram, à Paris.

De nombreuses personnalités ont confirmé leur intervention

Comme chaque année, "les Rencontres de l'UDECAM" (Union des Entreprises de Conseil et Achat Médias) proposent une plateforme unique d'échanges et de discussions autour des principaux enjeux des secteurs de la communication. Une journée à laquelle de nombreuses personnalités ont déjà confirmé leurs interventions :

Lorenzo Benedetti (Studio Bagel), Constance Benqué (Lagardère Active), Julien Billot (Yellow Pages, Canada), Alexandre Bompard (FNAC), Olivier Bonsard (20 minutes), Bruno Chetaille (Médiamétrie), Louis Dreyfus (Le Monde), Michel Gardel (Toyota), Olivier Gerolami (Groupe Sud Ouest), Professeur Olivier Houdé (Université Paris V), Bruno Lasserre (Autorité de la Concurrence), Laurent-Eric Le Lay (TF1 Publicité), Robin Leproux (SNPTV, M6 Publicité), Jean-Hervé Lorenzi (Cercle des Economistes), Jean-Philippe Maheu (Twitter), Alexandre Malsh (Melty), Veronique Morali (Webedia), Arthur Millet (SRI, Groupe Amaury), Francis Morel (Les Echos), François Morinère (L'Equipe), Avi Nir (Keshet Media Group), Laurence Parisot, Bruno Patino (FTV), Arnaud de Puyfontaine (Vivendi), Stéphane Richard (Orange), Erick Salama (Kantar), Isabelle Schlumberger (JC Decaux), Alain Weill (Nextradio TV)...

En choisissant comme thème de cette 4^{ème} Edition la signature **Fast Forward >>**, l'UDECAM a voulu souligner le bouillonnement qui caractérise l'univers numérique, l'adaptation permanente qu'il impose à l'ensemble des acteurs de l'écosystème mais aussi les opportunités qu'il offre aux marques et à ceux qui les conseillent : abolition des frontières, déplacement dans la chaîne de valeur, personnalisation de la relation avec le client final...

Les débats qui structureront la journée permettront ainsi d'éclairer les nouveaux paradigmes de l'univers connecté. Parmi les thèmes abordés :

- *Les nouveaux commandements de l'Univers 100% connecté*
- *Impérative innovation !*
- *La mondialisation des médias, à quel prix ?*
- *Marques et consommation : Révolution des modèles*
- *Les medias à l'heure des nouvelles temporalités et du « tout social »*

.../...



- *Les révolutions de la Data*
- *La génération Z : quels consommateurs pour demain ?*
- *La régulation face à l'accélération*
- *Tous marques, tous medias : le contenu sans frontière*

Cet évènement est conçu et réalisé en partenariat avec les associations et syndicats représentant l'ensemble des médias : Presse (Quotidienne, Nationale, Régionale et Gratuite d'information et Magazine), TV, Internet, Radio, Publicité extérieure et avec la participation de l'UDA et du Club des Annonceurs. Des acteurs majeurs comme Mediamétrie, Kantar Media, Mediapost Publicité et Mediavision sont à nouveau partenaires pour cette 4^{ème} Edition, et pour la première fois, Twitter, Orange et Mediatransports

Les inscriptions sont désormais ouvertes sur le site de l'Udecam : <http://www.udecam.fr>

Contact :

Bertrand Beaudichon

Président de l'Udecam
bertrand.beaudichon@udecam.fr

Jean Luc Chetrit

Vice-Président de l'Udecam

Françoise Chambre

Déléguée Générale
francoise.chambre@udecam.fr

Contact presse :

Tiphaine Martin & Nadya Yazzaoui

01 58 56 66 60 - 06 86 17 44 10
tmartin@cditcecrit.com

A propos de l'Udecam – Union des Entreprises de Conseil et Achat Media :

L'Udecam réunit : Dentsu Aegis Network (Carat et Vizeum), Agence 79, Anacrouse, Ecrans & Media, Havas Medias (MPG et Arena), GroupM (KR Media, Mediacom, MEC, Mindshare), Mediabrands, Mediakeys, Neo@ogilvy, Oconnection, OmnicomMediaGroup (OMD, PhD, Fuse), Poster Conseil, Re-mind et Vivaki (Zenithoptimedia, Starcom, FMCG).

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'opinion.

Aujourd'hui les Agences medias de l'Udecam rassemblent près de 4 000 collaborateurs et réalisent un billing de près de 12 milliards d'€ dont 40% via les activités de diversification qu'elles développent (OOH, Etudes, Brand Content, Digital, Evènementiel...). Elles représentent près de 90%* des investissements médias réalisés en France.

*Source Recma

