Communiqué : Paris, le 3 novembre 2026

La Semaine de la Communication revient, du 23 au 27 novembre,
pour éclairer son rôle dans la société et débattre de son pouvoir de transformation

Du 23 au 27 novembre prochains, la Filière Communication donne rendez-vous aux professionnels, annonceurs, acteurs institutionnels, médias, et étudiants pour la deuxième édition de la Semaine de la Communication. En région et à Paris, cette semaine réunira les acteurs de la Filière autour des grands enjeux qui traversent nos métiers.

La communication, incessante, emporte dans son flux tous les enjeux du monde : les bouleversements géopolitiques, la tech, le réchauffement, l'incertitude économique, les menaces sur la démocratie. Son rôle n'a jamais été aussi important. Cette semaine va mettre les sujets sur la table, sans tabou : l'IA, la souveraineté, l'intérêt général, la lutte contre le dérèglement climatique, mais aussi le futur des marques, en pleine transformation.
La communication est partout stratégique et cette semaine mettra un coup de projecteur sur son rôle, son impact et sa contribution aux transitions nécessaires pour faire advenir une société plus éclairée, inclusive et durable, et le retour d'une prospérité plus partagée.

A Paris, deux rendez-vous majeurs ouverts à tous

Le **25 novembre, à l'Auditorium de France Télévisions**, une journée de débats organisée par la Filière Communication avec le soutien de FranceTV Publicité, abordera quatre enjeux majeurs :

- IA et communication : où va-t-on ?
- Communication et souveraineté : sommes-nous maîtres de nos communications - État, gouvernement, entreprises, marques, individus ?
- Face à l'état du monde, la communication peut-elle retrouver le sens de l'intérêt général ?
- **Qu'est-ce qui fait une marque aujourd'hui et demain ?**

Cette journée, animée par Mélanie Taravant, réunira des intervenant.e.s de premier plan, parmi lesquel.le.s à aujourd'hui :
Philippe Aghion, Louis Dreyfus, Nastasia Hadjadji, Éric Hazan, Marie-Doha Besancenot, Jean Muller, Delphine Ernotte Cunci, Michaël Nathan, Jean-Marc Borello, Isabelle Giordano, Pascal Demurger, Rémi Babinet, Thomas Boutte, Franck Gervais, Gachoucha Kretz, David Leclabart, ….

L'Association pour les actions de la Filière Communication
23 rue Auguste Vacquerie 75116 Paris
Association déclarée le 5 juillet 2019 à la Préfecture de Police de Paris sous le n° D61010788830
Siret : 853 835 940 00018 – APE 7021Z

Du 23 au 27 novembre, dans le hall de France Télévisions, l'exposition « Quand les idées prennent vie. La création publicitaire au cœur de nos imaginaires », conçue par FranceTV Publicité et l'AACC, célébrera les talents de la création française. Car la publicité est aussi une expression culturelle : elle suscite des émotions, façonne nos imaginaires et marque les mémoires.
Ouverture au public le 25 novembre.

Le **26 novembre en soirée, au Ministère de l'Économie**, après une allocution de **Serge Papin**, ministre des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, du Tourisme et du Pouvoir d'achat, les échanges porteront sur communication et climat : **la communication peut-elle aider à contrer le réchauffement climatique ?** Leïla Kaddour animera le débat avec Jean-Marc Jancovici, Jean Jouzel, Ulrike Decoene et Laurent Sacchi.

La rencontre sera suivie de **la 3e cérémonie de remise des prix Nymphéas de la communication à impact positif**, décernés après un jury de présélection sur la base d'un vote citoyen à grande échelle, organisé par Kantar.

D'autres événements, partout en France

Au-delà de ces deux grands rendez-vous fédérateurs à Paris, la Semaine de la Communication sera intense avec partout en France **des événements plus spécifiques**, portés par des organisations membres de la Filière ou des médias professionnels.
Toute la semaine, le SYNAP (Syndicat National des professionnels des relations médias) va de ville en ville avec une tournée des relations médias à destination des PME et ETI.
Des conférences dans les écoles sont organisées par l'UCC Grand Sud (le syndicat professionnel des agences conseil en communication du Sud et d'Occitanie), et des rencontres inter-agences par l'UCC Grand Est (en Lorraine, Alsace et Champagne-Ardenne).
A Paris, l'AACC organise une conférence sur la créativité pour les étudiants d'HEC, et une matinée achats, pour ses agences membres et les acheteurs, tandis que Stratégies parraine la 22e conférence Tendances Communications.

Programmes et inscriptions : conferences.filiere-communication.org – places limitées.

Contact

Sandrine Christon-Pain, déléguée générale | 07 62 91 19 89 | sandrine@filiere-communication.org

A propos de l'Association pour les Actions de la Filière Communication

Depuis 2017, la Filière Communication représente l'ensemble des activités et acteurs de la communication couvrant les champs de la publicité, des RP, de l'événementiel, des médias, du design : 25 associations professionnelles, la Fédération de la Publicité, 8 syndicats et l'AFDAS, sous la présidence du Ministre de l'Économie et des Finances, Roland Lescure, et la vice-présidence de Mercedes Erra, fondatrice et présidente du Conseil de Surveillance de BETC, également présidente de l'association pour les actions de la Filière Communication.

La Filière Communication représente près de 220 000 emplois directs, environ 450 000 emplois directs et indirects, et 56,0 Milliards € de CA en 2025, soit 1,8% du PIB, en évolution de -0,6% vs 2024.
Ses activités ont un impact direct sur la croissance : chaque euro investi dans la communication génère 12,5 euros de contribution au PIB[1].
La Filière Communication fait vivre un grand nombre d'entreprises et représente un tissu dynamique de PME et de TPE. 86 % des entreprises de la Filière Communication affichent un chiffre d'affaires inférieur à 2 millions d'euros.

[1] *Source : étude réalisée par SLPV analytics pour la Filière Communication, publiée le 22 juin 2023.*