

Cap Digital vous invite au 1<sup>er</sup> groupe de réflexion sur la

## « Publicité interactive »

Quel(s) usage(s) interactif(s) pour la publicité ?

Télévision / Internet / Mobile  
Mercredi 14 avril 2010 de 8h à 10h30<sup>1</sup>

Cap Digital – Salle Coquelicot

Passage de l'Innovation - 74, rue du Faubourg Saint Antoine - 75012 Paris

En présence de :

**François Coalitis**, Déléguée Adjointe, Cap Digital, *Mot de bienvenue*

**Laurent Battais**, Directeur Performance et Cross Media, Médiamétrie

**Philippe Boutron**, Directeur Media, Citroën, et Vice-Président de la Commission Média de l'UDA

**Jean Dacié**, Délégué Général, AFDESI, et **Antoine Ciuffo**, Directeur Commercial, HyperPanel

*Les spots interactifs et les usages de la solution hybride hbbtv*

**cour**, Design Director NDS, *Présentation de la publicité interactive sur Snowflake*  
actrice Déléguée, Régie Publicitaire d'Orange - « *Quand la publicité TV devient interactive* »

Animation : **Hadmut Holken**, Holken Consultants & Partners



Les évolutions technologiques, la multiplication des réseaux de diffusion et la convergence des médias bouleversent l'ensemble de la filière, ouvrent des perspectives et nécessitent de repenser les usages, les opportunités et les nouveaux modèles économiques. Ce groupe de réflexion sur la publicité interactive a pour objectif de favoriser de nouvelles politiques et usages, et en particulier d'informer et de mobiliser les annonceurs sur les opportunités offertes par les nouvelles technologies et plate-formes numériques.

Ce groupe de réflexion s'inscrit dans la lignée des **Assises européennes de la télévision interactive** (Afdesi, juin 2009) et poursuit des réflexions lancées lors de la conférence **Future TV** de novembre 2009. Il se construit dans la confrontation d'idées et de meilleures pratiques entre les acteurs de la chaîne de valeur. Il s'adresse aux acteurs de la télévision, régies publicitaires, producteurs, équipementiers, opérateurs, annonceurs, agences de communication, agences médias, chercheurs scientifiques.

Il aura lieu sous forme d'échanges avec les professionnels autour de trois débats successifs (14 avril, 29 juin et septembre 2010) qui seront clôturés par la rédaction d'un **livre blanc**. Le montage des séances, leur animation ainsi que la rédaction du rapport sont assurés par **Holken Consultants & Partners** dans le cadre de Think Digital, le Think Tank de **Cap Digital** ; les organisateurs sont entourés d'un comité de pilotage composé de Jean Dacié, Délégué Général de l'**Afdesi**, George Bermann, Président de l'**APFP**, Anne Chanon, Adjointe à la direction générale de **ARPP**, Jean-Baptiste Soufron, Directeur de **Think Digital**, Christian Cappe, Délégué Général de **Cristal Festival**, Bertrand Pineau, Délégué aux nouvelles technologies de la **FEVAD**, Jean-Pierre Lacotte, Président de **HDForum**, Aude Guérin, Déléguée Générale de l'**IAB France**, Stéphane Martin, Directeur Délégué du **SNPTV**, Didier Beauclair, Directeur Médias et relations agences de l'**UDA**, Françoise Chambre, Déléguée Générale de l'**UDECAM**. D'autres sont invités à rejoindre cette initiative.

Places limitées, inscription obligatoire sur

<http://thinkdigital.capdigital.com/post/501051956/premiere-seance-du-groupe-de-reflexion-publicite>

Holken Consultants & Partners | [holken@holkenconsultants.com](mailto:holken@holkenconsultants.com)



<sup>1</sup> 8 :00 Accueil petit-déjeuner - 8h30 à 10h30 Table ronde /débat