

THINK•DIGITAL

THINK TANK BY CAP DIGITAL

Cap Digital vous invite au 3^{ème} groupe de réflexion sur la

« Publicité interactive » Quelle gestion des données personnelles ?

Télévision / Internet / Mobile
Mercredi 20 octobre 2010 de 8h à 10h30¹

Cap Digital – Salle Coquelicot

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

En présence de :

Laure Baëté, Juriste & Chargée de mission publicité et commerce électronique, **Forum des Droits sur l'Internet**
Arnaud Caplier, Co-fondateur **Datvantage** et président du groupe de travail sur le « Droit à l'oubli » pour l'**UFMD** - Union Française du Marketing Direct - et le **SNCD** – Syndicat National de la Communication Directe (*keynote*)

Olivier Carron de la Carrière, Fondateur & Président, **Imagiin.com**

Olivier Esper, Directeur des Relations Institutionnelles, **Google France**

Olivier Fecherolle, Directeur Général France, **Viadeo**

Anne Feninger, Responsable Internet & Editions, **Automobiles Peugeot**

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 plateformes numériques.

Ce groupe de réflexion s'inscrit dans la lignée des **Assises européennes de la télévision interactive** (juin 2010) 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 se déroule sous forme d'échanges avec les professionnels autour de trois débats successifs 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**, Stéphane Martin, Directeur Général de l'**ARPP**, Jean-Baptiste Soufron, Directeur de **Think Digital**, Christian Cappe, Délégué Général de **Cristal Festival**, Bertrand Pineau, Délégué aux nouvelles technologies de la **FEVAD**, Gilles Gaillard, Vice-Président Marché Publicité de la **FICAM**, Jean-Pierre Lacotte, Président de **HDForum**, Aude Guérin, Déléguée Générale de l'**IAB France**, Nicolas Braganti, 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

<https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dERoWIFITVIOMDFIbEx5SkpyR2p5ZFE6MQ>

Les vidéos vidéo des deux groupes de réflexion précédents sur **les enjeux de la localisation et de la personnalisation** (29 juin 2010) et sur **« Quel(s) usage(s) pour la publicité interactive ? »** (14 avril 2010) sur : http://thinkdigital.capdigital.com/tagged/Publicité_Interactive

ou sur la chaîne Think Digital chez Dailymotion : http://www.dailymotion.com/think_digital

Holken Consultants & Partners



holken@holkenconsultants.com

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