



avec

LE FIGARO

Colloque NPA – Le Figaro

XXIème édition

Les piliers de la transformation numérique

Mardi 2 Juin 2015

Maison des Travaux Publics, 3 rue de Berri 75008 PARIS





**Posez vos questions en direct aux intervenants via Twitter
en mentionnant le hashtag **#colloquenpa****



Nos outils, nos études

Nouvelles publications NPA



Le **FLASH NPA**, notre **lettre de veille, d'analyse et de perspective** réalisée par les consultants NPA Conseil. **Une veille française et internationale** pour suivre et appréhender les évolutions des acteurs et marchés du numérique. **Une nouvelle formule éditoriale**, plus dense, plus ciblée, plus performante.

Un outil incontournable d'aide à la décision, une référence pour les acteurs du marché.

Sortie le mercredi – 40 n° par an

Le **DOSSIER NPA** est notre **publication mensuelle d'analyse et de décryptage** d'un fait, d'une tendance, d'un enjeu ou d'un bilan liés aux **acteurs et marchés du numérique** : *Tendances programmes à l'international, Stratégies et perspectives des MCN, Les enjeux juridiques de Netflix en France, Le marché audiovisuel espagnol, Les wearables nouvelle dynamique des EGP...*

Un outil indispensable pour appréhender les tendances de fond et les jeux d'acteurs.

Sortie le dernier mercredi du mois – 10 n° par an

LA LETTRE JURIDIQUE NPA est notre **publication hebdomadaire de décryptage et d'analyse en droit** des Médias - Télécoms - Digital. Elle propose également une **veille des travaux parlementaires** issue des **outils propriétaires** de NPA Conseil.

Un outil d'anticipation pour suivre au plus près les enjeux juridiques et réglementaires des marchés.

Sortie le mercredi – 40 n° par an



LES NEWS JURIDIQUES NPA est une **alerte quotidienne** sélectionnant les articles incontournables, mais aussi plus confidentiels, de la **presse spécialisée du secteur**.

Le parfait complément de La Lettre Juridique NPA.

Proposée en option des abonnements
Envoi quotidien par e-mail



dossier
NPA

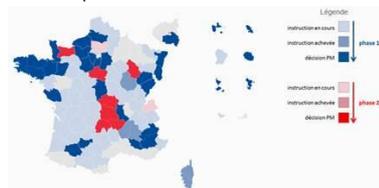
Avril 2015

Très haut débit fixe : l'horizon du gigabit

Etats-Unis, Europe, France

Le dossier proposé par NPA Conseil part sur les traces du gigabit aux Etats-Unis, en Europe et en France pour retracer son histoire, recenser et comparer les offres réellement disponibles pour le grand public. Mais le gigabit est surtout l'occasion d'un panorama complet sur les technologies disponibles et l'état d'avancement du très haut débit fixe outre-Atlantique et sur le Vieux continent.

Bilan d'étape du Plan France THD au 19 mars 2015



Source : www.francethd.fr

Gilles Pezet
gpezet@npaconseil.com

dossier
NPA

Mai 2015

Droit des robots

Vers un cadre juridique spécifique

Les robots ont engendré une véritable révolution qui concerne aussi bien le domaine militaire que le domicile, les hôpitaux et de manière générale, nos sociétés. Ce développement impacte l'économie et l'industrie, en modifiant les modes de production et en transformant le marché du travail, et soulève corrélativement des enjeux juridiques colossaux. Aujourd'hui, le constat est que le droit ne permet pas d'appréhender l'ensemble des risques engendrés par la banalisation du recours aux robots, laissant intacte la question d'adapter notre cadre juridique au développement de ces machines intelligentes.

Emilie Beraud
eberaud@npaconseil.com

Médias & Société : Tendances 2020

Dans un contexte de fortes évolutions technologiques (bouillonnement numérique), sociétales (montée en puissance de valeurs contradictoires), mais aussi économiques et sociales (remise en cause du modèle de croissance et de répartition) qui tendent à brouiller perception et compréhension, il est plus que jamais nécessaire pour les industries des médias et services numériques d'identifier les tendances-clés permettant d'anticiper sur les transformations du rapport aux contenus et

à leur distribution : valeurs porteuses, évolution des formats éditoriaux, usage et articulation des différents écrans...

La préparation de l'étude s'est organisée autour d'un comité éditorial composé de consultants opérant dans l'ensemble des pôles d'expertise de NPA, IMCA et La Factory.

Conçue comme un véritable outil, elle apporte des pistes opérationnelles dans tous les domaines de l'activité des médias et a pour but d'éclairer les décideurs dans l'élaboration de leurs orientations stratégiques.

Notre démarche s'est effectuée en trois temps :

- l'analyse de la société française à partir des indicateurs économiques, politiques, sociologiques, démographiques, et physiologiques permettant d'identifier 7 phénomènes sociétaux majeurs ;
- l'analyse de l'impact de ces phénomènes sur les médias en termes d'usages, d'offres, de distribution et de modèles économiques ;
- les orientations stratégiques et opérationnelles à mettre en œuvre pour relever les défis à venir.

Les travaux ont été complétés par des entretiens avec des experts reconnus, porteurs d'éclairages complémentaires (politique, sociologie, économie, neurobiologie etc.): Frédérique Aribaud, Françoise Colaitis, Anne-Lise Favet, Pierre-Marie Lledo, Frédéric Mazella, François Jost, Thierry Vedel et Jean Viard.



Vidéo de marque : Quels moyens ? Quels savoir-faire ?

Produire et diffuser des vidéos efficaces et de qualité devient un enjeu crucial pour les marques afin d'aller à la rencontre de leurs publics, accroître leur notoriété, développer leur capital sympathie... et finalement en obtenir les retombées commerciales...

Une stratégie vidéo de marque demande :

- Une réflexion sur la ligne éditoriale
- Une réflexion sur les moyens et sur la gestion de la production
- Une organisation sur la diffusion (éditorialisation, ciblage...)
- Une organisation sur la « vie du stock » dans le temps

Sa mise en œuvre suppose donc pour les marques de développer de nouvelles expertises tant dans la production que la diffusion ou la gestion d'actifs.

Cette étude a pour objectif de guider les marques dans leur approche vidéo afin de mettre en place des stratégies gagnantes.

Etude en souscription : 1. 490€ HT

Conditions de souscription : engagement valable uniquement si lancement effectif du dispositif. Facturation de 50% au lancement et solde à remise du livrable.

Durée prévisionnelle d'étude : 6 semaines.

La souscription ouvre droit à une présentation des conclusions de l'étude.

Contact : Xavier Campo

xcampo.lafactory@npaconseil.com

01 74 71 43 88

Les clés pour une production vidéo efficace

1- Le marché

Les acteurs et la chaîne de valeur - Les différentes plateformes de diffusion : puissance, audience, aspects technos, avantages, inconvénients...(site marque, plates-formes vidéo grand public - YouTube, DailyMotion, Facebook, Vine..., les plates-formes vidéo pro - Vimeo, Brightcove...) - Les vidéos produites et les chaînes par les marques : marques présentes, volume produit, audience...

2- Les éléments clés d'une stratégie vidéo de marques

Contexte et objectifs - La vidéo dans les stratégies de contenus (amplification de campagnes publicitaires, développement de la sympathie à l'égard de la marque, optique servicielle / tutorielle, intégration de la vidéo à la communication interne et à la formation...)

3- Les problématiques

Editorial : définir un territoire éditorial, concevoir / programmer / créer le rendez-vous... - Production : définition des budgets, produire en interne vs en externe (coûts, avantages, contraintes). Quels intervenants pour la production (prestataires techniques, agences de communication, producteurs audiovisuels...) – Diffusion - Promotion : Organique (VSO - video search optimisation) ou Payante (formats de mise en avant...) - Archivage et gestion des actifs - Mesure des performances : KPI's

4- La chaîne de production d'une vidéo et ses contraintes

Pré-production : brief, écriture de synopsis, choix esthétiques et stylistiques, choix de la forme et du format, environnement graphique – Tournage - Post production : étalonnage, montage, habillage graphique, mixage, sound design. - Les relations producteurs/marques un duo à construire : définition des interlocuteurs privilégiés, mise en place des processus de travail, gestion des imprévus

Programmatisation en TV : Nouvel enjeu de l'achat d'espaces publicitaires

La propagation du programme à la TV

Les médias connaissent de nombreux bouleversements engendrés par la numérisation. Les derniers développements concernant la commercialisation automatisée des inventaires vont profondément et durablement impacter l'ensemble de la chaîne de valeur de la publicité TV (annonceurs, agences, régies et chaînes), tant du point de vue organisationnel et métiers (profils, compétences, formation...), que commercial (argumentaires, tarifications, désintermédiation...). Mais également avoir des répercussions sur le cadre réglementaire de la télévision et le modèle économique.

Etude prospective en souscription : 7.500€ HT

Conditions de souscription : engagement valable uniquement si lancement effectif du dispositif. Facturation de 50% au lancement et solde à remise du livrable.

Durée prévisionnelle d'étude : 2 mois.

La souscription ouvre droit à une présentation des conclusions de l'étude

Contact : Caroline Huet
chuet@npaconseil.com

01 41 31 99 23

Une étude unique sur le marché français

NPA CONSEIL se propose de décrypter et d'analyser les problématiques et les impacts marché du développement du programme en TV pour l'ensemble des acteurs concernés.

Notre objectif est d'identifier les facteurs-clés, de cadrer les étapes de développement (prévisions, calendrier...), de formuler des recommandations stratégiques pour aider à définir une vision, une stratégie et finalement un plan d'action pour la mise en œuvre des outils programmatiques dans l'univers de la télévision

- I. La révolution du programme
- II. Les impacts de la numérisation dans l'audiovisuel
- III. Les développements du programme en TV
- IV. Les implications sur le cadre réglementaire
- V. Les enjeux techniques et nouveaux rapports de force
- VI. Les enjeux commerciaux et nouveaux rapports de force

Eléments méthodologiques :

- Benchmarks internationaux
- Interviews de professionnels du secteur,
- Cadrage et analyse métiers
- Analyse comparée avec d'autres secteurs impactés par l'automatisation des process

Programme

9h00

Emmanuel Macron, Ministre de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique

9h15

TABLE RONDE « CONNECTER »

- Introduction : **Olivier Huart**, Président de TDF
- **Valérie Decamp**, Vice-Présidente Mediatransports
- **François Gonczi**, Directeur du projet numérique d'EDF Commerce
- **Karim Houni**, Chef du Groupe Innovation UI & IOT du Groupe SEB
- **Ludovic Le Moan**, Président de SigFox Wireless
- **Roberto Mauro**, Directeur Stratégie et Développement de Samsung Electronics France

10h30

Stéphane Pallez, Présidente-Directrice générale de La Française des Jeux

10h45

Alexandre Bompard, Président-Directeur général de la Fnac

11h00

TABLE RONDE « ACCOMPAGNER »

- Introduction : **Philippe Lemoine**, Président de la FING
- **Marie Ekeland**, Présidente de France Digitale
- **Paul-François Fournier**, Directeur de l'innovation de bpifrance
- **Florence Guthfreund-Roland**, Avocat à la Cour, Associée DLA Piper
- **Jean-Christophe Lecosse**, Directeur général du CNRFID
- **Benoit Thieulin**, Président du Conseil National du Numérique

12h15

Laurent Paillassot, Directeur Général Adjoint d'Orange en charge de l'expérience client et du mobile banking

12h30

Sébastien Soriano, Président de l'ARCEP

Programme

14h45

TABLE RONDE «(CO)CRÉER »

- Introduction : **Nick Leeder**, Directeur général de Google France
- **Luc Bretones**, Directeur du Technocentre et d'Orange Vallée
- **Gael Chatelain**, Directeur Délégué aux Contenus de l'INA
- **Nicolas Ferrary**, Country manager France de Airbnb
- **Jean-François Gallouin**, Directeur Général de Paris&Co
- **Stéphane Quéré**, Directeur Innovation d'ENGIE (ex GDF Suez)

16h00

Olivier Schrameck, Président du CSA

16h15

Eric Lombard, PDG France et Benelux de Sony Playstation

16h30

TABLE RONDE « VALORISER », en partenariat avec l'UDECAM

- Introduction : **Alexis Brezet**, Directeur des rédactions du Figaro
- **Olivier Abecassis**, Directeur général d'e-TF1
- **Thierry Cammas**, Président gérant MTV/Viacom Media Network France
- **Philippe Cardon**, Directeur Général de Playstation
- **Philippe Carli**, Président-Directeur Général d'Amaury Groupe
- **Pierre Conte**, Président de GroupM France et Vice Président de l'UDECAM
- **Benoît Sillard**, Président Directeur Général de CCMBenchmark

17h30

Yves Tyrode, Directeur général de Voyages-sncf.com et directeur digital et Communication du groupe SNCF

17h45

Rémy Pflimlin, Président Directeur Général de France Télévisions

18h00

TROPHÉE DES OBJETS CONNECTES

Keynote Speaker

Emmanuel Macron



Ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique

Emmanuel Macron est né le 21 décembre 1977 à Amiens (Somme)

Fonctions ministérielles

Ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique, depuis le 26 août 2014

Fonctions politiques

Secrétaire général adjoint de l'Élysée, de 2012 à 2014

Carrière

Associé-Gérant à la Banque Rothschild et Compagnie, de 2011 à 2012

Banquier d'affaires, de 2008 à 2011

Inspecteur des finances, de 2004 à 2008

Cursus

DEA de philosophie (université Paris X-Nanterre)

Diplômé de l'Institut d'études politiques (IEP) de Paris

Élève à l'École nationale d'administration (ENA) (promotion Léopold Sédar Senghor, 2002-2004)

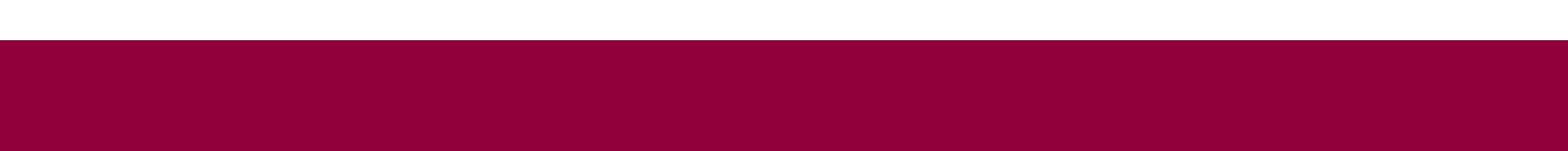


Table 1

Connecter

Intervenants

Introduction : Olivier Huart, Président de TDF

Valérie Decamp, Vice-présidente de Mediatransports

François Gonczi, Directeur du projet numérique d'EDF Commerce

Karim Houni, Chef du Groupe Innovation UI & IoT du Groupe SEB

Ludovic Le Moan, Président de SigFox Wireless

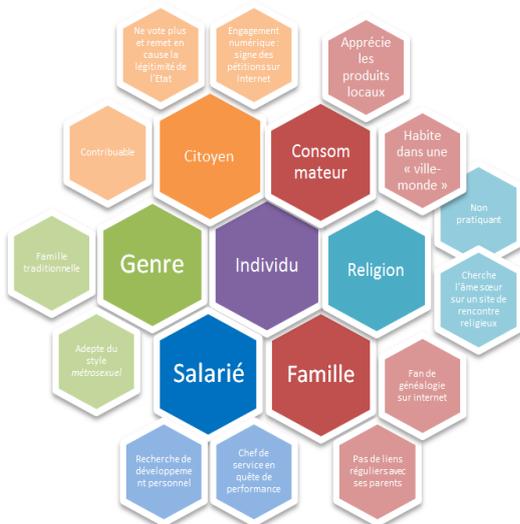
Roberto Mauro, Directeur Stratégie et Développement de Samsung Electronics France

Le schéma multiple de l'identité de l'individu et la société connectée

Nouveaux réseaux et nouvelles identités

Hyper connexion des individus, désormais écartelés entre une multitude de nouveaux réseaux d'appartenance:

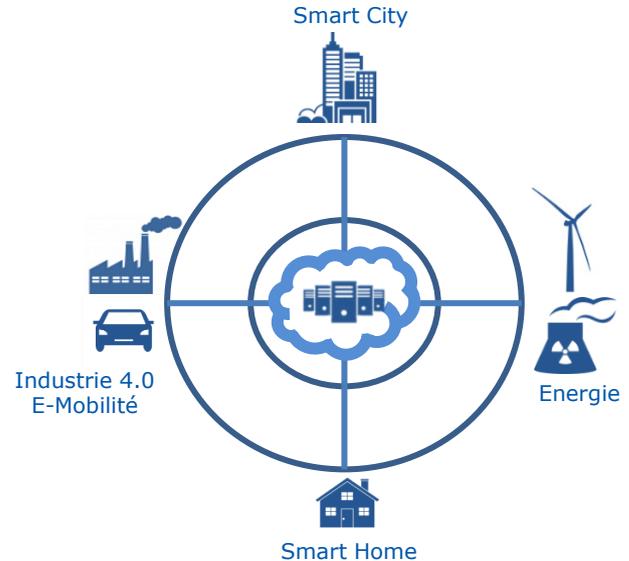
- Le « friending », réseau complémentaire constitué de liens « faibles » potentiellement activables côtoyant des liens « forts »
- « Réseautage » et « networking » : signe de transformation des mentalités
- Des communautés d'identités et non des communautés d'individus
- Les « communautés imaginaires »



Internet de toutes choses : vers une société connectée

Cette évolution des identités ne devrait que s'accroître avec l'émergence de l'Internet de toutes choses.

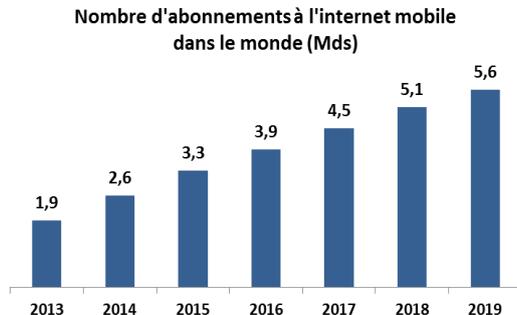
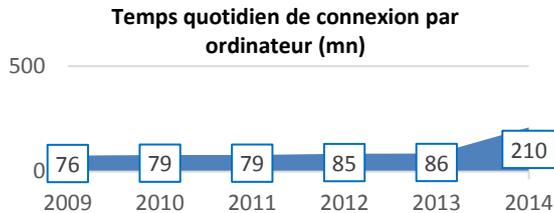
Les usines, les villes, les réseaux, les infrastructures, tous désormais intelligents, communiquent ensemble pour modifier profondément la société et son organisation. Avec la « société connectée » la numérisation du monde physique devient totale.



Hyper-connexion et multitasking

Hyper-connexion et multitasking pour gagner du temps

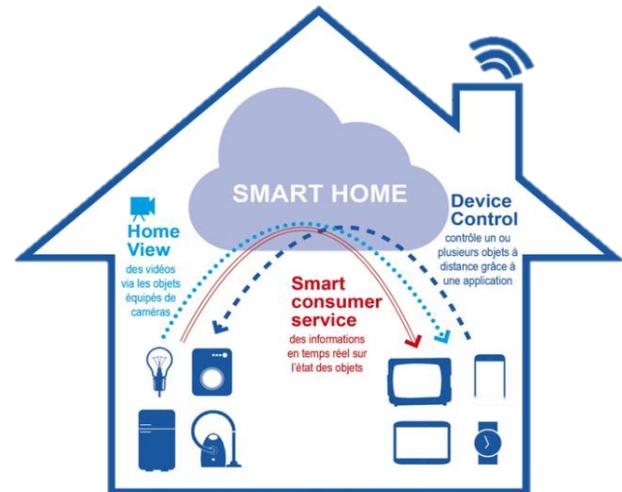
- Augmentation du temps passé sur un ordinateur connecté : + 10 mn entre 2009 et 2013 ; + 24 mn entre 2013 et 2014 (Médiamétrie)
- La connectivité partout et tout le temps : 5,6 Milliards d'abonnements à l'Internet mobiles en 2019 (Ericson Lab)
- Volonté d'optimisation du temps... Mais l'augmentation de la vitesse d'exécution et la réduction du temps imparti peuvent nuire à la réalisation : société du best efforts



Smart Home: Hyperconnexion du foyer et de ses habitants

La smart home est l'incarnation de l'hyper-connexion. L'individu est connecté en réseau en permanence avec non seulement ses proches mais également avec les différents objets connectés du domicile.

En 2014, le marché de la smart home a été estimé à 20,4 milliards de dollars. Il devrait atteindre 58,7 milliards de dollars en 2020 (MarketsandMarkets).



La recomposition du lien social : les nouveaux réseaux

De nouvelles solidarités territoriales et sur le net

Reconstruire les structures de la société traditionnelle sur de nouveaux réseaux.

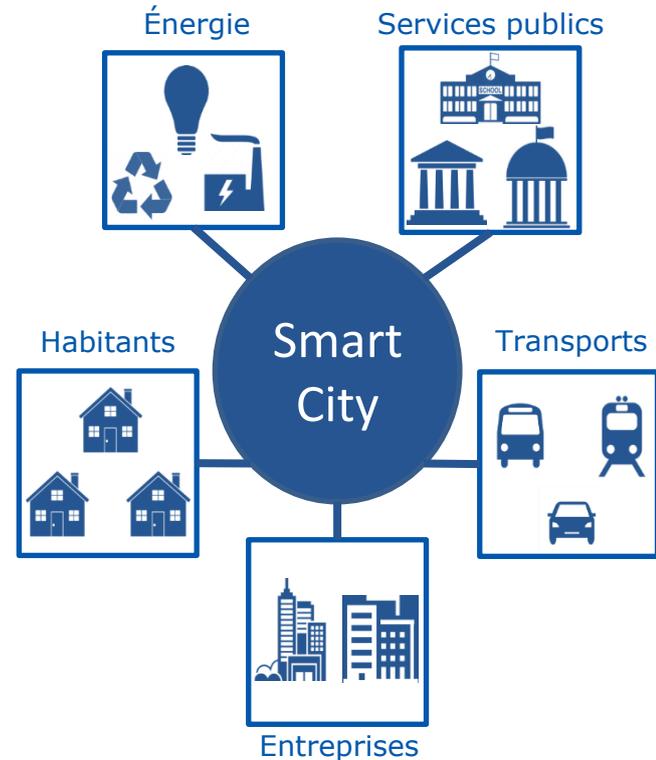
- intégrer un village dans la ville tout en restant connecté au reste de la planète. De l'hyper-proximité dans les villes monde.
- un mode de vie localisé « ici et ailleurs »

La Smart City: aboutissement des nouveaux réseaux locaux

Les smart city, villes connectées dans lesquelles les technologies numériques sont intégrées dans toutes les fonctions :

- Interactions entre la ville et ses habitants
- Régulation des réseaux (transport, énergie, eau...)
- Gestion efficace des services publics
- Infrastructures intelligentes

- Une ville connectée plus durable et participative ?
- Nouvelles vulnérabilités et risques de surveillance généralisée ?
- Quelle place pour le libre arbitre dans un territoire qui s'auto organise grâce aux algorithmes prédictifs ?



Notoriété



94%

Ont déjà
entendu parlé
des objets
connectés

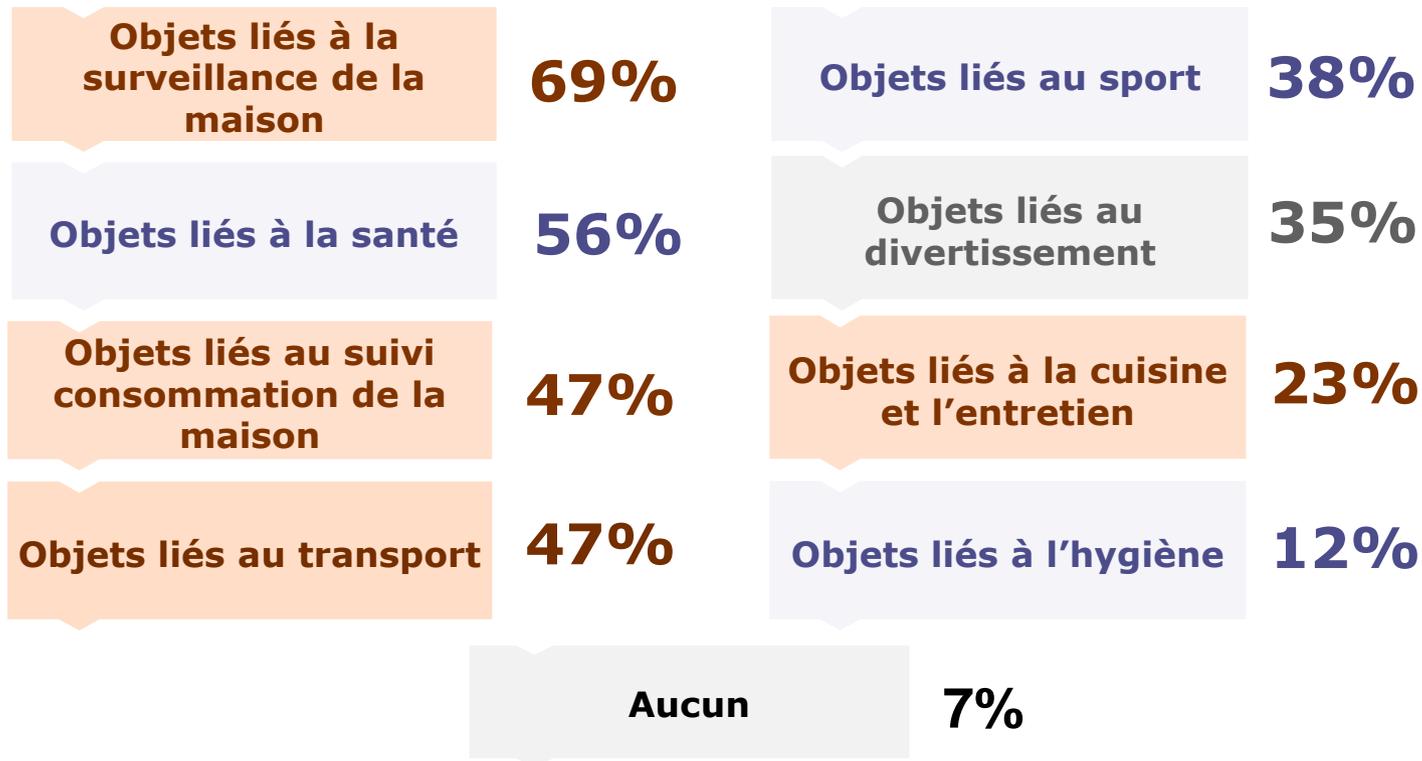
Base : Internautes Dernier Mois
Question : Avez-vous déjà entendu parler des objets connectés ?
Source : Objets connectés – Mars 2015 - Copyright Médiamétrie
– Tous droits réservés

L'objet connecté idéal



Base : Internautes Dernier Mois
Question : Quel serait pour vous l'objet
connecté idéal?
Source : Objets connectés – Mars 2015-
Copyright Médiamétrie – Tous droits
réservés

Domaines de prédilection des objets connectés



Base : Internautas Dernier Mois

Question : **Les objets connectés sont présents dans de nombreux domaines de la vie quotidienne. Selon vous, dans quels domaines est-il plus intéressant de retrouver des objets connectés ?**

Source : Objets connectés - Mars 2015 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Ils permettent de...

Agir à distance

69%

Suivre plus précisément
ma consommation en
énergie

39%

Contrôler beaucoup
d'éléments via un seul
équipement

62%

Gagner du temps

39%

Accéder à des données
régulières sur ma santé

41%

Se divertir

19%

Base : Internaute Dernier Mois

Question : **Pourquoi les objets connectés vous paraissent utiles ?**

Source : Objets connectés - Mars 2015 - Copyright Médiamétrie - Tous droits réservés

Olivier Huart

Président de TDF

Introduction



Olivier Huart est le Président Directeur Général de TDF France. Il est arrivé à la tête du Groupe en février 2010 où il a conduit une restructuration en profondeur suite au passage de la TV analogique à la TV numérique, en relançant TDF sur le marché des télécoms, de la TV connectée et des services web & vidéo aux médias.

Le 31 mars 2015, il a finalisé la vente du Groupe à des nouveaux actionnaires.

Il a débuté sa carrière chez France Télécom. Il a ensuite dirigé Cegetel puis BT France.

Il est diplômé de l'Ecole Polytechnique, de Telecom Paris et est titulaire d'un MBA de l'Insead.

Valérie Decamp

Vice-présidente Mediatransports



Bachelière à 17 ans, Valérie Decamp débute sa carrière à 20 ans au sein de l'entreprise Jet Services courrier avant de rejoindre Chantelle, leader de la lingerie française . En 1995, elle intègre NRJ. Elle y occupera successivement les postes de Chef de Publicité (1995-1997), de Chef des Ventes (1997-1998), de Directrice commerciale (1998-2000) et de Directrice de la Stratégie du Groupe (2000-2002).

En 2002, elle travaille pour Metro International en tant que directrice générale de Metro France, chargée du lancement et du développement du quotidien d'information gratuit dans l'hexagone. Metro sera le premier quotidien gratuit rentable pendant trois années consécutives (2005, 2006 et 2007) . En 2008, Valérie Decamp est nommée Directrice générale du quotidien La Tribune, poste qu'elle occupera jusqu'en 2010. En 2010, Alain Weill, PDG du groupe NextRadioTV à qui appartient alors le titre, cède à Valérie Decamp 80 % du capital de La Tribune. Elle associe François Lenglet en qualité de Directeur des Rédactions au projet de relance du titre. La Tribune se développe sur le numérique et les événements, parmi lesquels « La Tribune Women's Awards » qui visent à récompenser des femmes aux parcours professionnels d'exception. Faute de liquidités, La Tribune Desfossés dépose le bilan en 2012.

Valérie Decamp occupe depuis mars 2013, la Vice-Présidence de Mediatransports, leader de l'affichage transport.

François Gonczi

Directeur du projet numérique
d'EDF Commerce



François Gonczi rejoint EDF Commerce en mai 2015 comme directeur du projet numérique, en charge de la transformation numérique de l'activité. Il était auparavant conseiller politique pour les affaires européennes.

Avant de rejoindre EDF Commerce, François Gonczi a exercé plusieurs responsabilités au sein du groupe EDF, qu'il a rejoint en 2004. Attaché au développement et à la création de valeur pour le Groupe dans tous ses domaines d'activités, il a ainsi été économiste pour les activités d'optimisation & de trading, puis comme chef du système électrique en Martinique.

Il est diplômé de l'École Polytechnique et de Telecom Paris.

Karim Houni

Chef du Groupe Innovation
UI & IoT du Groupe SEB



Karim Houni est Chef du Groupe Innovation UI & IoT du Groupe SEB, pour concevoir des objets du quotidien plus intelligents et plus proches de nous. Ecrans tactiles, reconnaissance vocale, connectivité, cloud, robotique, la technologie est la palette du futur qui se dessine. Que l'on dessine.

Karim Houni est Docteur de l'Université des Sciences et Technologies de Lille, et Ingénieur de l'INSA de Lyon. Avant d'intégrer le Groupe SEB en 2012 il a été à la R&D d'Atos Worldline et chez Orange Labs.

Ludovic Le Moan

Président de SigFox Wireless



Diplômé ingénieur de l'ENSIMAG (groupe Polytechnique Grenoble), Ludovic le Moan (50 ans) a fait ses armes dans des fonctions techniques et commerciales avant de prendre la direction du groupe COFRAMI (1500 personnes) qu'il a quitté pour fonder Anyware Technologies, spécialisée dans le logiciel de traitement des données objets (M2M) et revendue à Wavecom. Il a ensuite fondé GOOJET, devenue Scoop.it, leader de la 'curation' (gestion humanisée de domaines d'expertise) sur internet, pour prendre en décembre 2010 la direction de SIGFOX, après avoir organisé une première levée de fonds de 2 millions d'euros. Ludovic le Moan est un entrepreneur invétéré qui fournit gracieusement ses conseils à de très nombreux chefs d'entreprises et structures dont certaines sont fédérées au sein d'une de ses initiatives appelée TIC Valley (creuset de jeunes pousses qui sont aidées à croître et à commercialiser leurs solutions par un encadrement dans un environnement de mutualisation des connaissances et des services). Il a contribué au succès de dizaines de sociétés françaises et internationales.

Roberto Mauro

Directeur Stratégie et Développement
de Samsung Electronics France



Roberto Mauro a rejoint le Groupe Samsung en 2004 au poste de Senior Global Strategist, basé au siège de la société à Séoul. Il supervise alors des projets stratégiques portant sur le marketing et le développement commercial en Europe, Amérique, Chine et Asie Pacifique.

En 2009, il intègre Samsung Electronics France, filiale leader en Europe, en qualité de Directeur Stratégie et Développement. Il définit et pilote les initiatives dont le but est renforcer l'écosystème des contenus et services ; développer de nouveaux marchés tels l'Internet des objets, la santé connectée, la maison connectée, les paiements mobiles.

Avant de rejoindre Samsung, Roberto a travaillé sur la stratégie marketing et le développement commercial à l'international au sein de multinationales européennes et américaines, dont Cisco. Roberto est titulaire d'un diplôme d'ingénieur en électronique du Polytechnique de Milan et du MBA de l'IMD de Lausanne.

Keynote Speaker

Stéphane Pallez



Présidente-Directrice générale de La Française des Jeux

Stéphane Pallez est diplômée de l'Institut d'études politiques de Paris et de l'ENA. Elle débute sa carrière en 1984 au Ministère de l'Economie et des Finances à la Direction du Trésor. Elle fut Administratrice suppléante à la Banque Mondiale à Washington de 1988 à 1990. Elle a été ensuite, de 1991 à 1993, Conseillère technique en charge des affaires industrielles du Ministre de l'Economie et des Finances. De 1995 à 1998, elle est chargée de la Sous-direction des assurances à la Direction du Trésor. Entre 1998 et 2000, elle a été responsable d'une partie du portefeuille des Participations de l'Etat et Chef du Service des Affaires Européennes et Internationales de 2000 à 2004 à la Direction du Trésor.

De 2004 à 2011, Stéphane Pallez est Directeur financier délégué de France Télécom-Orange. Elle devient Présidente-directrice générale de la CCR (Caisse Centrale de Réassurance) en Juillet 2011. Elle a été nommée Présidente-directrice générale de la Française des Jeux en novembre 2014. Elle exerce également des mandats d'administrateur de GDF-Suez et de CNP-Assurances où elle préside le Comité d'Audit. Elle est aussi membre du Conseil de surveillance et du Comité d'audit d'Eurazeo.

La Française des Jeux (FDJ), 4ème opérateur mondial de loterie, a réalisé en 2014, 13 Mds de chiffre d'affaires (+5,2 % de croissance). Elle propose une offre de jeux diversifiée dans le premier réseau commercial de proximité en France et en ligne et est aujourd'hui engagée dans la transformation numérique de ses produits et services au bénéfice de son réseau et de ses clients.

Keynote Speaker

Alexandre Bompard



Président-Directeur général de la Fnac

Diplômé de l'Institut d'Etudes Politiques de Paris, titulaire d'une maîtrise de Droit Public et d'un DEA de Sciences Economiques. Il entra en 1997 à l'Ecole Nationale de l'Administration (promotion Cyrano de Bergerac).

Affecté à l'Inspection générale des finances (1999-2002), il devient conseiller technique de François Fillon, alors Ministre des Affaires Sociales, du Travail et de la Solidarité (avril-décembre 2003).

Entre 2004 et 2008, Alexandre Bompard exerce plusieurs responsabilités au sein du groupe Canal +.

Il est Directeur de Cabinet du Président Bertrand Méheut (2004-2005), puis Directeur des Sports et des Affaires Publiques du Groupe (juin 2005-juin 2008).

En juin 2008, il est nommé Président-Directeur Général d'Europe 1 et d'Europe 1 Sport. Depuis janvier 2011, il est Président-Directeur Général du Groupe Fnac.

Né le 04 octobre 1972 à Saint Etienne, Alexandre Bompard est marié et père de trois enfants. Il a été nommé Chevalier dans l'Ordre des Arts et des Lettres.





149

heures de vidéo
regardées par an

39

sites internet masculins
dans ses favoris

59

minutes d'écoute radio
en dehors de chez soi
chaque jour

LA CONNAISSANCE
DE TOUS LES COMPORTEMENTS
MÉDIAS ET MULTIMÉDIAS



Mediametrie

Table 2

Accompagner

Intervenants

Introduction : Philippe Lemoine, Président de la Fondation internet nouvelle génération

Marie Ekeland, Présidente de France Digitale

Paul-François Fournier, Directeur de l'innovation de bpifrance

Florence Guthfreund-Roland, Avocat à la Cour Associée DLA Piper

Jean-Christophe Lecosse, Directeur général du Centre National de Référence RFID

Benoît Thieulin, Président du Conseil National du Numérique

Conseil national du numérique :

Pistes d'actions recommandées par les contributeurs

Concertation nationale du 3 novembre 2014 au 4 février 2015

L'ensemble des parties prenantes - citoyens, associations, entrepreneurs, chercheurs, élus locaux, administration - ont partagé un diagnostic et proposé des pistes de solutions sur les différentes consultations lancées, notamment sur les divers moyens de soutenir la French Tech.



Encourager l'open-innovation	Simplifier le cadre juridique	Favoriser le financement	Soutenir une présence internationale
<ul style="list-style-type: none">• Accélérer la mise en réseau nationale• Inciter aux méthodes et projets ouverts<ul style="list-style-type: none">• Inventer de nouveaux partenariats et développer l'innovation partagée• Créer des clusters numériques<ul style="list-style-type: none">• Encourager l'expérimentation et la veille technologique	<ul style="list-style-type: none">• Assouplir le droit du travail et alléger les coûts salariaux• Simplifier le droit de la Propriété intellectuelle• Adapter le droit des contrats• Mieux accompagner les entrepreneurs dans les procédures de déclaration (CIR, CII, JEI)	<ul style="list-style-type: none">• Développer le crowdfunding• Rationaliser les outils publics de soutien à l'innovation<ul style="list-style-type: none">• Faire de la commande publique un levier pour les jeunes entreprises innovantes• Elargir l'accès aux subventions publiques<ul style="list-style-type: none">• Déployer une fiscalité avantageuse	<ul style="list-style-type: none">• Encourager la coopération entre grandes entreprises et start-up à l'international• Simplifier l'accompagnement et l'accès à l'information• Mettre en place une politique européenne de soutien à l'innovation

Recommandations issues des synthèses

- ✓ Soutien à l'innovation
- ✓ Nouveaux modèles économiques et organisationnels
- ✓ Scalabilité et modèle de présence à l'international
- ✓ Nouveaux modèles de financement
- ✓ Nouveaux clusters numériques

➤ Publication imminente du rapport du Conseil en vue du futur Projet de Loi sur le numérique

Règlement européen sur la protection des données personnelles : Mesures en faveur d'une collecte et d'un traitement éthiques

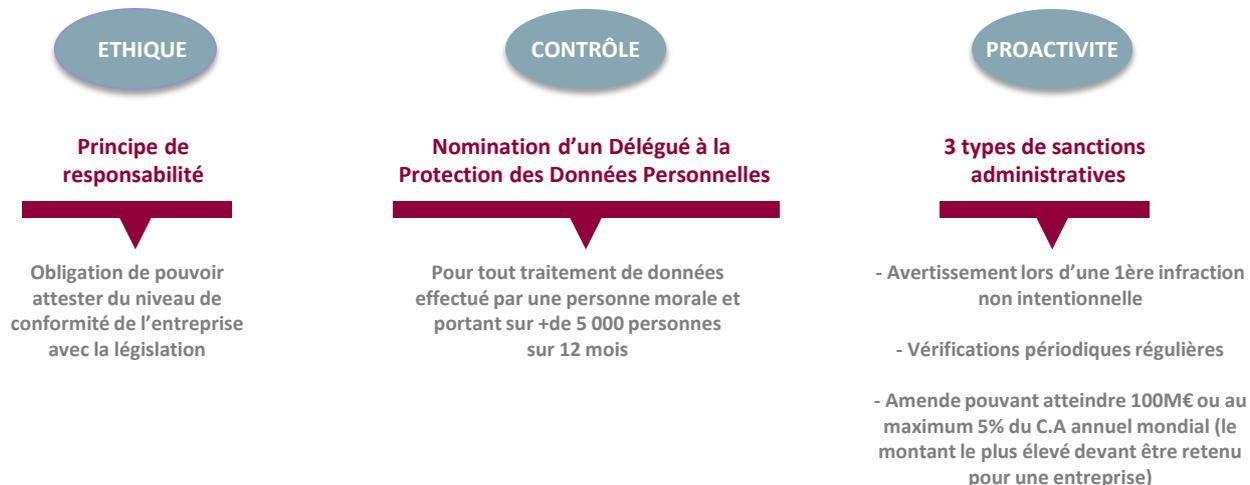
« Il faut que les entreprises fassent de la collecte et de la gestion éthique des données un élément de différenciation économique, un avantage compétitif »

Eric Pérès, membre de la CNIL

> **25 janvier 2012** : Projet de réforme de la directive de 1995 sur les données personnelles de la Commission européenne.

> **6 mars 2012** : Adoption par le Sénat d'une proposition de résolution européenne traduisant les préoccupations des sénateurs concernant certaines dispositions du projet de réforme.

> **12 mars 2014** : Adoption du projet de règlement en 1^{ère} lecture par le Parlement européen.



Soutien à l'innovation : un écosystème européen riche

L'Europe en pointe dans le soutien à l'innovation

L'univers des start-up en Europe est riche et très mouvant. Une récente étude publiée par l'opérateur Telefonica montre que le panorama des programmes de soutien aux start-up est aussi important en Europe qu'aux Etats-Unis.

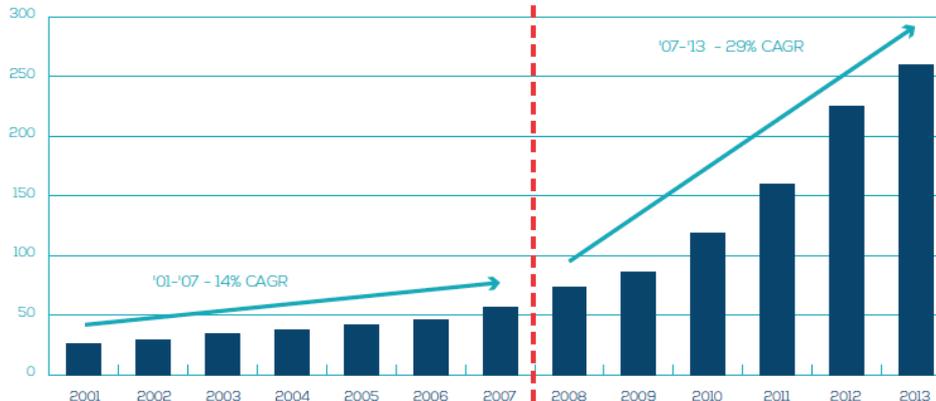
Un écosystème en voie d'expansion

Même en période de crise, le nombre de dispositifs de soutien croît fortement sur l'ensemble du continent. Entre 2007 et 2013, le nombre d'accélérateurs et incubateurs a progressé de +400%.

La France parmi les leaders en Europe

Le Royaume-Uni (50 dispositifs), l'Espagne (38), la France (35) puis l'Allemagne (31) sont les pays du vieux continent où se trouvent les plus importantes structures de soutien.

Le Royaume-Uni et la France se distinguent par la concentration de ces structures autour de leur capitale quand les autres pays présentent une présence plus éclatée autour des centres économiques.



Les entreprises innovantes : des besoins qui vont au-delà du financement

Financements

Le nerf de la guerre pour une start-up est de trouver un financement adapté à chacun de ses stades de développement.

Réseaux

La mise en relation au travers des réseaux de professionnels, business angels, etc. est source d'opportunités et gain de temps pour les entrepreneurs.

Compétences

Les fondateurs peuvent bénéficier d'un soutien ponctuel sur des compétences en droit, comptabilité, business ou technologies pour se développer.

Matériels / Locaux

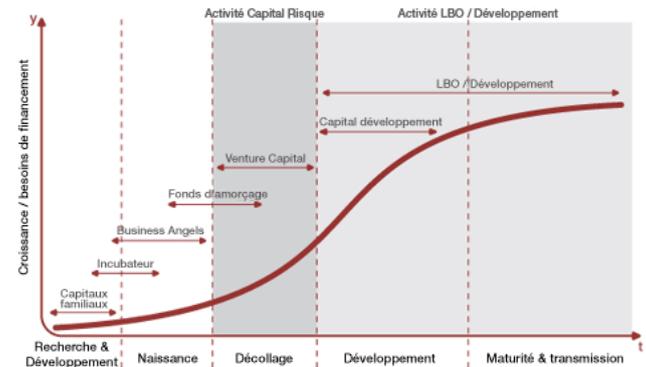
L'apport logistique comme du matériel informatique ou des outils (logiciels, etc.) et le prêt de locaux.

Communication

Gagner en visibilité auprès de toutes ses cibles (B2B et B2C) est un apport de grande valeur pour les start-up (publicité, évènement, etc.)

Mentorship

Le conseil de professionnels avertis peut aider les entrepreneurs à gagner du temps et de l'efficacité dans le montage de leur projet et business.



Evolution des besoins de financement des entreprises innovantes en fonction de leur étape de développement

Au cours de sa croissance, une start-up voit l'ordre de priorité de ses besoins évoluer. Le besoin de financement est généralement constant mais son ordre de grandeur croît fortement dès le décollage de la société.

Les besoins en termes de conseils sont de première importance lors de la formalisation de l'idée de départ et de son lancement.

De nombreux acteurs pour accompagner les entrepreneurs

Acteurs	Description
Financiers	Les acteurs du financement sont multiples : Venture capital, Business Angels, Banques privées, etc.
Entreprises	Les entreprises sont des acteurs engagés dans l'innovation via un programme propre ou des collaborations extérieures
Acteurs publics	Les acteurs publics varient selon leur nature et échelle : Union Européenne, Etats, Pole de compétitivité, Régions, Mairie, fonds publics, etc.
Universités	Les universités sont très liées à l'univers des start-up et développement des programmes et formations.
Journaux, médias spécialisés	Les médias spécialisés sont importants dans la logique de promotion de l'activité des fondateurs de start-up et d'échanges.
Le public	Le développement de micro financements, notamment via le crowdfunding, fait apparaître progressivement ce nouvel acteur dans le paysage

Formes de collaboration

Incubateurs

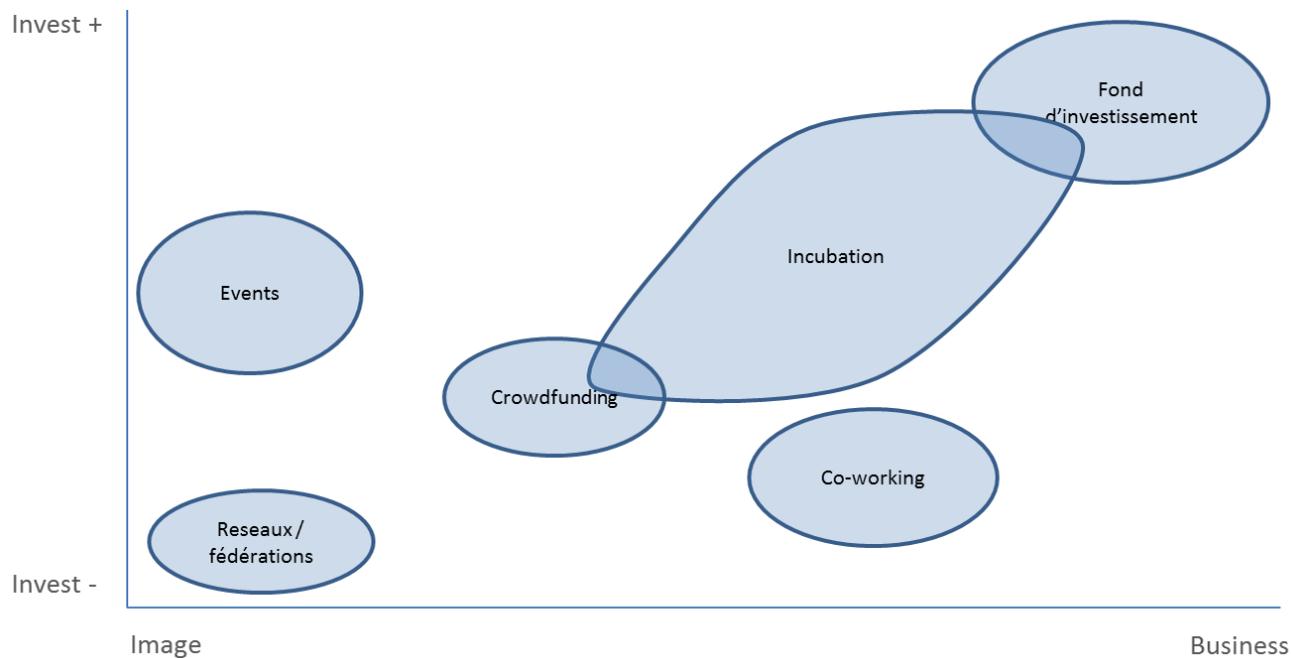
Events & rencontres

Espace co-working

Réseaux et fédération

Plateforme crowdfunding

Pour les partenaires : des formes de collaboration qui dépendent des objectifs de la société et de la capacité d'investissement



Philippe Lemoine

Président de la Fondation internet nouvelle génération

Introduction



Ancien président du Groupe Galeries Lafayette et de Laser, Philippe Lemoine poursuit une démarche d'études et de réflexions prospectives sur les transformations économiques et sociales liées aux technologies d'information en présidant notamment le Forum d'Action Modernités et la FING et en siégeant à plusieurs conseils d'administration. Son rapport sur la transformation numérique de l'économie a été remis à Emmanuel Macron, Marylise Lebranchu, Thierry Mandon et Axelle Lemaire le 7 novembre 2014.

Marie Ekeland

Présidente de France Digitale



Marie Ekeland est titulaire d'un diplôme d'ingénieur en mathématiques et en informatique de l'Université Paris IX Dauphine ainsi que d'un master d'Analyse et Politique Economique à l'Ecole d'Economie de Paris. Elle est également co-fondatrice et co-présidente de l'association France Digitale, unissant entrepreneurs et investisseurs de l'innovation numérique pour le développement de cet écosystème.

Elle débute sa carrière en 1997 en tant qu'informaticienne au sein de la banque d'affaires JP Morgan à New York, et puis à Paris.

En 2000, Marie Ekeland intègre l'équipe d'investissement dans l'innovation de CPR Private Equity, puis poursuit sa carrière au sein de l'équipe Capital Risque de Crédit Agricole Private Equity, avant de rejoindre Elaia Partners en 2005.

Paul-François Fournier

Directeur de l'innovation à la Bpifrance



Paul-François Fournier est, depuis avril 2013, Directeur de l'Innovation et membre du Comité Exécutif de la Banque Publique d'Investissement (Bpifrance).

Paul-François Fournier, 46 ans, X-Télécom, a rejoint le Groupe France Télécom Orange en 1994 en tant qu'ingénieur d'affaires sur le segment Entreprises France. Après un parcours de sept ans dédié au développement des services aux Entreprises, il devient, en 2001, directeur du Business Haut-Débit de Wanadoo, où il a assuré le décollage en France des offres ADSL qui sont passées de quelques milliers de clients en 2001 à 3 millions fin 2004, puis à l'international en tant que membre du Comité Exécutif du Groupe Wanadoo. Il a ainsi mené des projets stratégiques comme le lancement de la Livebox, et de la voix sur IP, en partenariat avec Inventel et Netcentrex, des start-up Françaises.

Au-delà de son expérience dans le domaine des services Internet et des partenariats, Paul-François Fournier a une excellente connaissance opérationnelle du marketing de l'innovation. Il a été, à partir de 2011, le Directeur Exécutif du Technocentre d'Orange, en charge de l'innovation produit (Boxes, Cloud,...), où il a profondément transformé l'organisation dans une approche plus régionale et décentralisée (Création du Technocentre d'Amman et d'Abidjan).

Florence Guthfreund-Roland

Avocat à la Cour, Associée DLA Piper



Florence Guthfreund-Roland est avocat associée au sein du groupe Intellectual Property & Technology (IP & T) du cabinet DLA Piper France.

Elle accompagne aussi bien des multinationales et des start-up tant en conseil qu'en contentieux sur le droit des nouvelles technologies, des télécommunications, de l'informatique, Internet, des médias, du commerce électronique et des données personnelles.

Florence Guthfreund-Roland dispose également d'une expérience en droit commercial et droit des contrats, elle assiste les entreprises sur un large éventail d'opérations d'outsourcing aussi bien dans le secteur public que dans le secteur privé.

Elle intervient aussi lors d'opérations d'acquisition et de cession d'actifs dans les secteurs de la technologie, les télécommunications et les médias.

Florence Guthfreund-Roland a été associée en charge du secteur des nouvelles technologies et télécommunications dans plusieurs cabinets français et anglo-saxons avant de rejoindre le bureau parisien de DLA Piper en 2012 pour y prendre en charge cette activité.

Jean-Christophe Lecosse

Directeur général du
Centre National de Référence RFID



Après 7 années passées dans le groupe Air Liquide, Jean-Christophe Lecosse intègre en 2003 Geodis pour prendre la direction de BM Pack Services regroupant deux sites de prestations de logistique et transport.

Il crée en 2005 une offre de traçabilité permettant la gestion, via une solution ASP, de tous types de contenants. Cette offre intègre et valorise les technologies RFID. En 2007, après un an à la Direction Technique du groupe, il prend la Direction de l'Innovation au sein de Geodis afin de valoriser et permettre le déploiement de l'innovation de rupture sur l'ensemble des métiers et des marchés du groupe.

En parfaite synergie avec sa fonction, Jean-Christophe Lecosse est nommé Président du Pôle de compétitivité Nov@log. En parallèle, en 2007, il devient président de FilRFID dont il démissionne en 2008 pour prendre la Direction Générale du CNRFID.

Benoît Thieulin

Président du Conseil National du Numérique



Benoît Thieulin est le fondateur et directeur de l'agence de communication et de transformation numérique, La Netscouade. Il préside le Conseil National du Numérique depuis 2013.

Benoît est un observateur et un acteur de la révolution digitale depuis le milieu des années 90. Convaincu qu'Internet est à l'origine d'un changement profond de "civilisation", il s'intéresse en particulier aux phénomènes d'empowerment provoqués par la révolution numérique et aux dispositifs innovants qu'ils permettent, que ce soit pour des entreprises, des marques, des institutions, des ONGs ou des médias. Il est fondateur de Mediapart et de Youphil, il a incubé beecitiz, abracadacraft, et wesign.it

Benoît est un expert reconnu des questions de démocratie participative et d'innovation numérique. Il enseigne à l'Institut d'Études Politiques de Paris et y dirige le Master "Digital Humanities".



Keynote Speaker

Laurent Paillassot



Directeur général adjoint du groupe Orange

Laurent Paillassot, né en 1965, est directeur général adjoint en charge de l'expérience client et du développement des activités de finance mobile. Il a rejoint Orange le 1er septembre 2014. Laurent Paillassot a débuté sa carrière en 1989 à la compagnie Bancaire (Groupe Paribas), puis intégré en 1997 Mitchell Madison Group, cabinet américain de conseil en stratégie spécialisé sur les activités financières. En 2000, il rejoint le Groupe Caisse d'Épargne. Il y exerce tout d'abord la fonction de directeur de la distribution et des partenariats à la Caisse nationale des Caisses d'Épargne, puis devient directeur général de Caisse d'Épargne Financement. De 2005 à 2007, il est président-directeur général de GE Money Bank en France, filiale de General Electric Consumer Finance. En 2007, Laurent Paillassot est nommé directeur général adjoint de LCL (Le Crédit Lyonnais) puis directeur général délégué en mai 2011. Laurent Paillassot est ingénieur des Ponts et Chaussées (1989) et a obtenu un MBA à l'Institut européen d'administration des affaires (INSEAD) (1996).

Se réinventer

Chaque jour, la révolution numérique nous conduit à repenser nos métiers, imaginer de nouveaux “business models”, innover avec de nouveaux acteurs. Face à ces profondes transformations, Orange vous accompagne au quotidien dans cette mutation numérique.



**Vous rapprocher
de l'essentiel**

Keynote Speaker

Sébastien Soriano



Président de l'ARCEP

Ancien élève de l'Ecole polytechnique, ingénieur en chef des mines, 39 ans, Sébastien Soriano a réalisé l'essentiel de sa carrière dans la régulation de la concurrence et des télécoms, avant de devenir en mai 2012 le directeur de cabinet de Fleur Pellerin, alors ministre en charge des PME, de l'innovation et de l'économie numérique.

Avant de rejoindre l'ARCEP, il était le conseiller spécial de la ministre de la culture et de la communication, en charge notamment du secteur presse.

Sébastien Soriano a été nommé président de l'ARCEP par décret publié au Journal Officiel du 15 janvier, pour un mandat de six ans.

Table 3

(Co)créer

Intervenants

Introduction : **Nick Leeder**, Directeur général de Google France

Luc Bretones, Directeur du Technocentre d'Orange et d'Orange Vallée

Gael Chatelain, Directeur Délégué aux Contenus de l'INA

Nicolas Ferrary, Country manager France de Airbnb

Jean-François Gallouin, Directeur Général de Paris & Co

Stéphane Quéré, Directeur Innovation d'ENGIE (ex GDF Suez)

L'économie collaborative : utiliser plutôt que posséder

Trois facteurs d'accélération

- La crise de 2008
- Le besoin de recréer du lien social
- Internet et les réseaux sociaux



L'économie collaborative et la confiance : un cercle vertueux

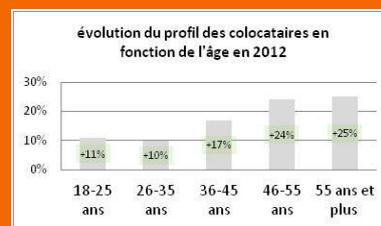


Notion d'e-reputation : le couchsurfing s'est tellement démocratisé qu'il est intégré dans nos mœurs, grâce au système de notation et aux commentaires des précédents invités.

Partager en finançant à plusieurs

Baromètre CSA / Cofidis 3^{ème} édition (2014) :

■ 42% des Français ont déjà fait un **achat groupé** pour bénéficier de tarif préférentiel

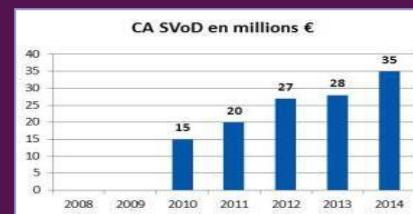


Source: appartager.com, étude réalisée en 2013

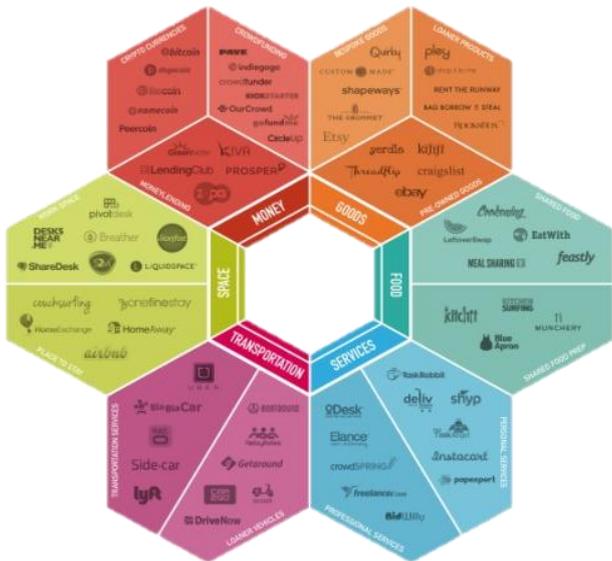
Avoir accès plutôt que posséder

Baromètre CSA / Cofidis 3^{ème} édition (2014) :

■ 30% des Français ont déjà fait du covoiturage



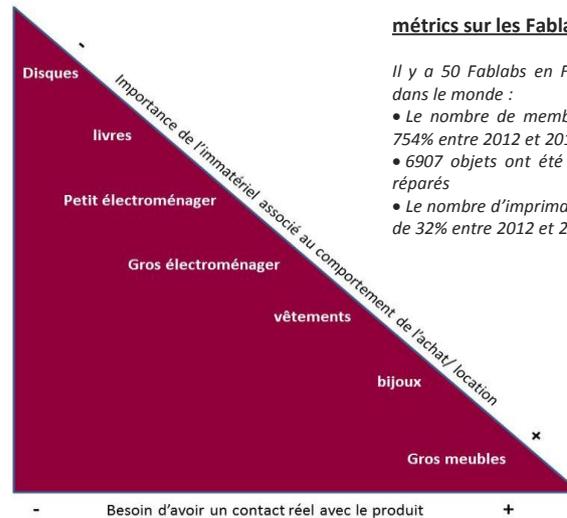
Une économie qui se propage dans tous les secteurs, surtout en France



L'économie collaborative se développe dans tous les secteurs, même les plus réglementés : l'emprunt, le prêt d'argent ou encore le tourisme.

L'émulation et le partage diffusés au sein des Fablabs vient repenser la propriété intellectuelle :

- Le DIY (Do It Yourself) VS Do It Together
- L'inventeur solitaire VS l'éclosion de grappes d'innovations



métrics sur les Fablabs en 2013

Il y a 50 Fablabs en France et 350 dans le monde :

- Le nombre de membres a cru de 754% entre 2012 et 2013
- 6907 objets ont été créés et 266 réparés
- Le nombre d'imprimantes 3D a cru de 32% entre 2012 et 2013

L'abonnement illimité gagne du terrain en France

Le nombre d'entreprises spécialisées dans la location en France a cru de plus de 90% entre 2000 et 2010, passant de 16 000 à 31 000 entreprises.

La location en France se démocratise et se dématérialise

L'abonnement touche principalement trois produits :

- la presse écrite (22% des Français)
- la musique pour 10%
- les films pour 9%

Collaboration avec les start-ups : l'exemple d'Orange et d'Engie (ex GDF-Suez)



Corporate Venture :

Iris Capital, Orange digital Ventures, Ecomobilité Ventures...

Partenariats avec des structures externes :

Numa, La Ruche, CTIC, Ebène, CIPMEN, Cantines numériques de Nantes et de Rennes...

Divers :

Hello Startups, Hello Tomorrow Challenge,...



Corporate Venture :

GDF Suez New Ventures

Partenariats avec des structures externes :

Incubateur « Pour une meilleure énergie dans la ville », Village by CA, Agoranov, WSL, Co-Station...

Divers :

GDF Suez innovation Day,...



Paris & Co est issue du rapprochement de Paris Développement et de Paris Région Lab

Fondateurs :

AdP, Air France, Amadeus, Bpifrance, Carlson Wagonlit, DGE, groupe Galeries Lafayette, Mairie de Paris, Office du tourisme de Paris, Skyboard, Sodexo, Viparis.

Partenaires :

AFEST, Association des Journalistes du tourisme, Atout France, Cap Digital, CFA des métiers du tourisme, Club Tourisme & Management, Comité Bougainville, Femmes du tourisme, France Congrès, GBTA France, Institut Français du Tourisme, CNAM, Marco polo, Offices de tourisme de France, Organisation Mondiale du tourisme, RN2D, Skäl International.

Activités :

Incubation et coworking, formation, expérimentation, veille...

Nick Leeder

Directeur général de Google France

Introduction



Nick Leeder est responsable de la commercialisation des solutions publicitaires de Google et du développement de l'entreprise en France. Il a commencé chez Google en mars 2011 en tant que Directeur Général pour l'Australie et la Nouvelle-Zélande.

Nick a travaillé auparavant à News Limited, où il était responsable des opérations de News Digital Media et Directeur Général adjoint de The Australian. Avant de rejoindre News, Nick a travaillé chez Fairfax et McKinsey & Co.

Nick est titulaire d'un diplôme en mathématiques pures de l'Université de Sydney et détient une maîtrise en administration des affaires de l'INSEAD.

Luc Bretones

Directeur du Technocentre
d'Orange et d'Orange Vallée



Après 17 ans de responsabilités opérationnelles chez Orange, il en dirige actuellement le Technocentre et Orange Vallée. Le Technocentre est l'« usine à produits et design » du Groupe tandis qu'OrangeVallée a pour mission de concevoir des produits et services en rupture.

Luc Bretones est un expert business des nouvelles technologies, spécialiste de l'IT, des objets connectés et du big data. Membre de différents think tanks spécialisés dont Renaissance Numérique ou encore l'Institut G9+, il développe une forte proximité avec le réseau des startups françaises et a participé au lancement du mouvement Startup Weekend et de l'émission Hello Startup en France. Les valeurs fondamentales du Groupe Orange s'expriment particulièrement dans l'association de bénévoles Orange Solidarité, dont il est Président et qui combat la fracture numérique en France.

Nicolas Ferrary

Country manager France de Airbnb



Nicolas Ferrary rejoint Airbnb à l'ouverture de son bureau français en février 2012 au poste de Directeur des Opérations, en charge notamment du business development et des partenariats. Il est depuis mai 2013 Directeur France, à la tête d'une équipe d'une vingtaine de personnes en charge d'accompagner le développement du service auprès des hôtes et voyageurs français. Avant de rejoindre Airbnb, Nicolas était Responsable Régional chez Groupon France après avoir été Consultant chez McKinsey.

Gaël Chatelain

Directeur Délégué aux Contenus de l'INA



Directeur de la Direction déléguée aux Contenus et membre du comité exécutif de l'Ina, Gaël Chatelain a pour mission d'accompagner la stratégie de diversification de l'offre de contenus audiovisuels B2B et B2C de l'institut et de soutenir ses partenaires média et hors-média en France et à l'international.

Diplômé de l'EDHEC, Gaël Chatelain dispose d'une expérience de plus de vingt ans dans le monde des médias où il développe son esprit entrepreneurial et des compétences pointues en matière de nouvelles technologies, de stratégie digitale et de cross média

Jean-François Gallouin

Directeur Général de Paris & Co



Jean-François Gallouin est depuis fin 2009 Directeur Général de Paris&Co, l'agence de développement économique de la ville de Paris, ayant pour missions l'animation d'incubateurs parisiens, la mise en place d'expérimentations de solutions innovantes en conditions réelles, et l'attractivité internationale du territoire.

Jean-François est également Professeur à l'Ecole Centrale de Paris (depuis 1999), où il contribue au développement du Pôle Entrepreneurs, et chargé de cours à l'ESSEC. Jean-François est notamment l'initiateur et le Responsable Pédagogique du Mastère Spécialisé Centrale ESSEC Entrepreneurs. Il est également à l'origine de l'Institut Open Innovation.

Jean-François est membre du conseil d'administration de quelques startups et d'une holding de financement. Il est également membre du conseil d'administration de la Fondation de l'Ecole Centrale.

Stéphane Quéré

Directeur Innovation d'ENGIE (ex GDF Suez)



Stéphane Quéré est Directeur Innovation de GDF SUEZ depuis février 2014.

Il a effectué une grande partie de sa carrière dans le Groupe GDF SUEZ où il a exercé successivement les fonctions de contrôleur financier au sein de la Lyonnaise des Eaux et Responsable du contrôle financier de Lyonnaise Communication puis Directeur financier et Directeur Général de la Chaîne Paris Première pendant 10 ans (pôle communication du Groupe SUEZ), et enfin Directeur du Développement Durable de SUEZ.

Il a été Directeur du Développement Urbain de GDF SUEZ de juillet 2009 à janvier 2014.

Stéphane Quéré est Co-Chair de l'Initiative pour les Infrastructures Urbaines, lancée par le WBCSD (Conseil Mondial du Développement Durable) .

Keynote Speaker

Olivier Schrameck



Président du CSA

Diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris (1971), titulaire d'un DES de droit public
Ancien élève de l'École nationale d'administration (1975 - 1977, promotion André Malraux)
Auditeur au Conseil d'État (1977)
Commissaire du Gouvernement près l'assemblée du contentieux et les autres formations de jugement du Conseil d'État (1981 – 1982, 1987 – 1988)
Conseiller technique puis chargé de mission auprès du ministre de l'Intérieur et de la Décentralisation (1982 – 1984)
Directeur de cabinet du secrétaire d'État chargé des enseignements supérieurs au ministère de l'Éducation nationale (1984 – 1985)
Directeur des enseignements supérieurs au ministère de l'Éducation nationale (1984 – 1985)
Directeur de cabinet du ministre d'État, ministre de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports (1988 – 1991)
Secrétaire général du Haut Conseil à l'intégration (1991 – 1993)
Secrétaire général du Conseil constitutionnel (1993 – 1997)
Conseiller d'État (1995)
Directeur de cabinet du Premier ministre (1997 – 2002)
Ambassadeur de France en Espagne (2002 – 2004)
Président de la sixième sous-section de la section du contentieux du Conseil d'État (2006 – 2009)
Membre du Comité de réflexion et de proposition sur la modernisation et le rééquilibrage des institutions de la Ve République (2007)
Président de la section du rapport et des études du Conseil d'État (2009 – 2013)
Vice-président, puis président du comité d'appel de la Banque mondiale (2010 – 2012)
Membre de la Commission de rénovation et de déontologie de la vie publique (2012)
Président du Conseil supérieur de l'audiovisuel depuis janvier 2013.

Keynote Speaker

Eric Lombard



Directeur général de Generali France

Membre du Group Management Committee (GMC) du groupe Generali

Eric Lombard est entré le 28 octobre 2013, au sein du Group Management Committee (GMC) du Groupe Generali et supervise l'activité du marché français. Il est Directeur Général de Generali France et des principales filiales françaises du Groupe. Eric Lombard était, depuis 2006, Président-directeur général de BNP Paribas Cardif (pôle assurances de BNP Paribas) et membre du Comité Exécutif de BNP Paribas depuis 2011.

Eric Lombard débute son parcours professionnel chez Paribas en 1981, où il occupe différentes fonctions au département du Commerce International et à la Gestion Financière jusqu'en 1989. De 1989 à 1993, il s'engage dans le secteur public en tant que conseiller technique au sein du Cabinet de Louis Le Penec, porte-parole du Gouvernement de 1989 à 1991 ; en tant que conseiller auprès de Michel Sapin, ministre délégué à la Justice de 1991 à 1992, puis ministre de l'Economie et des Finances de 1992 à 1993. En avril 1993, il retrouve Paribas, où il est responsable Mergers & Acquisitions dans le secteur bancaire et le secteur de l'assurance, puis responsable du Financial Institutions Group et membre du Comité Exécutif du Département Conseil de 1997 à 1999. Il est nommé responsable du Financial Institutions Group de BNP Paribas en septembre 1999 et membre du Comité de Direction Générale de la Banque de Financement et d'Investissement de BNP Paribas, avant de prendre la responsabilité des Relations Entreprises et Institutionnels en septembre 2002.

En 2004, il devient directeur général de BNP Paribas Assurance (devenu BNP Paribas Cardif en 2011), la filiale assurance vie et dommages de BNP Paribas, et membre du Comité de Direction Générale du pôle Investment Solutions (IS) de BNP Paribas. Il est nommé PDG de BNP Paribas Assurance en 2006 puis rejoint le Comité exécutif du groupe BNP-Paribas en 2011. En 2012, il est élu « Assureur de l'année 2011 » par le Club des Assureurs

Eric Lombard est diplômé de l'Ecole des Hautes Etudes Commerciales (HEC).
Il est Chevalier de la Légion d'Honneur.

Table 4

Valoriser

en partenariat avec l'UDECAM

Intervenants

Introduction : Alexis Brezet, Directeur des rédactions du Figaro

Olivier Abecassis, Directeur général d'e-TF1

Thierry Cammas, Président gérant MTV/Viacom Media Network France

Philippe Cardon, Vice Président Europe & PDG France et Benelux de Sony Playstation

Philippe Carli, Président-Directeur général d'Amaury Groupe

Pierre Conte, Président de GroupM France et Vide Président de l'UDECAM

Benoît Sillard, Président Directeur Général de CCMBenchmark

Les différentes formes de prescription



La recommandation

En vue de favoriser la consommation-média, la recommandation consiste à proposer de manière systématique des contenus de manière critique. La recommandation est une prescription de **nature éditoriale**, réalisé humainement par les équipes en charge de produire un média, par des journalistes (critique, notes) ou encore par tout un ensemble d'acteurs rayonnant auprès de communautés d'intérêts (institution, parti politique, blogueur, sportif, association, marque...).



La personnalisation

La personnalisation est un type de prescription de **nature algorithmique**, réalisée en fonction de la cartographie informatique des goûts et usages d'un individu. A partir de l'historique de navigation de l'internaute (dernières recherches effectués sur Internet, dernières consommation médias, historique d'achat, types abonnements aux réseaux sociaux...) des contenus sont proposés automatiquement à partir du croisement de milliers voir de millions de métadonnées.



Le reciblage

Le reciblage fonctionne en temps réel et s'appuie sur un **algorithme de recommandation**. Celui-ci analyse les recherches effectuées par un internaute sur un site en particulier (mots-clés et navigation) et effectue ensuite une recommandation. Cette dernière sera incrustée dans une bannière personnalisée ensuite diffusée sur un réseau de sites où est susceptible de surfer l'internaute ciblé, qui sera identifié grâce à un cookie déposé sur son ordinateur.

Une gouvernamentalité algorithmique en réponse à la surabondance



Plus de données collectées et diffusées en 5 min que depuis l'invention de l'écriture

✓ Croissance exponentielle du volume de contenus diffusés : incapacité de l'individu à explorer par lui-même l'intégralité de l'offre

Les capacités du cerveau humain dépassées

✓ Saturation : multiplication des « cicatrices émotionnelles » qui engendrent stress, maladies et « addiction à l'urgence et à la surconnexion »
✓ Les nouvelles technologies devenues indispensables au traitement des données : faire le tri

Une déconnexion entre volumes diffusés et capacité de création

✓ Multiplication des outils de « recyclage des contenus » (Mash-Up, remix, archives, etc.)

Les algorithmes de recommandation au secours de l'individu ?

✓ Retrouver une dimension appréhendable... quitte à réduire le champ de vision
✓ Quelle neutralité à la recommandation ?



Alexis Brezet

Directeur des rédactions du groupe Le Figaro



Introduction

Journaliste, né le 24 août 1962 à Toulouse (Haute- Garonne). Fils de Marc-Antoine Brézet, Assureur-conseil et de Mme, née Elisabeth de Courrèges d'Ustou. Marié le 2 juin 1990 à Mlle Cécile Boivieux, Attachée parlementaire.

ETUDES ET DIPLOMES Collège Saint-Stanislas et Lycée Pierre de Fermat à Toulouse ; diplômé de l'Institut d'études politiques (IEP) de Paris.

CARRIERE à *Valeurs actuelles* : Journaliste politique (1987- 90), Chef du service politique (1990- 94), Rédacteur en chef France (1994- 99) ; Directeur de la rédaction de *Valeurs actuelles* (1999- 2000) ; Directeur adjoint de la rédaction chargé de la politique, la société et la science au *Figaro* (2000- 07), Directeur adjoint (en 2007), Directeur (2008- 12) de la rédaction du *Figaro Magazine* puis Directeur des rédactions du groupe *Le Figaro* (depuis 2012).

Olivier Abecassis

Directeur général d'e-TF1



40 ans, Diplômé de l'INT, devenu Telecom Paris

Directeur général d'E-TF1 – Fondateur et Directeur de la plate-forme vidéo WAT depuis 2008. eTF1 est la filiale numérique de TF1 (Web, mobile, IPTV), le premier media player sur internet avec 17 millions de visiteurs uniques par mois). Wat est le troisième site de partage de vidéos en France avec 5 millions de visiteurs uniques par mois.

Son parcours en bref

2006 – Fondateur de WAT / Leader de la stratégie digitale des médias sociaux (investissements dans les start-up telles que Overblog, premier blog player avec 10 millions de visiteurs uniques par mois)

2004. Directeur des nouvelles technologies de la DTMI (Direction des technologies et des moyens internes) de TF1.

1999 – Chef de projet Ingénierie et Investissements chez TF1
1999 - Chef de projet pour le lancement de TPS comme expert en vidéo numérique.

Centres d'intérêt

Vidéo en ligne - Publicité en ligne - Applications mobiles - Internet / Mobile / IPTV - OnTV - Jeux et jeux de hasard

Thierry Cammas

Président gérant
MTV/Viacom Media Network France



ESSEC, Licence de Philosophie à la Sorbonne, Thierry CAMMAS débute sa carrière comme Chargé d'Affaires au sein du fonds d'investissement média/hors média CSA FINANCE puis devient Contrôleur Marketing au sein du Groupe BIS.

Il rejoint la chaîne musicale MCM en 1993, d'abord comme Directeur Adm. & Financier, puis comme Directeur Général à partir de 1998 des chaînes musicales MCM et MUZZIK. Jusqu'en septembre 2004, il construit, en tant que Directeur Général, le leadership du Groupe MCM. Pendant cette période, il développe aussi la chaîne de musique classique européenne MEZZO, dont il est le Président-Directeur Général.

Depuis Janvier 2005, Thierry CAMMAS est Gérant de VIACOM MEDIA NETWORKS FRANCE et Président-Directeur Général de GAME ONE. L'ensemble représente l'intégralité des activités audiovisuelles de VIACOM En France dans le domaine de la Jeunesse, de la Musique et du Divertissement.

Tout au long de sa carrière audiovisuelle en France, Thierry CAMMAS a créé plus d'une dizaine de chaînes thématiques, toutes aujourd'hui référentes et reconnues dans leur domaine.

Philippe Cardon

Vice Président Europe & PDG France
et Benelux de Sony PlayStation



Philippe Cardon est un spécialiste de l'économie de l'audio-visuel. Après avoir débuté sa carrière chez Ernst & Young, aux départements Audit, puis Conseil, Philippe rejoint le groupe Time-Warner, dans l'entité cinéma Warner Bros, où il travaille sur la distribution de films en salle de cinéma, le Home Vidéo et la distribution dématérialisée. Son expérience sur tous ces sujets, acquise en France et à l'étranger, lui permet d'avoir une vision complète de la chaîne de valeur des contenus audiovisuels.

Depuis près de quatre ans, Philippe a rejoint le groupe Sony, dans l'entité Jeux Vidéo : Sony PlayStation. Membre du comité de direction européen, il dirige les filiales Française, Hollandaise et Belge. Au titre de ses activités, Philippe supervise la distribution des consoles de jeux PlayStation (PS4, PS Vita, PS3), l'édition et la distribution des jeux vidéo exclusifs de Sony (Gran Turismo, Uncharted, The Last of Us,...), ainsi que l'activité de vente de contenus dématérialisés sur le réseau de Sony PlayStation : le PlayStation Network.

Philippe Carli

Directeur général du groupe Aumaury



Philippe CARLI, diplômé de l'École Supérieure d'Electricité, titulaire d'une maîtrise de physique du solide de l'Université d'Aix-Marseille et de la Fuqua School of Business de l'Université de Duke (USA), débute sa carrière en 1985 à l'Aérospatiale (EADS) puis rejoint Siemens AG en Allemagne comme Chef Produits. Après un passage chez Hewlett Packard comme responsable Grands Comptes du secteur Telecom, SIEMENS le rappelle en 1991 où il occupe différents postes de responsabilité dans l'industrie en France et en Allemagne. Philippe CARLI devient Président de SIEMENS France puis Vice-Président secteur Energie SIEMENS Europe du Sud-Ouest. En 2010 il rejoint le Groupe AMAURY en qualité de Directeur Général et Administrateur.

Par ailleurs, il est Administrateur de Presstalis et Mediakiosk et Président de la Coopérative de Distribution des Quotidiens. Il est également Administrateur et Président du Comité d'Audit d'Euler Hermès.

Il est aussi membre du Conseil de Surveillance de la Chambre Franco-Allemande de Commerce et d'Industrie et membre du DIK (Deutsch Industrie Kreis).

Pierre Conte

Président de GroupM France et
Vice Président de l'UDECAM



Diplômé de l'Institut d'études politiques (IEP) de Paris, Pierre Conte débute sa carrière en tant que journaliste au groupe Hachette Filipacchi dès 1981 puis intègre le service politique de RTL en 1984. Il devient ensuite Chef de publicité de l'Expansion en 1986 puis Directeur de clientèle à la régie publicitaire de Canal+ en 1988.

Au sein du groupe Expansion, de 1993 à 1997 Pierre Conte exerce successivement les fonctions de Directeur de la publicité à l'Expansion, Directeur commercial groupe et Editeur de l'Expansion Voyage, ainsi que Directeur général adjoint. Après avoir été Directeur délégué au marché publicitaire à Emap France, il devient Directeur général adjoint de RTL Group en 1998. Pierre Conte prend ensuite la présidence d'Optimum Media Direction (OMD France ; Groupe Omnicom) en 2002. Au Figaro, de 2005 à 2013, outre les présidences de Figaromedias et de Figaro Classifieds et de la Direction de Madame Figaro, il supervise pendant huit ans le développement digital du Groupe.

Pierre Conte est Administrateur du CESP et, depuis sa création en 2007, il est également le Président d'Audipresse.

Après plus de 25 ans d'expérience dans les médias et la publicité, il prend en 2013 la présidence de GroupM France, leader des Groupes d'Agences Media.

Benoît Sillard

Président Directeur Général de CCMBenchmark



Benoît SILLARD a contribué, de 1988 à 1998, au développement de deux grands groupes de communication, le groupe HERSANT et le groupe RTL. Homme d'innovations, il a été à l'origine de concepts qui ont touché des millions de personnes : morning shows, Love in Fun, Dance machine...

Benoît SILLARD a ensuite créé en 1999 la société TV-radio.com / ComFm qui diffuse sur Internet de nombreux médias et dont il a cédé le contrôle à TDF en 2002.

De 2003 à 2007, il a été Délégué Interministériel aux usages de l'Internet. Il est à l'origine d'initiatives politiques telles que le PC à 1 € pour les étudiants et Internet accompagné à domicile.

En 2011, il publie l'ouvrage « Maîtres ou esclaves du numérique ».

Benoît SILLARD dirige aujourd'hui CCM BENCHMARK GROUP qui édite de nombreux sites Internet en France et à l'étranger tels que : CommentCaMarche.net, JournadesFemmes.com, JournalduNet.com, linternaute.com, Copains d'avant, Santé-Médecine.net, Droit-Finances.net... Avec 60 millions d'utilisateurs dans le monde, son groupe fait partie du top 100 de l'Internet mondial et en est le deuxième acteur français.

Keynote Speaker

Yves Tyrode

Directeur général de Voyages-sncf.com et directeur digital et Communication du groupe SNCF

Né en 1966, il est diplômé de l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications (ENST) de Paris, il a consacré l'ensemble de sa carrière au digital.

Directeur Marketing de France Télécom Mobile (1991-2000), il pilote le lancement de Tatoo, le pager grand public, ainsi que l'offre Itineris business.

En 2000, il devient Directeur Général de l'Internet Mobile Entreprise et Responsable du Programme Wifi chez Orange France, où il dirige le déploiement du wifi en France via 30 000 « hotspots » et son intégration sur la Livebox. Il crée alors la start-up MIB (Mobile Internet for Business), première entreprise dédiée aux portails d'entreprises multi-accès.

De 2003 à 2005, il est Directeur des Offres Convergence PME en Europe, pour Orange Business Services. Il lance l'offre Business Everywhere en 2004, et développe la Business Livebox.

Yves Tyrode cofonde en 2006 le Technocentre d'Orange, dont il devient Directeur Exécutif. Il est chargé de piloter l'ensemble de l'innovation technologique et du marketing stratégique d'Orange, qui implique près de 4 000 collaborateurs.

Depuis 2011, à la tête du Groupe Voyages-sncf.com - Rail Europe, il a accompagné le développement de l'entreprise via de nouveaux relais de croissance, notamment l'international et le mobile, et de nombreuses innovations telles que le m-billet, Mytripset, Instants V, Calendrier des Prix...

En tant que Directeur digital et Communication de SNCF, sa mission est de transformer le groupe SNCF en une organisation totalement digitalisée.



Keynote Speaker

Rémy Pflimlin



Président Directeur Général de France Télévisions

Né en 1954, diplômé d'HEC, Rémy Pflimlin débute sa carrière en 1979 à Jours de France avant de rejoindre en 1985 les Dernières Nouvelles d'Alsace. En juin 1991, il rejoint la Société alsacienne de publications, editrice de l'Alsace, dont il sera président du directoire de 1993 à 1999. En 1999, il rejoint France 3 en qualité de directeur général. Puis en 2006 les Nouvelles messageries de la presse parisienne (NMPP), devenue Presstalis, en qualité de directeur général.

Depuis le 23 août 2010, il est le Président Directeur Général de France Télévisions.

Il est également Président du Conseil d'Administration du Conservatoire National Supérieur de Musique et de Danse (CNSMD) de Paris (depuis 2005) et du festival International des Musiques d'aujourd'hui Musica à Strasbourg (depuis 2011).



Créé en 1975, l'Institut national de l'audiovisuel, entreprise publique résolument engagée dans le XXI^e siècle, collecte et conserve 80 ans de fonds radiophoniques et 70 ans de programmes de télévision qui fondent notre mémoire collective. Il les valorise et leur donne sens pour les partager avec le plus large public en France et à l'étranger. Ses images et ses sons sont accessibles, pour partie, sur son site grand public ina.fr et dans leur totalité, dans ses centres de consultation Ina THEQUE au titre du dépôt légal. Ils sont aussi mis au service de la production et de la diffusion de programmes, de l'édition, de l'éducation par l'image et de l'animation culturelle.

L'Ina concentre des compétences d'expertise, une vocation d'observatoire des médias, au service de l'excellence et de l'innovation. L'Institut est l'un des premiers centres de formation initiale et continue aux métiers de l'audiovisuel et des nouveaux médias et s'affirme comme un laboratoire de recherche et d'expérimentation.

www.institut-national-audiovisuel.fr



Mediametrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile et le Cross-Médias. En 2014, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 82,4 M€. Web : www.mediametrie.fr

Twitter : www.twitter.com/Mediametrie Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

www.mediametrie.fr



Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 39 milliards d'euros en 2014 et 155 000 salariés au 31 mars 2015, dont 98 000 en France. Présent dans 29 pays, le Groupe servait 247 millions de clients dans le monde au 31 mars 2015, dont 188 millions de clients du mobile et 16 millions de clients haut débit fixe. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui vise à mettre les besoins de ses clients au centre de sa stratégie pour qu'ils puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur le NYSE Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com, www.livetv.orange.com ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

NPA conseil est aujourd'hui la référence en matière d'analyse et d'accompagnement stratégique pour les médias et les services numériques. L'équipe NPA apporte son expertise auprès de tous les grands acteurs du marché français. Au cœur de l'actualité du « tout numérique », NPA conseil met à votre disposition son expérience et ses compétences en veille, analyse et conseil stratégique.

Research

Etudes sectorielles, analyses de marché, prospectives...

NPA conseil développe des outils de prévision et de suivi des marchés et réalise des études à caractère prospectif sur les évolutions des médias numériques. Organisé en « pôles d'expertise », nos consultants mettent en perspective les problématiques de chaque secteur de l'économie numérique et en analysent les évolutions.

NPA conseil apporte des réponses claires et ciblées, et permet ainsi à ses clients d'appréhender efficacement un marché en perpétuelle mutation.

Consulting

Conseil, accompagnement stratégique et études spécifiques

Dans un contexte mouvant, les acteurs du marché doivent régulièrement repenser leurs positions. Evolutions souvent complexes du contexte juridique, modèles économiques fluctuants, renouvellement des offres, évolution des usages, recherche de l'innovation marketing, problématiques organisationnelles.

NPA conseil accompagne les entreprises au plus près de leurs problématiques stratégiques.

Notes