

AMATO Étienne Armand

Titulaire d'un doctorat en Sciences de l'Information et de la Communication (Université Paris 8 - 2008), d'un DESS « Ethnométhodologie de la communication » (Université Paris 8 - 2003) et d'un DEA « Enjeux sociaux des technologies de la communication » (Université Paris 8 - 2002), Étienne Armand Amato est chercheur et enseignant en Sciences de l'Information et de la Communication, spécialiste des médias, du numérique et de la pédagogie.

Il exerce en qualité d'animateur pédagogique et de conseiller technique aux affaires numériques à l'Institut des Hautes Études pour la Science et la Technologie (IHEST). Auparavant, il a exercé, de 2011 à 2012, en qualité d'enseignant-chercheur au sein de Gobelins, l'École de l'Image, de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris, où il était responsable du déploiement de la Recherche et Développement. De 2009 à 2011, il a été le directeur des Études au sein de l'Institut de Création et d'Animation Numériques (ICAN).

Il est également :

- depuis 2010, Président de l'Observatoire des Mondes numériques en Sciences humaines (OMNSH), un réseau associatif et multidisciplinaire francophone réunissant plus de 80 chercheurs actifs,
- depuis 2009, Vice-Président à la Recherche de l'association Serious Game Lab, à Paris,
- depuis 2002, membre de la Société française des Sciences de l'Information et de la Communication,
- depuis 1999, membre associé au Laboratoire Paragraphe - EA 349, Université Paris 8.

ANDRO Anne

Chercheur au sein des Orange Labs, Fabienne Andro est diplômée de France Business School (1997) et de l'Université de Strathclyde à Glasgow et certifiée PMP® du PMI (Project Management Institute). Après une spécialisation marketing, elle intègre, en 1998, les équipes de France Télécom : elle se voit confier différents postes de marketing opérationnel, assurant notamment la responsabilité de cellules d'études marketing et ligne de produits. En 2002, elle rejoint les équipes recherche d'Orange Labs en tant que consultante et prend part à de nombreux projets

relatifs à l'accès distant, aux contenus et à la télévision mobile. À partir de 2006, elle participe, puis pilote des projets d'open innovation labélisés par le Pôle Images et Réseaux, dont des projets portant sur les formats publicitaires et menés, à ce titre, en collaboration avec la Régie publicitaire d'Orange France. Elle a également assuré la conduite du projet MIRIAD de 2010 à 2012, projet qui a donné lieu à cinq expérimentations et à une première estimation du coefficient de mémorisation mobile. Depuis octobre 2013, elle est membre de l'IRT (Institut Régional de Technologie) b<>com, où elle a en charge la responsabilité d'un projet traitant d'interactions et de données immersives.

BASTIÉ Brice

Diplômé de l'Université des Sciences Sociales-Toulouse I en droit des Technologies de l'Information et de la Communication, Brice Bastié a débuté sa carrière en 2009 au sein du Forum des droits sur l'Internet (FDI) en qualité de juriste-chargé de mission. Il y a été en charge des problématiques liées à la protection de l'enfance sur Internet, aux jeux d'argent et aux libertés fondamentales ; il a travaillé notamment sur des questions relatives à la *net neutrality*.

En novembre 2010, il rejoint les équipes de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) en tant que juriste-conseil, puis, en parallèle, il est nommé, en 2012, Chargé des relations avec les institutions professionnelles. À l'ARPP, il est principalement en charge des questions liées au numérique, aux secteurs financiers et aux jeux d'argent.

Il est l'auteur des deux premiers bilans déontologiques sectoriels de l'ARPP relatifs à la Publicité des Jeux d'argent et a participé au groupe de travail Trans Europe Expert sur « *Les jeux en ligne en France et en Europe : quelles réformes trois ans après l'ouverture du marché ?* ». Il a été également co-rapporteur des groupes de rédaction interprofessionnelle des Recommandations de l'ARPP : « *Publicité des produits financiers et d'investissement, et services liés* » et « *Identification de la publicité et des communications commerciales. Identification de l'annonceur* ».

BEAUDICHON Bertrand

Nommé en 2012, Président du CESP (Centre d'Étude des Supports de Publicité - Président de 2012 à 2013), et élu, en parallèle, Président de l'UDECAM (Union des Entreprises de Conseil et d'Achat Media) en janvier 2013, Bertrand Beaudichon est également membre du conseil d'administration de Médiamétrie

(Institut de mesure de l'audience des médias audiovisuels, Télévision, Radio, Cinéma, Internet, câble, satellite, multimédia, TNT, ADSL...) et du CRTM (Club de recherche tous médias). Il a participé en 2012 aux Cannes Lions et aux Eurobest en tant que membre du jury Media, représentant la France.

Après l'obtention d'un DESS d'audit à Dauphine, Bertrand Beaudichon entre chez Arthur Andersen en 1995, où il est amené à auditer de nombreux groupes, notamment DDB France.

En 1997, il rejoint DDB France en tant qu'auditeur interne, puis évoluera au sein du groupe. Nommé directeur Financier à 28 ans, il accède 5 ans plus tard au poste de directeur général Finances Groupe, et devient, à ce titre, membre du directoire. Après 10 ans d'immersion dans la culture DDB et Omnicom « Creative Solutions for Business Issues », Bertrand Beaudichon fait un rapide passage à la direction générale du GroupM (WPP) en 2008, avant de rejoindre Hervé Brossard en 2009 pour devenir le Vice-Président d'Omnicom Media Group France avec pour objectif de faire d'Omnicom Media, une société de conseil reconnue en matière de communication média.

En avril 2012, Bertrand Beaudichon est nommé en parallèle directeur général de PHD, qui incarne le positionnement du réseau sur la créativité et l'innovation alimentée par une pensée novatrice, *to find the better way* pour les clients de PHD.

## BAZIN Chrystèle

Chrystèle Bazin est co-gérante et associée de LA FABRIQUE JAUNE.

En tant que consultante, elle s'est vu confier différentes missions. À ce titre, elle a été notamment :

- Rédactrice chez Moderne Multimédias,
- Consultante nouveaux médias chez Sofrecom,
- Consultante communication au Conseil régional de Picardie,
- Formatrice nouveaux médias pour le Festival Connexion,
- Vice-présidente et co-directrice de la programmation pour Association Silhouette.

## BERIOT-CAYLA Anne

Au sein du Syndicat national de la Communication Directe (SNCD), Anne Beriot-Cayla s'occupe plus spécifiquement des aspects marketing, communication, relations presse et développement.

Titulaire d'un Master en marketing et stratégies internationales de l'EBS, Anne Beriot-Cayla, avant d'intégrer le SNCD, a été responsable du marketing opérationnel de Chapitre.com et de la gestion transversale de projets chez France Loisirs. Puis, elle a réalisé des missions d'accompagnement pour l'agence Maetva

Direct, ainsi que pour ECB Development, un prestataire de services dans le domaine des arts graphiques.

## BUSSON Alain

Alain Busson est titulaire d'un doctorat d'État ès sciences économiques et du diplôme du programme doctoral H.E.C. (spécialité : stratégie d'entreprise - 1983).

Alain Busson est membre du laboratoire EOLE, qui travaille sur le management de l'innovation, les nouvelles technologies et les industries créatives. Il a travaillé sur plusieurs projets de recherche financés par la Commission européenne dans le domaine du e-gouvernement (Terregov, Qualeg, Iris), ainsi que sur des projets financés par l'Agence Nationale de la Recherche et relevant du domaine de l'audiovisuel interactif (Eulalie 1 et Eulalie 2). En 2010, il a réalisé deux études prospectives : pour Orange : « Prospective du marché audiovisuel américain à l'horizon 2015 » ; pour l'UDECAM : « Prospective des médias français à l'horizon 2020 ».

Il intervient dans le cadre des Majeure et mastère spécialisés « Médias, Art et Création » - « Économie des industries créatives - stratégie - création d'entreprise ».

## DANÉ Christophe

Titulaire d'un master en communication Sup de Pub, Christophe Dané a débuté sa carrière en 1991 au sein d'agences de publicité : chez Leo Burnet tout d'abord, puis CLM BBDO, avant de rejoindre l'agence Le Lab, fondée par Éric de Ruy en 1993. En 1995, il devient directeur des Études de CIA Le Lab, avant de lancer, en 1999, les activités digitales de Mediaedge:cia (groupe WPP), dont il devient le DGA.

Il est impliqué dans l'association IAB France depuis la création de celle-ci ; il en a été le Vice-Président en 2002 et 2003.

En 2007, il rejoint l'agence Havas Media pour prendre en charge la direction générale de Media Contacts (la structure digitale du groupe), puis il en devient le directeur associé pour s'occuper de grands comptes comme Orange, EDF, Pages Jaunes, ainsi que des activités hors-médias d'Havas Cross Media pendant 4 ans. En novembre 2011, il rejoint Omnicom Media en tant que directeur général en charge des activités digitales du groupe.

## DESHAYES Christophe

Cela fait plus de vingt ans que Christophe Deshayes décrypte la propagation de la révolution numérique dans les entreprises, dans l'économie et la société, ainsi que les usages du numérique au quotidien. Conférencier d'entreprise, il a animé plus de 1 500

conférences dans des entreprises, des *think tanks*, des colloques et des universités.

Depuis 1996, il a eu à diriger plusieurs organismes de veille et de prospective. Il a publié *Le Petit Traité du Bonheur 2.0*, avec Jean-Baptiste Stuchlik, chez Armand Colin, et *Les vrais révolutionnaires du numérique*, avec Michel Berry, aux Éditions Autrement. Il publie régulièrement des articles dans de nombreux médias.

## DESLIS Jirasri

Jirasri Deslis est ingénieur de Recherche et Développement au sein du département Traitement du Signal et des Images de Télécom ParisTech. Diplômée du Mastère spécialisé en Multimédia-Hypermédia (Télécom ParisTech-ENSBA) et du Master Recherche en Sciences sociales, mention Anthropologie, de l'EHESS, elle travaille actuellement sur des thématiques de recherche concernant la sémantisation des ressources éducatives et l'usage des données ouvertes dans le contexte pédagogique. Auparavant, elle était ingénieur d'études au sein de l'Équipe Sémiotique Cognitive et Nouveaux Médias de la Fondation Maison des Sciences de l'Homme pour les programmes de recherche Archives Audiovisuelles de la Recherche et Atelier Sémiotique Audiovisuelle (ASA-SHS).

## FARGE Didier

Didier Farge s'intéresse tout particulièrement au marketing relationnel, à la connaissance client, au parcours client et, de manière générale, à tous les projets d'entrepreneurs qu'ils soient petits ou grands, ambitieux ou plus modestes.

Fort d'une bonne connaissance de l'écosystème Marketing multi/omni canal, qu'il a acquise au fil d'une carrière qui la conduit chez « Unilever » (études et marketing produit glaces Carte d'or), chez « Young et Rubicam » (au sein de l'agence Wunderman située à Paris et en qualité de directeur général Bruxelles) et au sein de différentes *start-up* dans l'univers du Web et de la messagerie électronique (e-mail Vision, Message media Europe, entrepreneuriat) et, plus récemment, en tant que DG France d'Abacus.

Il est le Président fondateur de Conexance : créée en 2006, cette société est spécialisée dans la connaissance client élaborée à partir de l'exploitation de bases de données comportementales (une société qui emploie 40 personnes et dont le chiffre d'affaires annuel est de 5 millions d'euros). En 2011, cette société a fait l'acquisition de Marketing 1by1 qui est située aux États-Unis.

Il est depuis 2010 le Président du SNCD (Syndicat national de la Communication Directe), qui offre une ouverture sur le Big Data et les *start-up* du secteur.

Il est également le co-fondateur de *Mailinside* : une société qui transforme les enveloppes postales en support de communication, et dans laquelle la société Bong a pris une participation à hauteur de 20 %.

Didier Farge est titulaire d'un diplôme Coaching d'Assas et est diplômé de l'ESCAE d'Amiens et de l'ESPM Paris.

## GAUCHER Denis

Denis Gaucher a joué un rôle majeur dans le développement de la stratégie numérique de Kantar Media. Il a occupé précédemment les fonctions de Global CIO et compte à son actif le déploiement en France et à l'international des plateformes de veille et d'analyse *online* des contenus médias AdExpress et Evaliant. Plus récemment, c'est sous son égide que Kantar Media a lancé une activité de veille musicale, renforçant ainsi sa position de leader en matière d'études, d'analyse et d'information marketing. Depuis 2010, il est en charge de l'activité Ad Intelligence pour l'ensemble des pays européens.

## HENEGHAN Patrick

Patrick Heneghan est Analyste chez Google France. Ayant intégré Google Paris en 2007, Patrick Heneghan est analyste dans l'équipe chargée de la commercialisation des solutions publicitaires de Google. Il est diplômé d'un Master en Marketing de l'Institut d'Études Politiques de Paris.

## LACOMBLED David

David Lacomble est directeur délégué à la stratégie de contenus du groupe Orange, depuis 2011. À ce titre, il est membre du conseil d'administration de la filiale cinéma du groupe, Orange Studio.

En 2000, il entre chez Wanadoo, où il crée le programme d'actualité avant de devenir le directeur de l'antenne dudit portail. De 2005 à 2007, il est directeur des relations institutionnelles de France Télécom. De 2007 à 2010, il est directeur de l'antenne et des programmes des portails Web et mobile d'Orange.

David Lacomble est Président de l'Internet Advertising Bureau (IAB) France, depuis avril 2014. À ce titre, il est membre du conseil d'administration de l'ARPP.

Il a également créé, en 2011, un *think tank* qu'il préside, *La villa numeris*. David Lacomble est également membre du conseil d'administration du Celsa, depuis décembre 2013.

Journaliste de formation (ESJ Paris), David Lacomble assure en 1992 la présentation du journal de l'économie sur RFI. De 1993 à 1995, il est chargé

de mission au sein du Cabinet du ministre d'État, ministre de la Défense, où il est en charge des questions de communication hors-médias. Par la suite, il devient consultant avant de fonder, en 1997, la Société européenne de conseil et de communication, Orange bleue.

### LALLEMENT Gérard

Gérard Lallement est ingénieur général des Mines et est en fonction au Conseil général de l'Économie, de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies (le CGE, pour Conseil général de l'Économie).

### LAMON Livia

Diplômée de Sociologie de l'Université de Genève, elle a travaillé en tant qu'analyste de tendances chez Ubisoft, puis au sein de l'Institut d'Études Qualitatives avant d'intégrer AdSight, la cellule d'analyse des stratégies publicitaires de Kantar Media. Elle est spécialiste des problématiques luxe et digital.

### LEEDER Nick

Nick Leeder est directeur général de Google France. Nick Leeder est responsable de la commercialisation des solutions publicitaires de Google et du développement de l'entreprise en France. Il intègre Google en mars 2011 en tant que directeur général pour l'Australie et la Nouvelle-Zélande. Nick Leeder 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 Leeder était en fonction chez Fairfax et McKinsey & Co. Nick Leeder est titulaire d'un diplôme en mathématiques pures de l'Université de Sydney et d'une maîtrise en administration des affaires de l'INSEAD.

### LEGENDRE Philippe

Ingénieur en Agriculture (diplômé de l'ESITPA), Philippe Legendre commence sa carrière professionnelle en 1980 au sein de l'Institut d'Études Marketing. En 1988, il entre à l'AACC (Association des Agences-Conseils en Communication) en tant que responsable des études et, en 1997, il est nommé directeur de l'AACC, en charge des relations avec les agences relevant de l'association et de la coordination de cinq délégations. Le 1er mars 2005, il prend en charge la direction de l'IREP (Institut de Recherches et d'Études Publicitaires).

Philippe Legendre est également Professeur Associé à l'Université Panthéon Assas Paris 2, où il enseigne l'économie de la communication en L3 et en Master 2.

Il est Chevalier de l'Ordre des Palmes Académiques.

### MARTIN Stéphane

Diplômé de l'École Supérieure de Publicité (Sup de Pub) et après des études en Sciences économiques, Stéphane Martin commence sa carrière en qualité d'animateur et de directeur des programmes à Radio RVS (Rouen) entre 1981 et 1984, avant de devenir, en 1985, animateur à Radio Porte Océane (Le Havre). En 1989, il est nommé responsable des études de l'Institut Pretesting Europe (groupe MV2). De 1990 à 1997, il a été successivement responsable qualité, puis directeur adjoint du marketing chez Avenir France. En 1997, il est promu directeur Marketing d'Avenir Europe. De novembre 1998 à juin 2010, Stéphane Martin est directeur délégué du Syndicat national de la publicité télévisée (SNPTV). Depuis juillet 2010, il est directeur général de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP). À ce titre, il est administrateur de l'Alliance européenne pour l'éthique en publicité (EASA) et membre de la Commission Marketing et Publicité de la Chambre de commerce internationale (ICC).

Il est par ailleurs Président du Fonds d'assurance formation des secteurs de la culture, de la communication et des loisirs (AFDAS), trésorier du Centre médical de la publicité et de la communication (CMPC), délégué de la section Communication (collège des adhérents) de l'institution de prévoyance AUDIENS. Aux côtés de Gérard Worms, il assure la Vice-Présidence du Comité de pilotage du Centre Multiservices Partagés Audiovisuels et Numériques « La Fabrique des Formats ».

### MOISSINAC Jean-Claude

Jean-Claude Moissinac est Maître de Conférences au sein du département Traitement du Signal et des Images de Télécom ParisTech. Ses recherches portent sur les technologies du multimédia, en particulier le transport et la représentation de documents multimédias. Ses derniers travaux portent sur l'application des technologies du Web sémantique à des applications et documents multimédias, notamment pour des ressources éducatives.

### PAU Louis-François

Louis-François Pau est ingénieur civil de l'aéronautique et de l'espace, docteur-ingénieur (Traitement du signal) et docteur ès Sciences (Économie). Il est C.T.O. de la division Réseaux de L.M. Ericsson au niveau mondial, après avoir été C.T.O. (Europe) de Hewlett Packard. Il occupe aussi des fonctions de professeur à temps partiel à la Copenhagen Business School, à la Rotterdam School of Business et à l'Université de Pretoria. Il a été également professeur à la Danish Technical University, au M.I.T. (Cambridge, Mass) et à l'ENS Télécommunications (Paris). Il est également membre de plusieurs conseils

d'administration ou conseils scientifiques en Scandinavie et en Asie.

### PHAN PLACE Nathalie

Nathalie Phan Place est Secrétaire Général du Syndicat national de la Communication Directe (SNCD), qui représente les professionnels du marketing direct multicanal. Outre la direction du Syndicat, elle s'occupe plus particulièrement de problématiques juridiques et déontologiques spécifiques à ce domaine, assure une activité de veille et gère les relations institutionnelles et interprofessionnelles. Elle est également trésorière de Signal Spam, une association qui lutte contre les abus du *spamming*.

Elle est spécialiste en droit informatique et libertés, des données personnelles et des nouvelles technologies. Elle est diplômée de l'École Supérieure de Commerce de l'ESLSCA et est titulaire d'un Master 2 en droit des créations numériques des Universités Paris Sud et Panthéon-Sorbonne.

### RIGAULT Athénaïs

Justifiant d'une formation universitaire (Paris Dauphine et Panthéon-Sorbonne), Athénaïs Rigault a débuté sa carrière en agences de marketing opérationnel et relationnel. Elle a ainsi été amenée à concevoir et à mettre en œuvre des campagnes de communication pendant plus de dix ans. En 2007, elle a rejoint l'équipe de l'UDA en tant que directrice hors-médias. Par ailleurs, elle intervient de façon ponctuelle auprès de différentes écoles de commerce et a notamment enseigné le marketing opérationnel dans le cadre du Master Communication marketing intégrée de l'Université Paris-Dauphine de 2005 à 2011.

### SAWADOGO Christiane

Christiane Sawadogo is an advertising student living and studying in the United States. After a degree in Communication at EFAP Paris, she graduated from Sup de Pub with a major in Copywriting. In 2013, she moved to San Francisco to attend the Miami Ad School San Francisco and build her portfolio. Content and new technology enthusiast, she thrived in the creativity crossroad that is the Silicon Valley. Now based in New York, she reinjects all those influences in personal projects while finishing her portfolio.

### SERRIS Jacques

Jacques Serris est ingénieur général des Mines et est en fonction au Conseil général de l'Économie, de l'Industrie, de l'Énergie et des Technologies (le CGE, pour Conseil général de l'Économie).

### TASSI Philippe

Diplômé de l'ENSAE et docteur en mathématiques, Philippe Tassi est depuis 1994 le directeur général adjoint de Médiamétrie, une nomination intervenue après avoir travaillé à l'INSEE et à l'ENSAE en tant que professeur et directeur de formation. Il est également professeur associé en sciences de gestion à l'Université Paris 2 Panthéon-Assas.

Membre de l'Association Française de Marketing, de la Société Française de Statistique, d'ESOMAR, et membre élu de l'International Statistical Institute (ISI), il fait partie des comités de lecture permanents des revues *Décisions Marketing* et *Revue Française de Marketing*.

Auteur ou co-auteur de nombreux ouvrages, articles et communications sur les théories et applications de la statistique mathématique et des sondages, il est directeur de la collection « Médias et Publicité » aux Éditions Economica.

### TROUSSET Éric

Éric Troussel est directeur général adjoint Marketing & Études chez Mediapost Publicité.

Il co-dirige la régie publicitaire Mediapost Publicité, une filiale de Mediapost Communication (La Poste), qui est en charge du marketing, des études et de la communication. À ce titre, il assure le développement de l'ensemble des outils de mesure et de valorisation du Home Media. Il pilote également le planning stratégique, la création d'offres commerciales multicanal ainsi que la communication de la régie précitée.

Auparavant, il a occupé pendant 10 ans le poste de directeur Marketing du Pôle Investissements Publicitaires de l'Institut Kantar Media. De 1992 à 2000, il a occupé plusieurs fonctions au sein de la régie TF1 Publicité, notamment le poste de directeur adjoint des Études.

Il est titulaire d'un DEA Stratégies Marketing et Prospectives de l'Université Paris IX-Dauphine.

Par ailleurs, Éric Troussel est président du GIE Balmétrie qui mesure l'audience du média courrier, et est membre des conseils d'administration de l'IREP et de Media Institute.

### VARENNE Dominique

Docteur en droit et ancienne élève de l'École Nationale Supérieure des PTT, Dominique Varenne a accompli l'essentiel de sa carrière dans le secteur des télécommunications : au sein de l'administration des PTT tout d'abord, puis de France-Télécom, où elle était en charge plus particulièrement des domaines relatifs à la tarification des télécommunications et où elle a eu à traiter de problématiques touchant à l'application du droit de la concurrence dans un contexte d'ouverture à la concurrence de l'ancien monopole. Elle est aujourd'hui en fonction au Conseil général de

l'Économie, lequel bénéficie de l'expertise qui est la sienne dans le domaine des communications électroniques et d'Internet ; elle a d'ailleurs été amenée à ce titre à participer à l'élaboration de nombreux rapports.

### VOLAND-RIVET Claudie

Claudie Voland-Rivet est directrice Marketing et Innovation à UDA.

Diplômée de l'Institut français de Presse, Claudie Voland-Rivet, après une expérience études médias chez Ipsos, est nommée, en 2000, au poste de déléguée générale de l'IAB France. De 2006 à 2012, elle exerce des fonctions de directrice marketing et communication dans différentes régies *online* (AdLINK, Hi-media et Horyzon media). Elle rejoint l'UDA en janvier 2012 en tant que directrice Marketing et Innovation.