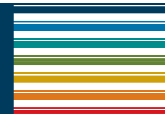


PROGRAMME



8h45•9h

ACCUEIL

9h00•9h45

L'INFORMATION AUDIOVISUELLE LOCALE : QUEL ACCÈS, QUELLE DIFFUSION, QUEL IMPACT, QUEL BUSINESS MODEL

Table ronde modérée par Michel Grossiord, journaliste à Europe1 et Public Sénat abordera :

- Le comportement de la consommation d'information par le public local
- La multiplication des accès, la libéralisation des fréquences comme levier supplémentaire de croissance pour le local
- L'évolution pour le réseau public local et privé en termes de production et d'audience

Invités :

- *Bruno Chetaille*, Président de Médiamétrie
- *Sylvie Genevoix*, Conseillère au CSA
- *Stéphane Capron*, Directeur Adjoint, en charge de l'information du réseau France Bleu
- *Olivier Loubet*, Directeur Délégué en charge de l'information de France 3

Pause

10h00•11h00

DU PAPIER AU MULTIMÉDIA DANS LES GROUPES DE PRESSE LOCAUX : CONTENU, PUBLICITÉ, MODÈLE ÉCONOMIQUE.

Introduction par Stanislas Seveno, Directeur du département Media de TNS Sofres

Table ronde modérée par Didier Falcand, Rédacteur en chef des Clés de la Presse abordera :

- La diffusion et l'analyse des chiffres du Baromètre de la Consommation Numérique
- L'évolution des Business Models : comment le print se met au service du web
- Des exemples de stratégies gagnantes dans un contexte de crise en France et à l'étranger

Invités :

- *Frédéric Aurand*, Président du directoire du Groupe Hersant Media
- *Jean Christophe Serfati*, Directeur Général Médias de Spir Communication
- *Jean-François de Lanversin*, Directeur Général de Quotidiens Associés : La complémentarité stratégique des revenus nationaux et locaux pour les groupes médias : le cas de la PQR
- *Christophe Marais-Laforgue*, Directeur Général du Groupe Sud Ouest
- *Willf Maunoir*, Head of research Metro International : L'évolution des médias de proximité dans les grandes métropoles européenne : présentation du cas Metro.

PROGRAMME



11h•11h45

TÉMOIGNAGES : REGARDS CROISÉS DES SECTEURS ESSENTIELS À CES MÉDIAS

Table ronde modérée par Pierre-François Colleu, Président de Media Institute abordera :

- Point à date de la communication publique en locale
- Tourisme : comment mener une politique marketing territoriale ambitieuse et novatrice
- Energie : comment le secteur communique en local
- Automobile : comment les constructeurs organisent leur communication en période de crise

Invités :

- *Charles- Marie Boret*, Directeur de la communication de la ville de Bordeaux
- *Jean-François Lanneluc*, Directeur de la communication de la ville et de la communauté urbaine de Lyon
- *Morald Chibout*, Directeur Marketing d' EDF
- *Yves del Frate*, Directeur Général Adjoint d'Havas Media France

11h45•12h30

LE RENOUVELLEMENT DE LA COMMUNICATION DES MARQUES EN LOCAL À L'HEURE DU DIGITAL

- Pourquoi et comment le web sera le pilier de la communication locale de demain par *Thomas Romieu*, Directeur de Microsoft Advertising.
- Les points principaux à intégrer au niveau du planning stratégique pour bâtir une stratégie média local à long terme par *Dominique Levy*, Directrice associée et Directrice du planning stratégique de TNS Sofres.
- Comment la communication digitale s'intègre dans les stratégies médias locales par *Daniel Saada*, Président de Vivaki.
- Pourquoi la prise en compte des enjeux environnementaux donne de nouvelles opportunités d'offre aux acteurs du mobilier urbain dans l'accompagnement des annonceurs.

12h30•13h00

PRÉSENTATION DE LA NOUVELLE ÉTUDE DE LA PRESSE GRATUITE

Invités :

- *Michel Gaudron* du Syndicat de la Presse Gratuite
- *Xavier Guillon* d'Hersant Média
- *Patrice Rivière* de Spir Communication

13h00•14h00

DÉJEUNER SPONSORISÉ PAR LE SYNDICAT DE LA PRESSE GRATUITE