

(www.rhexpo-evenementiel.com), organisateur de ce rendez-vous, « *cette manifestation sera tournée vers l'extérieur.* »

La mondialisation, la fragmentation des médias dans le monde et les nouvelles technologies ont fait considérablement évoluer les habitudes des consommateurs, donc les défis des annonceurs et agences du monde entier. Une sommité du monde de la communication publicitaire disait qu'«

en 2016, chaque groupe médiatique intégrera des marques dans son contenu. Le flux annonceur-agence-consommateur étant inversé, un parfait inconnu pourra prendre le contrôle. Ainsi, les alliés pourraient devenir des concurrents, les consommateurs de nouveaux canaux, les annonceurs, des fournisseurs et les agences, des médias

». Cette analyse est encouragée par le comportement de certaines agences qui refusent de se plier aux exigences de l'évolution de la communication. Nombreuses sont celles qui préfèrent travailler sans se faire distinguer au risque d'être concurrencées, dira un annonceur; il faut arrêter de faire de l'habillage parce que ce sera toujours l'idée qui fera la différence entre le rien et ce qui fait avancer...Un partenaire de ces journées, en l'occurrence Interac-Technologie, une jeune agence, nous dira: Cette troisième édition va nous permettre de communiquer nos impressions - bonnes ou mauvaises - livrer nos avis, voire confronter nos stratégies et surtout nouer des relations pour encadrer la profession et veiller à son développement. Qu'en est-il chez nous? Beaucoup à dire et beaucoup à faire lorsqu'on sait que «

le marché de la publicité en Algérie a connu une expansion rapide ces dernières années. Il est passé de 4 milliards de DA en 2004 à 9,8 milliards de DA en 2006.

» Une occasion pour tracer un portrait de l'industrie pour mieux décrypter les enjeux de la publicité de demain. Le ministère du Commerce interviendra à travers une communication qui porte sur les pratiques déloyales de la publicité - un sujet d'actualité. Stéphane Martin, directeur délégué à la Sntpv, nous invitera à un débat sur les entreprises, marques: comment être « *vues à la télé*

»? Un sujet qui intéresserait l'auditoire, délivrer une vision sur les manières de concilier les différents modèles économiques de la Télévision. Luc Laurentin, auteur du livre No pub, traitera de: «

La communication, incontournable outil au service de la création de valeur.

» Un sujet qui suscitera un débat à la dimension de la valeur du thème. «

La publicité et pluralisme de la presse - La vente: coeur de métier de la régie publicitaire

». Une conférence qui sera animée par Ali Bakkali, doyen de la publicité dans son pays, le Maroc: 40 années de combat au quotidien. Directeur général du Groupe plurimédia New Publicity. Joseph Besnaïnou, directeur général de Arpp (ex-BVP), introduira un thème qui intéresse la pub et l'écologie. Il sera suivi de Nacer Gasmi, maître de conférences en sciences de gestion: «

La communication publicitaire, un levier d'action incontournable pour développer le capital marque.

» Ensuite lever de rideau sur «

La publicité sur Internet: quelle efficacité? Comment la réussir?

» Par Taoufik Habaïeb, T.H.COM Tunisie. Philippe Cartailier, expert marques et marketing, mettra quant à lui sur scène l'interdépendance croissante entre vitalité de l'économie (de marché), entreprises et marques publicitaires. Les sites Internet identitaires peuvent-ils

constituer une alternative en termes d'investissement publicitaire par rapport aux médias traditionnels? par Abbas Bendali de Solis, conseil validation des messages publicitaires télévisés par l'Arpp (historique/ efficacité du système/ les outils en ligne) par Mohammed Mansouri Arpp. Autant de thèmes qui nous sont proposés en compagnie d'entreprises nationales et d'agences de com., comme Air Algérie, Entv, L'Expression, médias nationaux, Interac-technologie, MMC BDD, Medialgeria, Media Stratégie, Premium, pour un voyage à travers les grandes questions qui caractérisent le développement de la publicité en Algérie et dans le monde.

R.N

Source: L'expression Dz du 6 mai 2009

www.lexpressiondz.com