



## → 16 juin 2008

8H00 Mise en place  
8H30 Café d'accueil  
8H45 Ouverture Officielle

**9H20**  
**La publicité**  
● PAR LE MINISTERE DE LA COMMUNICATION.

**9H50**  
**La PUB au futur**

**10H20**  
**Autorégulation du marché publicitaire**

FAYÇAL SAOUDI  
● DIRECTEUR COMMERCIAL DE L'ENTREPRISE DE TELEVISION ALGERIENNE

Pause café 10h 50

**11H15**  
**La problématique du financement de l'audiovisuel public**

ALI BAKKALI  
● PDG DE LA REGIE 3

**11H45**  
**Stratégies et enjeux mondiaux de la publicité**

JACQUES BILLE  
● VICE-PRESIDENT ET MEMBRE DU BOARD MONDIAL DE L'IAA (INTERNATIONAL ADVERTISING ASSOCIATION), PROF ASSOCIE A L'UNIVERSITE PARIS II-SORBONNE

**12H15**  
**Media, hors medias et convergence**

Philippe LEGENDRE  
● DG DE L'IREP\*, (INSTITUT DE RECHERCHES ET D'ETUDES PUBLICITAIRES) PROFESSEUR ASSOCIE PARIS II

Pause Déjeuner 12h 45

**14H00**  
**Réalité et virtualité**

La combinaison entre réel et virtuel astreint agences et annonceurs à réinventer leurs entreprises et s'avère être le concentré de plusieurs de nos études, incluant celles menées auprès des Présidents des grandes entreprises.  
LUC LAURENTIN  
● LIMELIGHT

**14H30**  
**La régie publicitaire des radios télévisions**

GUY TOLLET  
● DIRECTEUR DE PUBLICITE FRANCE TELEVISION PUBLICITE INTERNATIONAL

**14H45**  
**Regard des immigrés**

L'audience des chaînes satellitaires maghrébines auprès de la population d'origine maghrébine à l'étranger.  
ABBAS BENDALI  
● SOLIS CONSEIL FRANCE

**15H10**  
**L'avenir de la publicité et des agences**

La mondialisation, la fragmentation des médias et les nouvelles technologies ont fait évoluer les habitudes des consommateurs, et donc les défis des annonceurs et agences du monde entier. Demain, comment les experts des marques et des communications devront-ils repenser leurs façons de travailler ?

Quel sera le visage de l'agence de demain ?  
Comment évoluera la relation agences annonceurs ?  
Rachid Hamdad  
● SECRETAIRE GENERAL DE L'AACC MAROC

Pause café 15h 30

**15H45**  
**La Publicité dépense ou investissement ?**

Les dépenses médias et hors-médias des entreprises constituent un investissement majeur immatériel, dont le rôle moteur dans l'économie est mal connu et mal mesuré. Les économistes, qui reconnaissent depuis longtemps les dépenses de recherche et développement comme un levier déterminant de la croissance économique, sont en revanche quasiment muets sur l'investissement publicitaire. Il était temps de combler cette lacune.

RIAD AIT AOUDIA  
● DIRECTEUR GENERAL DE MEDIALGERIA

**16H30**  
**Qualité produits et publicité**

● PAR LA DIRECTION QUALITE MINISTERE DU COMMERCE

**17H00**  
**E-communication**

W.BOUBEKEUR  
● AIR FRANCE REPRESENTATION ALGERIE

Libre débat 17h30 / 20h00

## → 17 juin 2008

8H00 Mise en place  
8H30 Café d'accueil  
8H45 Mot de bienvenue des organisateurs

**9H20**  
**Auto régulation et grands enjeux d'aujourd'hui**

Protection du consommateur et développement durable de la télévision.  
JOSEPH BESNAINOU  
● DIRECTEUR GENERAL DU BVP FRANCE

**9H50**  
**Santé et Publicité TV**

Comment concilier durablement les communications à la télévision des pouvoirs publics et des marques, bénéfiques pour la santé (alimentation, prévention, vaccination, automédication...), et la publicité télévisée souvent accusée de beaucoup de maux (nutrition, éducation...) sans schizophrénie ?

STEPHANE MARTIN  
● DIRECTEUR SNPTV

**10H20**  
**L'intérêt de la mesure d'audience électronique**

GWILHERM NICOLAS  
● METRIC LINE MEDIAMETRIE

Pause café 10h 50

**11H15**  
**Les médias publics : entre service public et rentabilité**

**11H45**  
**Les radios Locales : l'efficacité de la proximité**

Chadly Boufaroua  
● DIRECTEUR DE LA RÉGIE PUBLICITAIRE DE LA RADIO ALGERIENNE

**12H15**  
**Quelle publicité pour quel Maghreb ?**

D'un point de vue publicitaire existe il plus de similitudes entre l'Algérie le Maroc et la Tunisie qu'entre la Belgique, la France et la Suisse ?

Grande est la tentation de le croire mais...  
MOURAD AIT AOUDIA  
DG GROUPE MCN ALGERIE

Pause Déjeuner 12h 45

**14H00**  
**Presse et publicité en Algérie**

**14H30**  
**Affichage et environnement urbain**

ALLAL AMRI  
● DG ALPUB

**15H00**  
**Affichage et régulation**

MOURAD HADJ SAÏD  
● DG AVENIR DECORATION

Pause café 15 H 30

**15H45**  
**Les technologies de l'information et de la communication en Algérie**

IRZOUNI MOULOUD  
● DIRECTEUR GENERAL DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION AU MINISTERE DE LA POSTE ET DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

**16H30**  
**L'Internet en Algérie**

Avec bientôt 1 million d'abonnés à l'ADSL, on peut considérer que 2008 marque l'entrée du Web dans les foyers algériens. Internet ce sont aujourd'hui des communautés d'internautes qui se retrouvent par passions communes. DZmusique.com, DZfoot.com, Emploitic.com, Ouedkniss.com, Kherdja.com. Des marques qui ont bâti leur notoriété online...

● NASSIM LOUNES, MEHDI DAHHAK

**17H00**  
**Quelle communication pour quel sport**

A l'ère de la communication par internet et la télévision par satellite, comment les milieux sportifs en Algérie perçoivent et utilisent-ils la communication ? Comment les clubs arrivent-ils à faire passer des messages auprès de leurs supporters ? La télévision est-elle l'amie ou l'ennemie des clubs de foot ? Les dirigeants savent-ils utiliser le langage adéquat face aux medias ?

Abdenour NOUIRI  
● Docteur en sciences économiques, diplômé de l'université de Montpellier 1, universitaire, consultant.

Synthèse des journées

Clôture officielle des deuxièmes Journées EURO-MAGHREBINES