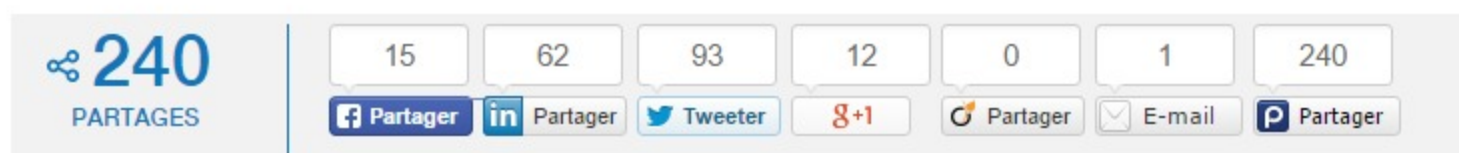


Accueil > Pub > Dmexco 2015, retour du Barnum de l'AdTech : 5 idées à retenir

**PUB**

# DMEXCO 2015, RETOUR DU BARNUM DE L'ADTECH : 5 IDÉES À RETENIR

17/09/2015





43.000 visiteurs, 900 exposants - imaginez le lumascap prendre vie sur 75.000 m2 de stands- des queues aux *Bratwurst trucks* jusqu'à 3 heures de l'après-midi, des pieds en compote (prévoir des baskets), les regards ensommeillés dans le Thalys, le rachat d'Unruly par NewsCorp pour 176 millions de dollars, la présence en force de Google, Facebook (avec Atlas et LiveRail), Amazon, Criteo, Yahoo et Adobe et des nouveaux leaders de l'AdTech (AppNexus, Mediamath, Quantcast, Radium One, OpenX, Dataxu, Adventori, Marin), les nouveaux arbitres de la valeur (Integral Ads), les consolidateurs et futurs consolidés, la planète marketing digital s'était donnée rendez vous à Dmexco 2015.

Difficile de mettre Cologne en bouteille dans ce foisonnement cacophonique de stands et de conférences, nous avons retenu 5 idées majeures de ce Lumascap en 3D :

## L'hyperhybridation des mondes

Alors que la [grande hybridation](#) se poursuit à marche forcée. Dmexco a choisi de se placer au centre des mondes à l'heure où "Les Algorithmes sort le nouveau langage du monde".

Quel est ce nouveau monde ? Un monde où les nouvelles frontières se redessinent en temps réel et au sein duquel s'interpénètrent la nouvelle et l'ancienne économie, le monde réel et virtuel, l'analogique et le digital et les consommateurs et les marques.

## Le retour musclé des agences

Présence en force des agences, nouveaux opérateurs stratégiques d'un monde complexe : Dentsu, Havas, Performics et GroupM, Netbooster, leurs divisions et leaders programmatiques au grand complet marquaient les Hall de leurs présences sur des stands bondés et les conférences de leurs insights.

Martin Sorrel qui réalise 36% de son CA dans le Digital a pour objectif de passer ce chiffre à 50%.

Autocritique ? Le Roi des KPIs et ancien directeur financier abordera aussi en contrepoint la nécessité de penser à long terme et de sortir du tout *dashboard* (Merci !!!) face à l'hyper accélération ambiante.

"Les sociétés les plus solides sont celles où les fondateurs ont la vision à long terme et le contrôle de la *corporate governance*" soulignera le CEO de WPP."

Autre contrepoint saillant, celui de Yannick Bolloré, CEO d'Havas pour qui l'on parle trop de technologie et de digital et qui ne voit pas l'utilité de révéler sa part de revenus dans le digital car le digital est désormais lié à tout :

"Quand je lis les déclaration de mes concurrents qui disent que la tech et le digital sont clés... Mais la créativité est le cœur de notre business. C'est ce dont nous avons besoin dans un monde media sur-fragmenté. Une belle pièce de créativité navigue mieux dans un océan de contenu".

## La très évasive simplification

Le paradoxe du digital est qu'il est particulièrement complexe de faire simple. Nous évoquions déjà il y a un an ce besoin croissant de [simplification digitale](#).

C'est aussi l'avis de grands leaders Marketing comme Babs Rangaiah qui donne sa recette pour émerger dans un monde complexe : L'implication du senior management, des enablers technologiques, de la data, une mvp de marque (*minimum viable platform*) et des partenaires clés (Facebook, Google, snapchat).

Plus tard dans l'après-midi Stéphanie Naegeli de Nestlé : "Les géants ont besoin de start-ups" évoquera l'équilibre difficile entre innovation, ouverture, partenariats et startups.

## Vers une pub responsable/acceptable/durable

Face à la [montée en puissance des Adblocks](#) l'ensemble des acteurs s'organise pour sortir par le haut de cette défiance inédite portée par l'utilisateur.

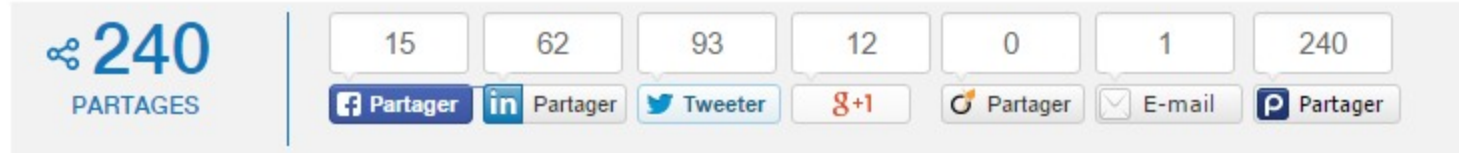
Que l'on parle d'opt-in adverting, de pub responsable, de "commitment marketing" la volonté d'un meilleur marketing existe au plus haut niveau chez les annonceurs. Dans une vision dynamique de ce nouveau monde, Laura Desmond de Starcom Media Vest évoquera les termes de "renaissance" et "d'audace"

Soren Hagh d' Heineken international ne dira pas autre chose quand il affirmera que le "Sustainable advertising" nécessite un changement d'état d'esprit. "Seule la pub nuisible sera bloquée il faut avoir cet état d'esprit dans ce nouveau monde"

## Le signal remplace la Data ?

Autre signal faible relevé depuis un moment par les équipes de Viuz, dans les éléments de langage des grandes plateformes Anglo-Saxonnes, on parle de plus en plus de signaux et de moins en moins de data - le buzzworld le plus galvaudé du marketing- la data serait-elle devenu un gros mot ?

[Partager sur Facebook](#)
[Partager sur Twitter](#)



**0 Commentaires** Sort by

Add a comment...

Facebook Comments Plugin

## PLUS D'ARTICLES PUB

- TOUS LES ARTICLES PUB



**OBSERVATOIRE SRI- UDECAM-PWC 2016 : UN MARCHÉ À DEUX VITESSES ET DEUX ÉLÉPHANTS**  
 109 PARTAGES

Les deux "Big elephants in the room" et la taille des miettes ? Lors de la matinée un seul graphique résumait à lui tout seul le poids ...



**7 SOLUTIONS PROGRAMMATIQUES POUR AMÉLIORER L'EXPÉRIENCE CLIENT**  
 353 PARTAGES

...



**JACQUES SÉGUÉLA : LE NOUVEAU MÉDIA N'EST PAS LE DIGITAL NI LA DATA, C'EST L'IDÉE.**  
 656 PARTAGES

Jeunesse ! Nous avons rencontré Jacques Séguéla qu'on ne présente plus. Du 11ème étage de la Tour Havas à Puteaux, dans son vaste bure...

RECEVEZ TOUS LES MATINS  
**LE MEILLEUR DU MARKETING DIGITAL**




## ACTUS ET ANNONCES

- CARTOGRAPHIE DU MARCHÉ DU PERFORMANCE MARKETING, PAR LE CPA  97
  - OLIVIER RÉMY, NOUVEAU MANAGING DIRECTOR CONTINENTAL EUROPE ET VP DES VENTES EMEA À MARIN SOFTWARE  100
  - ARMIS LÈVE 1 MILLION D'EUROS AUPRÈS D'IRIS CAPITAL ET DE GRANDS NOMS DE L'INTERNET, DE LA COMMUNICATION ET DU RETAIL  672
  - ADIKTEEV RENFORCE SON OFFRE EN ACQUÉRANT LE DSP MOBILE TRADEMOB  67
  - EMAIL MARKETING : MARKETERS, MAÎTRISEZ LA MÉTÉO !  26
- TOUTES LES ANNONCES

## PARTENAIRES

**LA NUIT DES ROIS**  
 Le Grand Prix du Marketing Digital

Découvrez les 8 prix remis lors de la cérémonie



Soirée de gala : PARIS, 9 MARS 2017



## TOP ARTICLES

- Je-ne-veux-plus-partager : le social Sharing en chute libre ?  684
- BCG : Le Blockchain expliqué à mon CEO...La grande désintermédiation ?  410
- En route pour la Nuit des Rois 2017 : découvrez les finalistes  535
- Etude : le marché potentiel de l'AR (Réalité augmentée) supérieur à la VR (Réalité virtuelle)  305
- 7 solutions programmatiques pour améliorer l'expérience client  353
- Etude : Comment la GenZ réagit aux publicités  151
- Où va la pub mobile ?  131
- Quel impact de la data sur les métiers ?  109
- Nicolas Haese (Leroy Merlin) : 2017 sera l'année de l'omnicannalité  158
- Observatoire SRI- Udecam-PWC 2016 : Un marché à deux vitesses et deux éléphants  109