



CE QUI EST FRAGILE EXIGE LE PLUS GRAND SOIN

RÉUSSIR LA SOCIÉTÉ DE COMMUNICATION / Les 2 et 3 février 2009 Palais Brongniart
(Bourse de Paris) Place de la Bourse 75002 Paris www.semaine-pub.com

2009

| | | |
|----|----------------|--------------------------------------|
| 12 | semaine | publicité communication médias |
|----|----------------|--------------------------------------|

Du 2 au 6 février 2009

Réussir la Société de Communication

Nous sommes dans une société de communication sous toutes ses formes. Nous pouvons réussir cette société comme passer à côté. Les communicants n'ont pas forcément la réponse absolue mais peuvent aider à trouver les voies. Cette nouvelle société de communication change les usages, les responsabilités. Elle devient plus complexe avec la convergence des modes de communication. Elle change les relations entre les individus. Il faut choisir sa communauté. Et il faut aussi élaborer de nouvelles règles éthiques. Cette nouvelle société de communication a comme enjeu majeur de maximiser la valeur qu'elle crée et d'en minimiser les effets négatifs ou pervers. Elle doit gérer les changements du rapport au temps et à l'espace. Réussir la Société de Communication est donc un thème ambitieux pour une profession ambitieuse. Depuis 1998, un thème différent chaque année a été développé afin d'apporter un éclairage novateur aux enjeux de la publicité et de la communication.



Les 70 millions de CartCom sont imprimés sur recyclé : 3 hectares de forêt préservés par an.
www.cartcom.fr

un événement



**Best of
MEDIA
GROUP**



LCI



**TF1
PUBLICITE**

UNION
DES
ANNONCEURS
ET
COMMUNICATEURS
ujef

**ACT
RESPONSABLE**

adforum

ARPP
autorité de
régulation professionnelle
de la publicité

DRAFTFCB



PUBLI RELAIS

**union des
annonceurs**

UDECAM
Union des Annonceurs de la Région de la Méditerranée

CB NEWS
Communication Business News

**ODD STOD
media**

Observateur

régieobs
Association Régies Observateurs

Stratégies