



LES RENCONTRES DE L'UNION PARIS – LA REUNION

13 au 16 AVRIL 2021

Créer les conditions d'une nouvelle croissance économique !

L'UNION FRANCOPHONE RELEVE LE DEFI !

Malgré la crise sanitaire et ses conséquences économiques, L'UNION a décidé de relever le défi avec l'organisation des **3èmes Rencontres de l'UNION**. Elles permettront par son organisation de jeter les bases d'un événement mondial dans la Région de l'Océan Indien.

La manifestation « accueillera » l'ensemble des conférences et débats, initialement programmés à Paris durant la semaine du 1^{er} confinement en mars 2020. Elle fera des Rencontres de l'Océan Indien l'une des manifestations internationales majeures dans le calendrier annuel de l'UNION Francophone, en abordant les questions liées aux deux « Départements » de l'UNION lors des débats et conférences :

- Les métiers de la Communication, de la création, des médias et du numérique,
- Le secteur de l'Energie et de l'Environnement

Près de 300 dirigeants et professionnels sont attendus sur place et près d'un millier en virtuel.

Pour répondre doublement au défi climatique et sanitaire, nous allons fortement innover en développant une partie des conférences en visio-conférences. Nous allons mobiliser un plateau prestigieux de conférenciers qui seront filmés chez eux, dont le décor de fond les « replacera » à La Réunion.

Ces conférences seront diffusées via www.unionfrancophone.tv, les réseaux sociaux et web de nos partenaires dans l'Océan Indien et à l'échelle mondiale.

Pour la 2^{ème} année consécutive, l'AACC Outre-Mer, présidée par Thomas Giraud Castaing, a décidé d'accompagner l'UNION Francophone dans le déploiement de ses actions dans la Région.

Les Objectifs :

Notre challenge commun va être de formuler des propositions pour nos gouvernants, aborder le rôle des acteurs de la communication pour cette prospérité à retrouver dans un monde en renouveau, valoriser la force de l'humain et des jeunes talents, et enfin tenter de donner les clefs techniques pour cette transformation nécessaire « en accéléré ».

Des débats et conférences, des séminaires de formation, des concours de jeunes talents, des moments propices au réseautage pour fédérer toute une filière sont à l'ordre du jour pour satisfaire cette ambition collective « **Créer les conditions d'une nouvelle croissance économique !** ».

Le calendrier de la manifestation :

Mardi 13 avril 2021 :

Le **Grand Brief sur le Climat** :

Des acteurs économiques, associatifs ou politiques vont briefer des jeunes professionnels de la publicité sur le Climat.

Mercredi 14 et jeudi 15 avril 2021 :

Des ateliers de **formation**, des **conférences publiques** vont aborder les questions permettant de créer les nouvelles conditions de la croissance économique dans le secteur de la communication.

Des **réunions à huis clos** regroupant des professionnels de la communication et des élus, vont finaliser l'élaboration du **Livre Blanc**, visant à faire évoluer la réglementation au vu de renforcer les médias dans l'espace francophone et d'offrir un espace d'expression renforcée pour la langue française.

Vendredi 16 avril :

« **Le temps de la restitution** »

Face aux Jurés, dirigeants des médias, les Jeunes Professionnels de la publicité vont présenter chacun du Cambodge au Canada en passant par l'Europe et l'Afrique pendant 6 mn leur projets de campagnes sur le Climat avec une remise des Prix en fin de Journée.

Des conférenciers de premier plan mondial prendront la parole en séance plénière.

Les rapporteurs des sessions sur le Livre Blanc rendront publics les propositions de l'UNION.

LES THEMES

Créer les conditions de la croissance grâce à la connaissance

- L'importance des études, l'importance de la mesure d'audience, la pertinence de recueillir des données fiables
- Les instituts et les sociétés d'étude prendront la parole

Le Plurilinguisme et la diversité

- Force et faiblesse dans les territoires francophones et de l'outre-mer
- Les plus beaux exemples à découvrir dans le domaine de la communication (l'exemple de la production audiovisuelle @FranceTélévision, de la publicité...)
- Projections et compétitions d'œuvres inédites (en cours)
- Présentation des meilleures slogans publicitaires des 12 derniers mois dans les pays francophones sur le plan mondial

La communication au service de la relance économique

- La communication est-elle déterminante à la relance économique ? oui bien sûr mais comment ?
- Les entreprises engagées et leurs avantages concurrentiels, qui découlent de leur culture de marque ou d'entreprise, de leur implication sociétale, et de soutien à l'innovation (cf : « UNION, Ambassadrice des Marques ») !

Mobile : une filière en pleine croissance

- Les réseaux sociaux (l'influence, le contenu de marque...)
- La gestion des données au service de la communication et du marketing
- L'e-commerce et le « local to local »
- Les créateurs de valeur (entrepreneurs) prennent la parole

Les médias et leur renforcement dans l'espace francophone

- Comment reconquérir des parts de marché dans le numérique ?
- Les acteurs en présence et les services proposés
- Un avenir en dehors de la publicité ? quelles pistes ? les exemples de réussite
- La création de places de marché numérique. L'exemple de la réussite en Afrique de l'Ouest. Etat des lieux dans l'Océan indien.
- Quelle place pour les annonceurs face à un marché unique partageant la même langue en cours de constitution ? le rôle de la presse économique ?
- Les « Infox » : les outils de vérification de l'information (« fact-checking ») développés par les médias

Nouvelles technologies au service de la relance économique

- L'IA : quels potentiels en matière d'échanges de talents et commerciaux ?
- Les startups : comment mieux structurer les filières ? l'exemple de France Digitale ou de la French Tech est-il transposable à l'ensemble des pays francophones à l'échelle mondiale ?
- Etat des lieux dans l'Océan Indien entre pays participants francophones, anglophones et lusophones

LES THEMES

L'affichage et le commerce de proximité

- L'avenir du DOOH
- Les interactions avec les citoyens de l'affichage

Filières d'excellence

- Les projets de création de filières de formation dans l'Océan Indien
- Un grand Campus lié aux métiers de la création, de la communication, du numérique et de l'audiovisuel est-il envisageable ?
- Réussites et projets en développement

Les Marques Territoire... la suite !

- La force des marques locales dans un projet de relance durable.
- Après les 1ers échanges de septembre 2020, L'île de la Réunion et Maurice se sont lancées dans des chantiers de réflexion et d'actions pour revoir leurs marques territoire : état des lieux.
- Quelle promotion pour les Iles Vanille ?

Sur le plan technique ou logistique :

Sur proposition du **Conseil Régional de la Réunion** (partenaire de la manifestation), le **Domaine de MOCA** a été retenu pour organiser la manifestation.

Pour répondre doublement au défi climatique et sanitaire, nous allons fortement innover en développant une partie des conférences en visio-conférences avec le support technique mondial de **Microsoft (en cours)**. Nous allons mobiliser de la sorte un plateau prestigieux de conférenciers qui seront filmés chez eux, dont le décor de fond les « replacera » à La Réunion.

Ces conférences seront diffusées via www.unionfrancophone.tv, les chaînes TV (France 24, TV5 Monde, SPICEE etc...), les radios (RFI) et les réseaux sociaux et web de nos partenaires dans l'Océan Indien et à l'échelle mondiale.

LES ACTIONS POUR LE CLIMAT

Concours des Jeunes Professionnels de la Publicité sur le Climat.

Le thème :

LES ACTIONS POUR LE CLIMAT

- **Le « Grand Brief »**

Durant une demi-journée, des personnalités engagées du monde économique principalement et associatif feront un état des lieux de leurs actions et tenteront de convaincre les jeunes talents de s'approprier leur sujet pour préparer des campagnes de sensibilisation.

- « L'impact de la transformation numérique sur le Climat »
- « Le Climat doit devenir une plateforme de marque »
- « Pour un Reboisement massif ! Objectif : neutralité carbone 2030/2040 ? »
- Microsoft et son objectif « Carbone négatif à horizon 2030 »

- **Concours mondial jeunes talents Francophones pour le climat**

La défense du climat n'est pas une option. Les jeunes talents (180 au minimum) pourront opter pour la création de campagnes visant à promouvoir un des sujets présentés par certains conférenciers lors du grand brief.

Il permettra aux jeunes talents et dans le contexte, de promouvoir certaines actions en faveur du « Climat ».

Le projet

Le Concours des jeunes talents francophones de la publicité, concept original de L'UNION Francophone, s'inscrit dans le plan présidentiel « Une ambition pour la langue française et le plurilinguisme » qui a pour objectif de redonner à la langue française sa place et son rôle dans le monde.

Depuis 2018, l'UNION Francophone organise des concours-formations dans plusieurs pays pour fédérer et donner de la visibilité à une communauté de jeunes créatifs francophones du monde entier.

Le défi est de produire des campagnes pour sensibiliser le grand public sur des problématiques d'actualité. Le projet est porté par de nombreux **acteurs français et francophones spécialisés dans la création publicitaire** et un **jury composé de dirigeants médias** renommés. Les campagnes primées sont ensuite largement diffusées sur différents supports partenaires : presse écrite, radio, télévision, affichage, numérique.

Les Ministères français de la Culture (DGLFLF), de l'Europe et des Affaires étrangères sont devenus des partenaires et soutiens opérationnels historiques pour l'organisation du concours (initialement prévu à Paris pendant la Semaine de la langue française et de la Francophonie du 15 au 18 mars, et reporté du fait de la crise sanitaire).

Après discussion avec l'ensemble de ses partenaires l'UNION Francophone va faire grandir le concours dans une démarche éco-responsable et mondial.

LES ACTIONS POUR LE CLIMAT

Le thème « le Climat : Besoin d'air »

Le thème - « le Climat : Besoin d'air » vise à augmenter la prise de conscience autour des problématiques liées au réchauffement climatique.

Au moment où celui-ci semble inéluctable et menace les équilibres écologiques mondiaux, L'UNION Francophone souhaite donner la parole aux jeunes publicitaires francophones à travers le monde.

La défense du climat n'est pas une option. Les jeunes talents pourront opter pour la création de campagnes visant à promouvoir un des sujets présentés par les conférenciers lors du « Grand Brief » afin de répondre à une problématique énoncée par les intervenants et/ou par les directeurs de création encadrants.

Ils pourront s'impliquer et agir pour proposer des actions concrètes au travers de leur campagne publicitaire afin de mobiliser le grand public en faveur des sujets climatiques.

Candidature

Pour limiter les émissions de CO2 généré par les déplacements des participants, il est désormais possible de participer au concours à distance, en utilisant les nouveaux modes de communication (visioconférence, télétransmission, session de délibération en direct...).

Le concours est ouvert à tous les jeunes créatifs francophones (32 ans ou moins) du secteur de la publicité qu'ils soient : concepteurs-rédacteurs, graphistes, directeurs artistiques, planneurs stratégiques, média planneurs, chefs ou chargés de projet de publicité, gestionnaires de communauté, salarié dans une agence de publicité, digitale, RP ou média ou indépendants si coopté par une agence.

LES ACTIONS POUR LE CLIMAT

Organisation du concours : nouveautés 2021 : deux possibilités pour participer :

1- En présentiel à la Réunion - Il se réunissent pour le climat !

25 à 30 jeunes publicitaires francophones présélectionnés sur dossier se rendront à La Réunion pour travailler en présentiel par équipe de 2 ou 3.

Le 13 avril, ils participeront aux conférences thématiques lors d'un « Grand Brief » au MOCA – Domaine Montgaillard, Saint-Denis à la Réunion.



Durant 2 jours, ils seront encadrés dans la préparation de leurs projets de campagnes publicitaires par **Ramsey NAJA**, anciennement Directeur Régional de la Création de JWT Moyen-Orient et Afrique (Liban)

Le 16 avril, chaque équipe présentera son projet en 6 minutes face au jury de médias. En fin de journée, la remise des prix aura lieu.

2- En distanciel - Ils se mobilisent pour le climat !

150 à 300 jeunes publicitaires issus des 5 continents cooptés et inscrits par leurs agences pour travailler par équipe de 2 à 3 à distance depuis leurs pays respectifs grâce à notre partenaire Microsoft (à préciser).

Le 13 avril, ils assisteront à distance aux conférences thématiques lors d'un « Grand Brief » retransmis par visioconférence (ou en léger différé selon la qualité de la connexion).



Le mercredi 14, le jeudi 15 et le vendredi 16 avril au matin, ils prépareront leurs travaux, encadrés par **Vincent MONTOCCHIO**, Directeur Général de l'agence CIRCUS! à Maurice et Directeur de la Création de Publicis Groupe Afrique, qui leur prodiguera conseils et recommandations. Ils seront accompagnés dans l'élaboration de leurs projets de campagnes publicitaires à l'occasion de points réguliers à heure fixe en visioconférence.

Le 16 avril, ils participeront à la restitution de leur projet en 6 minutes face au jury de médias en visioconférence ou par message-vidéo préenregistré. En fin de journée, les lauréats seront récompensés en direct lors de la remise des prix.

Les campagnes lauréates seront diffusées dans nos médias partenaires à l'échelle mondiale.

Les Partenaires

