



# PRESENTATION D'EDI PUBLICITE

 Création et adhérents

 Rôle et missions

 Projets aboutis

 Projets en cours


 Association loi 1901 crée en 1996 sous l'impulsion de TF1 Publicité, Eurosport et IP France

 Unique communauté publicitaire réunissant tous les médias ( excepté le cinéma) et tous les acheteurs d'espace

 **En 2012: 100 sociétés adhérentes/ 500 membres opérationnels**

 *Création en 1996 du Club TV* ( 12 groupes audiovisuels adhérents)

 *Création en 2002 du Club Radio* ( 7 groupes audiovisuels adhérents)

 *Création en 2002 du Club Presse* ( 15 groupes de presse adhérents)


 *Création en 2004 du Club Publicité Extérieure* ( 6 afficheurs adhérents)

 ***Création en 2004 du Club Digital*** ( **2 groupes digitaux adhérents**)

 + *Principaux groupes d'achat d'espaces* ( 8 groupes)

 + *Syndicats professionnels et offreurs de solutions* ( 30 adhérents)



 **Le Conseil d'Administration est présidé par Laurent Solly** (Directeur Général de TF1 Publicité) , co-présidé par **Christophe Scherer** (DSI de France Télévision Publicité) et dispose de 16 sièges représentant les régies et les acheteurs

 **Le Bureau** , représentatif de tous les médias et désigné par le Conseil d'Administration, définit les pistes de réflexion et pilote les activités de l'Association sous le **Secrétariat Général de Swann Boniface** ( TF1 publicité).

 **Laura Danon** représente le média digital au sein du Bureau.

 EDI Publicité est animée au quotidien par :

- **Evelyne SOSNOVSKY** , Déléguée Générale, pour toutes les questions relatives à la gestion , l'administration générale, la prospection et la communication.
- **Soizic LOISON** , Consultante , pour toutes les questions relatives aux normes et standards, aux projets techniques , à la MOAD et aux évolutions technologiques.

# Rôle et missions d'EDI Publicité

## VEILLER

Identifier les flux régissant la commercialisation de l'espace publicitaire et suivre les évolutions métier et technologiques.

## ORGANISER

Préconiser des solutions, accompagner leur mise en place et soutenir les « *Best Practise* » d'automatisation et d'optimisation.

## PROMOUVOIR

Communiquer et développer les concepts d'EDI Publicité auprès des adhérents et de l'interprofession ( via le site EDI pub et par des actions de communication)

## PERENNISER

Garantir durablement l'intérêt général de la communauté par les bons choix d'évolutions et d'outils

MEDIA	TRANSACTION	TYPAGE EDI	VERSION EN COURS	STATUT/ VALIDE	COMMENTAIRES
Télévision	<i>Tarif/Contexte</i>	PRICAT	EDIFACT	En production	
	<i>Ordre</i>	ORDERS / ORDRSP	EDIFACT	En production	
	<i>Facture</i>	PFP	3.4	En production	Pilotes Bolloré/OMG
Radio	<i>Tarifs</i>	non			<i>Fichier SIRRP</i>
	<i>Contexte programme</i>		XML 0.1 ( XSD)	Pilote en cours	
	<i>Ordre</i>	ORDERS / ORDRSP	EDIFACT	En production	
Presse	<i>Facture</i>	PFP	3.4	Dév en cours chez IP	IP France en prod. Jan 2013
	<i>Tarif</i>	non			<i>Fichier CODIPRESSE</i>
	<i>Ordre</i>	ORDERS / ORDRSP	EDIFACT	déploiement accéléré depuis 01/2012	Depuis actions d'alignement des traducteurs
	<i>E Devis</i>			En Stand By	
Publicité Extérieure	<i>Facture</i>	PFP	3.4	En production	
	<i>Tarif</i>	PRICAT	EDIFACT	En production	
	<i>Tarif</i>	PRICAT	XML	En cours de déploiement	
	<i>Ordre</i>	ORDRES	XML	A recetter	Prototype à décliner
Digital	<i>Facture</i>				En cours
	<i>Tarif</i>	non			
	<i>Ordre</i>	ORDRES	XML	pilote Fivia	Display uniquement



## **Dématérialisation des factures**

-  *Création d'un fichier « PFP » commun à tous les médias*
-  *Déploiement d'une plateforme communautaire*
-  *Interopérabilité avec les autres standards*

## **Gestion des référentiels métier**

-  *via le site EDI publicité*
-  *en interface avec les syndicats professionnels*

## **Groupes de travail** autour de solutions plus adaptées à la maturité du marché

-  *Protocoles d'échanges EDI*
-  *Unicité de l'identification des tiers*