

The background features a dark blue field with several diagonal stripes of a lighter blue shade. Overlaid on these stripes are several circles. Most are a medium blue, but one circle in the center-right area is a bright orange-red color.

**Construire ensemble  
les marques de demain**



**union  
des  
marques**



**Franck Gervais**  
Directeur général ACCOR EUROPE  
et Président de l'Union des marques

« En développant l'intelligence collective, en favorisant les interactions, en s'inspirant des pratiques de son réseau international, l'Union des marques se présente comme un hub de partage et de co-construction qui permet la montée en compétences de chacun, au service de la performance de tous. »

Association représentative des entreprises et des marques depuis 1916, l'Union des annonceurs a toujours été à leurs côtés pour les accompagner dans leur transformation. En 2019, l'UDA est devenue l'Union des marques.

## L'Union des marques s'engage pour tous ses membres

Parce qu'à l'Union des marques, nous croyons que les marques sont de véritables leviers de confiance et de croissance pour les entreprises, nous mobilisons l'intelligence collective afin d'aider nos membres à gagner en efficacité.

Les valeurs de l'Union des marques : la **Transparence**, appliquée à l'ensemble de ses actions, dans l'intérêt de tous ses membres, l'**Engagement** pour proposer au quotidien les meilleurs services et accompagnements, l'**Innovation** pour anticiper les besoins des marques et leur apporter des solutions concrètes et la **Co-construction**, en fédérant ses membres et l'ensemble de l'écosystème.



**Liberté**  
**Responsabilité**  
**Efficacité**

- Promouvoir la **liberté de communiquer** en développant une **communication responsable**.
- **Renforcer l'efficacité** des actions marketing et communication.

**6 600**  
membres

# 4 raisons

## d'être membre de l'Union des marques



### L'inspiration et l'échange

Être inspiré et nourri grâce à des interlocuteurs et des communautés qui adressent vos enjeux et facilitent la co-crédation de solutions.

- Avancer conjointement et concrètement sur les sujets essentiels de l'efficacité, de la confiance, du digital, de la data, de la communication responsable...
- Participer aux événements et aux think tanks organisés par l'Union des marques ou ses partenaires privilégiés
- Permettre aux initiatives individuelles et collectives de devenir des projets engageants
- Accéder à un lieu d'échange, d'inspiration et de créativité au service de l'innovation collaborative au sein du Transfo, siège de l'Union des marques



### La mise en contact

Accéder facilement aux experts, prestataires, pairs, qui peuvent adresser vos enjeux via des rencontres ou la plateforme.

- Faire partie d'un réseau de 6 600 membres qui partagent les mêmes intérêts et les mêmes problématiques que vous
- Bénéficier de l'apport d'un réseau international WFA (World Federation of Advertisers dont l'Union des Marques est un membre fondateur)



### L'accompagnement

Bénéficier d'un accompagnement et d'un conseil personnalisés sur tous les sujets qui font grandir la relation entre la marque et ses publics.

- Accéder à toutes les formations de la Brand Academy sur des grands sujets relatifs aux enjeux des marques (ex. : legal, communication, media, insight...)
- Optimiser vos investissements en communication aussi bien en termes de coûts que d'efficacité
- Anticiper les évolutions et identifier les vraies innovations disruptives
- Bénéficier des résultats obtenus dans le cadre des différents programmes portés par l'Union des marques
- Accès à des publications et outils spécifiques, techniques ou contractuels (chartes, contrats types, guides)



### La représentation et la protection

Bénéficier des conseils et de l'action d'influence des meilleurs experts juridiques, affaires publiques, marketing et communication.

- Accéder aux réponses concernant l'ensemble des sujets connexes mais essentiels à vos actions : juridique, fiscalité de la communication, jurisprudence, déontologie...
- Avoir un rôle actif sur les positions portées par l'Union des marques auprès des pouvoirs publics
- Être représenté auprès de vos principaux partenaires médias, agences, sociétés d'études et de conseil, association de consommateurs...

# 230

entreprises adhérentes

de toutes tailles,  
tous statuts et tous  
secteurs

# 1500

marques

Une seule cotisation  
bénéficie à tous vos  
collaborateurs

# Des solutions concrètes

Au travers d'initiatives concrètes et inédites,  
l'Union des marques adresse l'ensemble  
des grands sujets qui comptent

## # Data

La QOP (Quality Open Platform) :  
une première mondiale  
de mutualisation des  
datas annonceurs

## # Innovation

Le programme  
Start-up your brand,  
l'accélération par l'Union  
des marques

## # Responsabilité

Le programme FAIRe,  
15 engagements pour  
une communication  
responsable

## # Formation

La Brand Academy,  
une large gamme de  
formations sur tous  
les sujets marketing et  
communication de ses  
membres

## # Créativité

Le Laboratoire créatif  
pour encourager la  
créativité au service  
du renforcement de  
la confiance entre les  
marques et leurs publics

## # Efficacité

Lancement du 1<sup>er</sup>  
référentiel de l'efficacité  
de la publicité

## # Transparence

Développement du Trust.ID  
comme nouvel outil de  
traçabilité des campagnes  
digitales

## # Prospective

Les Think Tanks « Open  
Reinvention » et « Santé » :  
repenser le rôle des  
marques demain dans leurs  
relations à leurs publics



251, boulevard Pereire, 75 852 PARIS CEDEX 17

Tél. : 01 45 00 79 10

Mail : [infos@uniondesmarques.fr](mailto:infos@uniondesmarques.fr)

[www.uniondesmarques.fr](http://www.uniondesmarques.fr)

[@uniondesmarques](https://twitter.com/uniondesmarques)