

## Le Sncd se transforme et devient DMA France

### **Nouveau nom, nouvelle identité, le syndicat poursuit sa transformation et devient la DMA France (Data & Marketing Association France).**

Cette évolution stratégique s'inscrit dans une démarche initiée depuis plusieurs années pour faire face aux grands enjeux de mutation de nos activités. Dans un contexte législatif en constante évolution, cette dynamique répond aux besoins croissants des professionnels qui réclament davantage de veille et de services dans des domaines variés tels que la réglementation européenne et française, la transition écologique, l'innovation ou encore la formation.

Engagée à l'international, la DMA France siège aux Boards de la FEDMA et de la GDMA au sein desquelles elle représente la France aux côtés des autres DMA nationales. La DMA France souhaite aujourd'hui capitaliser sur son positionnement unique afin de fédérer l'ensemble des acteurs de la Data Marketing en France.

Animée d'une vision fondée sur le développement éthique de nos entreprises, la DMA France souhaite amplifier son action de valorisation des métiers de la Data Marketing dans le but de favoriser la relance et la transformation de ses membres dans le respect des valeurs déontologiques qu'elle promeut.

C'est pourquoi sa gouvernance multiplie les initiatives et s'implique d'ores-et-déjà dans de nombreux domaines tels que :

- la Data Privacy avec la création du label Privacy Protection – Pact, le label des professionnels de la data ;
- la Formation avec la création de la DMA Académie qui propose un catalogue de sessions consacrées aux nouvelles expertises ;
- la Transition Écologique en participant notamment au groupe de travail animé par Citeo, en proposant des alternatives au film plastique et en intégrant les engagements de la Filière Communication ;
- la Déontologie au travers des travaux menés avec la FEDMA et la GDMA pour promouvoir des principes éthiques européens et mondiaux de traitement de la data dans lesquels s'inscrira le code de conduite actualisé de la DMA France ;
- ou encore le partage de compétences entre professionnels grâce à la mise en place de différents clubs et ateliers dédiés à chaque activité du secteur.

Ce panel de services élargi est accessible dès maintenant à tous les adhérents de la DMA France qui disposeront de davantage de solutions et bénéficieront ainsi d'un accompagnement renforcé.

---

« C'était le moment pour notre organisation de montrer son engagement à l'international comme acteur de la filière, d'affirmer son positionnement comme représentant de la Data Marketing en France et de concrétiser les nouveaux services apportés aux membres » **déclare Jean-Michel Moulié, élu Président de la DMA France.**

---

L'ensemble des membres du Conseil d'administration et sa Secrétaire Générale sont mobilisés autour des sujets de transformation des entreprises de la Data et du marketing pour saisir les nouvelles opportunités métiers.

Pleinement impliquée au sein de sa filière, la DMA France souhaite aussi démultiplier les synergies avec d'autres associations professionnelles. Déjà très active aux côtés de l'UNIIC sur les volets social, industriel et data notamment, la DMA France s'inscrit désormais au sein de la Filière Communication aux côtés des organisations représentatives et est ainsi engagée dans les États généraux de la communication avec l'association pour les actions de la filière communication. La DMA France se positionne également dans le domaine de l'Innovation grâce à un nouveau partenariat avec l'Observatoire Com Media. Enfin, elle renforce son partenariat avec Signal Spam, dont elle est membre fondateur, pour intensifier son action dans la lutte contre le spam.

Toutes ces initiatives et les travaux conduits par la DMA France s'inscrivent dans le cadre d'un plan d'action stratégique qui contribuera au développement sur le long terme de ses 200 entreprises adhérentes et plus globalement de l'ensemble du secteur de la Data Marketing.

## Un Conseil d'administration réélu, uni autour de son nouveau Président

A l'occasion de son Assemblée Générale qui a voté à l'unanimité pour la transformation du Sncd en DMA France, a eu lieu la réélection d'une partie des membres du Conseil d'administration et la nomination d'un nouveau Président.

**Jean-Michel MOULIE, Directeur Général de EDGEWHERE et Administrateur de la Fédération nationale des tiers de confiance du numérique (FNTC), a ainsi été nommé à la Présidence de la DMA France** en succession de Bruno FLORENCE qui, après quatre années à la Présidence, dont une en tant que co-Président, a souhaité quitter la présidence mais reste membre du Bureau et du Conseil d'administration, afin de porter notamment le développement de la DMA Académie, le programme de formation de la DMA France qui débutera en septembre. « *Je me réjouis de passer aujourd'hui la main à Jean-Michel MOULIE qui a fait partie des éléments moteurs de cette transformation voulue et menée par l'ensemble du Conseil d'administration et de l'équipe de permanentes* » explique Bruno FLORENCE.

Le nouveau Président a souhaité nommer à ses côtés le Bureau composé de :

- **Artus de SAINT SEINE**, DGA activités data d'ISOSKELE, et **Jonathan LALOUM**, Directeur du Développement du GROUPE DIFFUSION PLUS, **nommés vice-Présidents**,
- **Mickaël SAILLANT**, Directeur de FRANCE ADRESSES, **nommé Trésorier**,
- **Didier FARGE**, Président de CONEXANCE part of CHOREOGRAPH. (WPP),
- **Bruno FLORENCE**, Fondateur et directeur de FLORENCE CONSULTANT,
- **Guillaume LE FRIANT**, Directeur Associé de SENDETHIC,
- **Hervé RICHARD**, Conseiller du Président du GROUPE GPR (PUBADRESSE ROUTAGE).

Avec Nathalie PHAN PLACE, Secrétaire Générale de la DMA France et son équipe, ils poursuivront la mise en œuvre du plan d'action stratégique présenté à l'Assemblée Générale et qui vient concrétiser la transformation de l'organisation.

La réorganisation de la gouvernance de la DMA France décidée fin 2020, 1ère étape de sa transformation, a aussi donné lieu cette année à l'élection des Présidents des nouvelles commissions représentatives des métiers de la DMA France, Présidents qui sont de fait membres du Conseil d'administration. Ont ainsi été réélus :

- **Mathieu LEBEL**, Directeur Général de PRN : Président de la **Commission Data Logistique**,
- **Joanna HEDE**, CEO de LIVE DATA SOLUTIONS et **Karim GHALEM**, Directeur Général de WEEDO IT : Co-présidents de la **Commission Data Marketing**

Ont également été réélus au Conseil d'administration :

- **Goulven AUBREE**, Directeur général de EDGEWHERE,
- **Stéphane BARTHELEMY**, Président du GROUPE NEPTUNE MEDIA (ADRESS COMPANY, DATA COMPANY, YES INDEED).

Le Conseil d'administration ainsi constitué a réaffirmé son engagement collectif autour des nouveaux objectifs de la DMA France, au bénéfice de l'ensemble de ses membres réunis le 22 juin à l'Hôtel de l'Industrie à Paris.

---

## À Propos de la Data & Marketing Association France (DMA France)



Rassemblant près de 200 entreprises adhérentes, la DMA France est l'organisation professionnelle française dont la mission consiste à fédérer, développer et représenter les acteurs de la Data Marketing pour (re)définir les usages par la déontologie, les bonnes pratiques et les services. Représentative des entreprises de la Data marketing industrie, la DMA France les accompagne dans l'innovation industrielle et technologique qui découle de la forte croissance des données disponibles et des droits et usages associés.

Les entreprises membres s'engagent à proposer leurs services dans le respect de la déontologie et des bonnes pratiques de la profession.

[www.dma-france.org](http://www.dma-france.org)

### Contact presse

DMA France – Julie Chide- Tél. : 01 55 43 06 13 - Email : [jchide@dma-france.org](mailto:jchide@dma-france.org)

Pour ne plus recevoir les Communiqués de Presse du Sncd, contactez [info@dma-france.org](mailto:info@dma-france.org)