COMMUNIQUÉ DE PRESSE

MEDIADAYS 2026 : RECONNECT

BRUXELLES 26 NOVEMBRE · MARSEILLE 10 DÉCEMBRE · PARIS 15 DÉCEMBRE

Information, inscription et accréditation : mediadays.pro, mediadays.net et mediadays.solutions

LES MEDIADAYS 2026 PRENNENT DE L'AMPLEUR ET S'INSTALLENT AU CARROUSEL DU LOUVRE, LE 15 DÉCEMBRE

Après trois ans de tournée en régions, les MediaDays ouvrent le 15 décembre une édition parisienne XXL, précédée de deux étapes dont une internationale à Bruxelles.

Paris, le 3 novembre 2026 – **Imaginés et développés par Jean-Paul Mullie et Vincent Polenne, chez Havas Media Network, les MediaDays sont devenus en trois éditions le rendez-vous itinérant des médias, de la publicité et du marketing. Trois villes par an, une journée par ville, gratuite et ouverte à tout le marché : Lille, Lyon et Nantes en 2023, Lille, Marseille et Bordeaux en 2024, Lyon, Strasbourg et Lille en 2025. En 2026, les MediaDays changent de dimension. Ils arrivent à Paris, au Carrousel du Louvre, dans un format XXL, et s'ouvrent pour la première fois à l'international avec une étape à Bruxelles.**

Le pari de départ était simple : les besoins du marché ne sont pas seulement parisiens. Pendant trois ans, les MediaDays sont allés chercher les annonceurs, les agences et les régies là où ils travaillent, dans des villes qui comptent peu de rendez-vous consacrés aux médias. Neuf étapes, neuf journées, et un sujet qui n'a pas varié : la transformation des médias et de la communication. « La transformation positive » en 2023, « Transformation sous influence » en 2024, « Et demain la communication ? » en 2025. **En 2026, les MediaDays répondent à leur propre question en un mot, « Reconnect », et changent d'échelle pour le tenir.**

> *« MediaDays est un nouveau format d'événement : c'est LE RENDEZ-VOUS de tout le marché, Médias, Agences, Annonceurs et Éditeurs. En une journée, les visiteurs peuvent avoir une photographie complète de l'écosystème des médias et de la communication », déclare* **Vincent Polenne, coordinateur général des MediaDays**.

Les trois dates ne sont pas trois copies du même rendez-vous. Chacune répond à une question propre à son territoire.

À Bruxelles, le 26 novembre au Mix Brussels, les MediaDays franchissent une frontière pour la première fois. L'étape s'adresse au pays dans son ensemble et se tient en trois langues : français, anglais et néerlandais. 800 professionnels y sont attendus. C'est une date orientée communication. La programmation de MediaDays
Solutions se tient dans le studio podcast vidéo, autour de trois sujets : la programmatique en Belgique, la place des médias traditionnels et celle des start-up. La programmatique est une question sensible sur un marché fragmenté par la langue, où les acteurs locaux négocient avec des plateformes conçues pour des marchés bien plus grands.

À Marseille, le 10 décembre au Palais du Pharo, les MediaDays retrouvent une ville déjà parcourue en 2024. L'étape réunit plus de 50 partenaires venus de tout le Sud de la France et plus de 1 000 professionnels sont attendus. Les débats y portent sur la place des médias régionaux et sur celle des start-up, des sujets de terrain que les grands rendez-vous nationaux traitent rarement de front.

À Paris, le 15 décembre au Carrousel du Louvre, l'édition principale se tient sur 6 600 m². Elle réunit six pôles et, les deux halls confondus, 150 partenaires, 50 sessions au programme, 150 speakers et 20 pitchs start-up. 3 000 à 5 000 visiteurs sont attendus. L'entrée est gratuite pour les éditeurs, les agences médias et les marques.



Ce que Paris ajoute aux MediaDays

L'édition parisienne est la première à se déployer sur deux halls. Le premier, le hall communication, marketing, médias et inspirations, salles *Delorme* et *Gabriel*, reste le cœur historique des MediaDays, avec les régies, les éditeurs, les retailers et les agences créatives. Le second, le hall Solutions, est **un nouvel espace dédié aux solutions**, salle *Le Nôtre*, qui réunit l'adtech, la donnée, la diffusion, la vidéo, l'outdoor, l'audio, les start-up et la creator economy, et qui accueille l'espace de conférences **Paris Radio Show**, avec sa propre scène et sa propre programmation.

Entre les deux, le Foyer est l'entrée commune par laquelle tout le monde passe. Il accueille les sociétés d'études et de mesure, l'in-car, c'est-à-dire les solutions embarquées dans les voitures, et le studio podcast vidéo So Media, présent sur les trois dates. Les deux halls sont bien séparés, pour que chaque visiteur sache où il va, mais les deux publics circulent dans le même bâtiment, le même jour, et se croisent dès l'entrée.

> *« La question n'est plus de savoir par quel tuyau le son ou l'image arrivent, mais qui paie pour le contenu et comment. C'est le sujet que MediaDays Solutions met sur la table, et il ne se traite pas entre spécialistes d'un seul métier », confie* **Philippe Chapot, coordinateur de MediaDays Solutions**.

Ce rapprochement répond à une évolution de fond. La question posée aux médias n'est plus seulement celle de la diffusion, elle est celle du modèle économique : qui paie pour le contenu, par quels canaux, avec quelle solution et quelle mesure. Cette question se traite avec les régies, les annonceurs et les acteurs de la data, qui sont désormais dans le même bâtiment. C'est le sens du thème retenu pour 2026, « Reconnect » : remettre en contact des métiers que la spécialisation avait éloignés.

LES TROIS DATES 2026

DATE ET VILLE	LIEU ET HORAIRES	FORMAT
Jeudi 26 novembre **Bruxelles**	Mix Brussels 9h à 18h	Première étape internationale, en trois langues, français, anglais et néerlandais. 800 professionnels attendus.
Jeudi 10 décembre **Marseille**	Palais du Pharo 9h à 18h	L'étape du Sud. Plus de 50 partenaires et plus de 1 000 professionnels attendus.
Mardi 15 décembre **Paris**	Carrousel du Louvre 8h30 à 18h	L'édition XXL, deux halls sur 6 600 m². 3 000 à 5 000 visiteurs attendus, entrée gratuite pour les éditeurs, les agences médias et les marques.

INSCRIPTION PRESSE

Le formulaire d'accréditation est intégré à la page : mediadays.pro/fr/presse , et en anglais mediadays.pro/en/press . Elle est possible jusqu'au 15 décembre 2026. Les communiqués s'y lisent librement ; après inscription, un lien d'accès personnel donne accès aux logos, aux visuels et au dossier de presse.

Pièces jointes : infographie et photos des lieux à disposition. Crédit photo obligatoire à chaque publication : © Mix Brussels pour Bruxelles, © Palais du Pharo pour Marseille, © Olivier Brunet pour Paris.

À PROPOS DES ORGANISATEURS

Les MediaDays sont organisés par Havas Media Network. MediaDays Solutions est coordonné par Éditions HF, qui y accueille l'espace de conférences Paris Radio Show.

À propos d'Havas Media Network

Havas Media Network met la puissance de l'intelligence humaine au service des technologies les plus avancées pour accompagner la croissance des marques. Grâce à notre modèle opérationnel intégré, Converged.AI, nous aidons nos clients à gagner en pertinence, agilité et performance dans un environnement en constante évolution.

Havas Media Network est une entité du groupe Havas, l'un des principaux groupes mondiaux intégrés dans les domaines du contenu, des médias et de la communication, réunissant près de 23 000 collaborateurs à travers les expertises médias, créatives, de production et technologiques. Nous concevons et déployons des parcours clients sur mesure, cohérents et connectés, en nous appuyant sur des expertises résolument tournées vers l'avenir :

- L'activation et les contenus
- Le commerce et la performance
- La data et la technologie au cœur

Nos agences rassemblent plus de 10 000 experts médias dans plus de 140 pays, et s'appuient sur un réseau de 73 Havas Villages, où des talents pluridisciplinaires collaborent au quotidien, côte à côte, pour servir les enjeux business de nos clients.

Parmi les marques qui nous font confiance figurent notamment BBC, Canal+, Crédit Agricole, Decathlon, Dolce & Gabbana, EDF, Emirates, Fidelity Investments, Grupo Carso, Hyundai, Jacobs Douwe Egberts, Kia, Leroy Merlin, Lidl, LVMH, PNC Bank, Puma, Reckitt Benckiser, Red Bull, Sanofi, Shell, Telefónica, YUM Brands, et bien d'autres.

CONTACTS PRESSE

Dimitri Hommel
Directeur des relations presse, Havas Media Network
dimitri.hommel@havas.com
Port. : +33 6 98 20 77 12

Philippe Chapot
MediaDays Solutions et Paris Radio Show
philippe@mediadays.solutions
Port. et WhatsApp : +33 6 22 70 61 79