

PERSBERICHT
Voor onmiddellijke publicatie

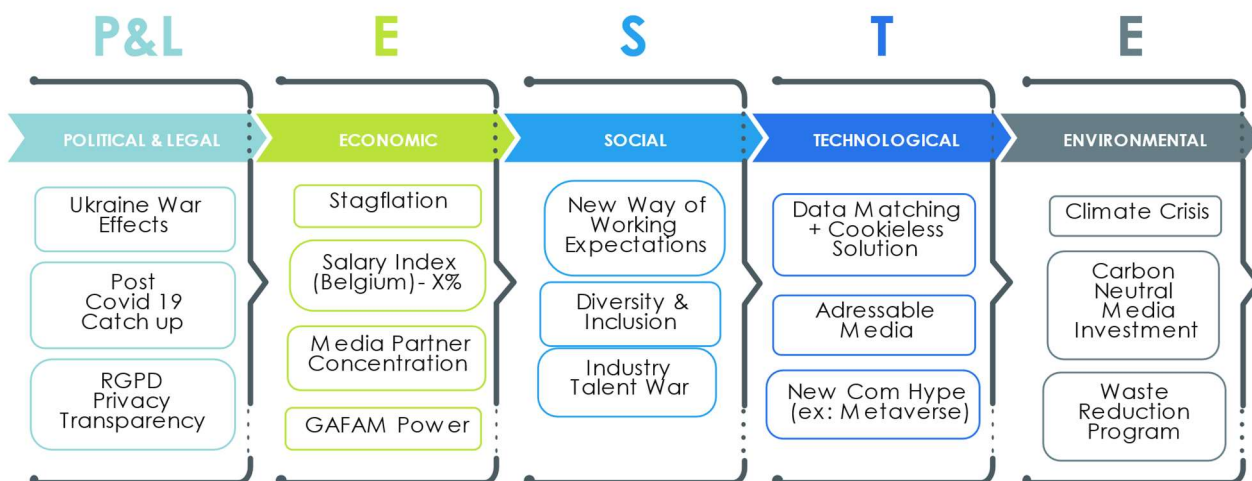
The path to strong communication passes through Knowledge Sharing

In zijn visienota maakte UMA voorzitter Hugues Rey duidelijk dat Best Practices en kennisdeling de beste manieren zijn om samen stappen vooruit te zetten naar gemeenschappelijke doelstellingen binnen een sterk lokaal ecosysteem.

Terugblikkend op de editie van de UMA Get Together “The Path to Strong Communication”, herhaalt UMA-voorzitter Hugues Rey (Havas Media) zijn pleidooi voor intensere samenwerking als absolute basisvereiste om het hoofd te bieden aan de meervoudige crisis waarmee we momenteel geconfronteerd worden en die diverse, complexe uitdagingen op economisch, politiek, maatschappelijk, technologisch en ecologisch vlak met zich meebrengt.

Poly-Crisis generates Multifactorial Challenges

Meaningful Technology x Collective Expectations x (Sustainable & Profitable) Business Mode



Actieradius op 3 niveaus om de crisis te lijf te gaan

“Er dienen zich heel wat vragen aan binnen ons vakgebied”, legt Hugues Rey uit. “En die kunnen we aanpakken vanuit verschillende niveaus. We moeten de actuele challenges aangaan binnen de missies van de mediabureaus, belichaamd in de UMA als vakvereniging. Dat zijn er vier: de meerwaarde van het vak concretiseren aan de hand van ‘benchmark solutions’, zoals onder andere gebeurde door gezamenlijke publicatie van de netto digitale reclamebestedingen in België met de UBA, maar ook het in de verf zetten van *craftmanship* en *best practices*. “In dat verband is er een belangrijke rol weggelegd voor de ‘Best of platformen. Het platform van native advertising toot aan dat de expertise van die crossmediale reclamevorm stilaan volwassen wordt, dat van Out-of-Home wordt almaar gediversifieerder en dat van de Bioscoop staat voor een nieuwe start, terwijl dat van In-Home zoveel meer te bieden heeft dan enkel direct mail”, aldus de UMA-voorzitter.

Het tweede niveau voor actie is de industrie in haar geheel, voor kwesties die het hele vak aanbelangen.” De recente lancering van initiatieven zoals de Diversity & Inclusion Guide naar het voorbeeld van de WFA en dankzij de samenwerking tussen de UMA, UBA en de ACC is een mooi voorbeeld van de impact die zo’n gedeelde projecten kunnen hebben. Hetzelfde geldt voor CommToZero, een coalitie ontstaan op initiatief van de ACC en de UBA, waarin de meeste marcomverenigingen, en mediabureaus van ons land, net zoals alle lokale media via hun federatie of rechtstreeks, en zelfs Google hun krachten bundelen om duurzamere communicatie te ondersteunen. Basisidee: de waardeketen van de communicatie-industrie de klimaatcrisis doeltreffender kan aanpakken als dat gezamenlijk gebeurt.

De derde missie op vakniveau is educatief. In dat verband is er een sleutelrol weggelegd voor de samenwerking tussen de UMA en CommPass. UMA-leden kunnen onbeperkt en zonder kosten de opleidingen van CommPass volgen.

Inspirerende events

Tot slot dient een vakvereniging als de UMA ook haar leden te inspireren. “Daar dragen events als de Get Together van 25 augustus in grote mate toe bij”, besluit Hugues Rey. “Samen met de UBA hebben we een hele dag gewijd aan straffe communicatie en hoe die te verwezenlijken. Alle participanten uit alle segmenten van ons vakgebied kregen ze een indrukwekkende schare experts geserveerd die elk binnen hun domein op een verhelderende manier hun kennis kwamen delen, met de bedoeling ervoor te zorgen dat reclame beter kan werken. Dat we in ons opzet geslaagd zijn, blijkt uit de positieve feedback en het feit dat zowel adverteerders als mediabureaus nog lang kunnen napraten over de onderwerpen die aan bod kwamen en hen allemaal aanbelangen.”

De volgende afspraak is op 1 december

“Op 1 december, ter gelegenheid van de wereldbekerwedstrijd België-Kroatië, houden we de volgende UMA Get Together onder de veelzeggende titel #tousensemble. We zullen over de kernwaarden en opdrachten van onze sector verder in debat gaan met onder meer de media die de wereldbeker in de huiskamer van de Belgen brengen en met de adverteerders die voetbal aan hun merken verbinden.