

En partenariat avec l'



Créer des enseignes de marque

Nivea a récemment ouvert à Hambourg sa première Nivea House, une "wellness oasis" de trois étages et d'une surface totale de 2.400 mètres carrés, où les clientes peuvent essayer gratuitement tous les produits de la marque et bénéficier de séances de soins (massages, manucure, soins du visage) à des prix raisonnables. Tefal teste actuellement en Hongrie des Tefal Shop, espaces spécifiques qui commercialisent ses différentes marques. 13 à Table est le nouveau concept de magasin développé par le groupe porcelainier Deshoulières pour présenter ses produits dans un cadre chaleureux.

Simple expérience ou véritable stratégie de développement ? Le phénomène des fabricants ouvrant leur propre magasin (pas toujours sous leur nom) est en phase d'accélération. Menacées par les marques distributeurs, voire par des concurrents d'origines inattendues, les marques de grande consommation sont amenées à innover, autant pour prouver leur avance que pour affirmer leur proximité avec leurs consommateurs.



Innover, ce n'est pas seulement proposer de nouveaux produits, cela peut aussi consister à inventer de nouvelles manières de vendre et, ainsi, offrir de nouveaux repères, comme l'illustrent les exemples qui précèdent. Avec ces lieux de vente exclusifs, les marques peuvent, certes, mieux maîtriser leurs codes de communication et s'échapper du diktat des enseignes de distribution (tout en veillant à ne pas les froisser...), mais elle peuvent aussi et surtout établir un contact direct avec leurs consommateurs, tant pour les initier à leurs produits que pour observer leurs réactions "en direct" et, ainsi, répondre plus rapidement à leurs attentes.

Le point de vente devient ainsi laboratoire d'expérimentation pour la marque comme pour tous ceux qui cherchent toujours à vivre quelque chose de différent... de préférence avant les autres. Une démarche nouvelle qui vient confirmer qu'une marque est désormais moins à regarder comme un "catalogue de produits" qu'un univers à vivre, avec son esthétique, ses codes et ses rites de consommation.

Patrice Duchemin
Conseil en communication
apacom@wanadoo.fr

Apacom, Association des professionnels aquitains de la communication, 24, cours de l'Intendance, 33000 Bordeaux.
Tél. 05.56.510.520. Site : www.apacom-aquitaine.com

● Nouvelle formule pour Mollat.com

Première librairie indépendante de France, la librairie bordelaise Mollat (108 salariés à Bordeaux - CA de 24 M€ - 2.600 m² de surface) lance une nouvelle version de son site Internet. Offrant un accès à 250.000 références d'ouvrages et enregistrant une moyenne de 50 commandes par jour, il devrait atteindre le million de visiteurs uniques d'ici à un ou deux ans. Un nouveau service, Mollat Pro, permet également désormais aux entreprises et institutionnels de gérer leur compte en ligne.

Site : www.mollat.com

● TF1, Auchan, Pfizer... optimisent leur Web à Bordeaux

C'est à une jeune entreprise bordelaise que des marques phares comme TF1, Auchan, Pfizer, Promod, Sagem, le journal "Libération", les 3 Suisses... confient leur prise de parole on line. L'agence Mille et un rêves, créée en 2000 par Frédéric Caussin (implantée à Bordeaux, Toulouse et désormais Paris), se spécialise dans la conception et le marketing interactif : recrutement de bases de données e-mail, création de e-magazines, conception de sites promotionnels, opérations de marketing viral... Déjà lauréat d'Aquitaine Entreprendre en 2002, son dirigeant vient de recevoir des mains du ministre Renaud Dutreil le label Gazelle 2005, récompensant les sociétés dont la croissance organique a été supérieure à 34 % en 2003 et 2004. En 2005, Mille et un rêves a enregistré une croissance de plus de 92 % de son activité.

Site : www.1001reves.com

● Les Trophées de la pub : après Cannes, RV à Bordeaux !

Les campagnes de publicité primées lors du dernier Festival de Cannes seront présentées en exclusivité à Bordeaux lundi 27 novembre dans le cadre de la Semaine nationale de la publicité organisée à Bordeaux par l'Iseg (Institut supérieur européen de gestion) et l'Apacom, en partenariat avec l'AACC (Association des agences conseils en communication). Les créations et les stratégies seront commentées par des patrons d'agence.

Club Pernod, Cité mondiale, 18, parvis des Chartrons, 33080 Bordeaux, à 18 h 30.

Manifestation gratuite ouverte à tous sur inscription par mail : beatrice.vendeaud@bordeaux.iseg.fr

● Ils font parler les sites Web !

Pour optimiser l'impact de sa communication, il est bien connu que la voix et le son renforcent la mémorisation des messages. Un levier que la société Efcio, basée à Bordeaux, a choisi d'exploiter en devenant la première agence en France à vraiment faire parler le Web. Spécialisée dans la sonorisation vocale, elle donne la parole aux présentations Powerpoint, aux e-mails, aux sites intra ou Internet, et même aux publicités on line ! Un univers sonore et audiovisuel désormais à la portée de toutes les entreprises pour une communication plus efficace !

Site : www.efcio.com

● Communiquez-vous solidaire ?

Le 5 décembre se tiendra la seconde édition du Grand Prix de la communication solidaire, organisé par Communication sans frontières. L'occasion de récompenser les professionnels de la communication et du secteur solidaire pour la qualité éthique de leur travail.

Les agences de communication, associations et organisations de solidarité internationale, fondations, institutions publiques ou privées qui ont conçu et exploité des campagnes de communication médias au cours des deux dernières années pourront présenter leur candidature si elles répondent aux critères de commerce équitable, de développement durable ou de cause d'intérêt général.

Pour participer : www.communicationsansfrontieres.net