

Inventer le commerce discret

En Chine, à Hongkong ou au Japon, ouvrir une boutique de 3.000 mètres carrés au huitième étage d'un building n'a rien de surprenant, ni de gênant. Une petite plaque installée au niveau du trottoir suffit à alerter le passant.

Si des raisons économiques et topographiques peuvent expliquer pareille "bizarrerie" là-bas, pourquoi ne pas s'en inspirer, ici, pour imaginer de nouvelles formes de commerce ?

À Paris, il existe déjà des boutiques qui n'ont pas leur traditionnel "pignon sur rue" : boutiques en fond de cour, en étages, dans des appartements, "sonnez avant d'entrer", voire, pour les plus élitistes d'entre elles, "carte de membre exigée"... Elles se font connaître par le bouche-à-oreille ou par la rumeur si appréciée des médias.

Il serait naïf de penser que le prix du mètre carré en centre-ville est la seule cause d'une telle évolution. Les temps changent et les consommateurs aussi. Il n'est plus aujourd'hui besoin d'être visible pour exister. Hier envisagés comme des lieux d'opportunités dans lesquels on se rendait parce qu'on était devant, les magasins deviennent de plus en plus des lieux de destination où les clients ont la volonté d'aller. L'évolution n'est pas sans conséquence. Tout d'abord sur la conception même du point de vente, qui se doit d'être le plus attractif possible et, pour cela, avoir une offre singulière, capable de provoquer l'étonnement ou de stimuler la curiosité. Ensuite, sur les techniques relationnelles destinées à faire naître, puis enrichir la relation commerciale. Après avoir fait la démarche (l'effort ?) de venir, le client n'est-il pas en droit d'attendre, en retour, un signe de reconnaissance ou de remerciement ? Ce nouveau type de commerce, construit sur la discrétion, concerne aujourd'hui les marques qui se veulent élitistes; demain, il concernera toutes celles qui ont choisi de s'adresser non pas à une clientèle large mais, au contraire, restreinte, en quête de produits ciblés qui leur donnent l'impression de posséder quelque chose de spécifique, conçu à partir d'une passion commune et dans le respect de valeurs partagées.

Boutiques et vitrines seront de moins en moins synonymes, il va falloir s'y faire...

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

● L'Apacom présente les nouveaux réseaux d'influence

Tel est le sujet de la première rencontre Apacom Tour organisée dans les départements aquitains à l'attention des professionnels de la communication. Pourquoi adhérer à une association professionnelle ? Qu'en attendre ? Quel usage en faire ? Quels sont les lieux à privilégier pour le lobbying et le développement de son réseau d'affaires ? Comment fonctionnent les nouveaux réseaux sur Internet ? La table ronde sera animée par Didier Rigaud, maître de conférences à l'Isic (Institut des sciences de l'information et de la communication), université de Bordeaux 3, avec les témoignages de Nathalie Coiquaud, directrice de l'agence Banc public, présidente de l'Apacom; Bettina Frey, directrice de la communication de Turbomeca (groupe Safran basé à Bordes (64) - motoriste leader sur le marché des hélicoptères); Yan Gaffori, directeur de l'agence Atisée, membre du conseil d'administration du Club de la presse de Bordeaux, et Jacques Bardet, responsable du hub bordelais du site Viaduc, leader français des réseaux virtuels.

Mardi 12 décembre, à 18 heures, amphithéâtre de la Chambre de commerce et d'industrie de Pau Béarn. En 2007, cette manifestation se tiendra également à Mont-de-Marsan, Périgueux et Agen.

Inscriptions : 05.56.510.520. E-mail : apacom@wanadoo.fr

● Ça bouge dans la com !

La direction de la communication de la ville de Pau est désormais assurée par Serge Montessuy, et celle de la mairie de Cognac, par Elise Vouvet. Chez le fabricant français de vêtements et d'articles de surfwear, Oxbow, c'est Alexandre Ponot qui prend la responsabilité de la communication. Enfin, le groupe Hennessy, basé à Cognac, vient également de nommer Catherine de Roffignac à la tête de sa communication.

● Communiquer, c'est pas chinois

Quatrième puissance commerciale mondiale avec 9 % de taux de croissance annuel, la Chine est l'une des principales zones de développement international pour les entreprises d'Aquitaine. Et communiquer avec les Chinois, cela ne s'improvise pas !

C'est pourquoi l'IUT Michel-de-Montaigne de l'université Bordeaux 3 a créé l'an dernier un programme réservé aux étudiants chinois souhaitant acquérir à Bordeaux les fondements interculturels et les bases des relations internationales pour collaborer avec des entreprises françaises.

Confirmant ce succès, 30 nouveaux étudiants chinois de la Province du Hunan viendront chez nous se former spécifiquement aux métiers de l'information et de la communication. Des profils bilingues, des stagiaires opérationnels... une opportunité pour toutes les entreprises qui ont des projets dans cette région du monde. EDF est déjà sur les rangs !

E-mail : inforec@iut.u-bordeaux3.fr

● 10 ans de débats d'idées à Bordeaux Ecole de management

25.000 participants accueillis à l'occasion d'une soixantaine de grands débats avec des personnalités de premier plan, tel est le bilan de Forumevents, l'association organisatrice des manifestations de Bordeaux Ecole de management, à l'aube de son 10^e anniversaire.

Elie Wiesel, Boutros Boutros-Ghali, Nicolas Hulot, Claude Bébéar, Valéry Giscard d'Estaing, Bernard-Henri Lévy, Nicole Notat... se sont ainsi succédé sur les bancs de l'école de commerce, pour le plus grand plaisir des étudiants, mais aussi des chefs d'entreprise et du grand public.

Un véritable lieu de réflexion ouvert à tous sur ces grands enjeux économiques, politiques et sociaux que constituent la mondialisation, la citoyenneté et la démocratie, et un débat relayé en continu sur le site www.forum-events.com auquel se connectent régulièrement 600.000 visiteurs. La nouvelle saison 2006-2007 bat son plein avec son lot d'illustres invités qui font l'actualité : Pascal Bruckner (lire en page 56), Alain Juppé (lire dans le prochain numéro d'Objectif Aquitaine), Fadela Amara (présidente de Ni putes, ni soumises), Louis Schweitzer (président la Halde (Haute Autorité de lutte contre les discriminations et pour l'égalité), Axel Kahn (généticien), Patrick Artus (économiste).

E-mail : catherine.massiah@bordeaux-bs.edu