

○ Communiquer par son Bilan carbone

Le Bilan carbone de la traversée de Bordeaux à la nage (édition 2007), réalisé par MT Partenaires, va permettre de compenser la production de GES (gaz à effet de serre) de la manifestation par la plantation de sept arbres à la ferme pédagogique des Aubiers à l'automne. Les émissions de l'événement ont été mesurées : 8,800 kg équivalent CO₂, identifiées en déplacements (49 % des émissions), supports de communication et nourriture (39 %), fret (11 %), déchets (1 %). L'objectif pour Bordeaux Grands Evénements était de réduire ses émissions dans son édition 2008... et de communiquer sur cette action. info.mt.partenaires@gmail.com

○ Pas d'exception Internet pour l'alcool

Le Sénat a rejeté les propositions d'amendement de Gérard César (Gironde, UMP) tendant à inclure Internet dans la liste des médias autorisés à promouvoir les boissons alcoolisées. Motif : "Internet ne peut être tenu à l'écart de la lutte contre l'alcoolisme". Conséquence : un projet de promotion de domaines viticoles par des vidéoreportages de 3 minutes sur Internet, doublés en 10 langues, qui sera lancé mi-2009, ne pourra pas avoir son siège social en France. Un comble pour un concept 100 % français ! www.videochateau.com
www.vitisphere.com

○ Les musées savent-ils vendre leur marque ?

Confrontés à une baisse de leur fréquentation et à des aides publiques insuffisantes, les lieux culturels doivent développer des stratégies pour rester attractifs. Un dossier de "Stratégies" consultable sur le site Internet du journal. L'article le plus lu dans strategies.fr durant l'été 2008 : "Travailler moins pour que l'entreprise gagne plus" ... www.strategies.fr

○ Marketing de la valeur d'usage

La télévision du futur passera-t-elle d'un marketing produit à un marketing de la valeur d'usage ? Va-t-on passer des produits à des solutions, et les messages ou les programmes se transformeront-ils en contenus ? Bénéteau, par exemple, est passé de fabricant de bateaux à fournisseur de "solutions pour la navigation" ; il sera demain "spécialiste des espaces de vie", se lançant dans les mobile homes et, bientôt, dans la construction de maisons en bois à très haute performance énergétique. www.newzy.fr

○ Etes-vous mobinaute ?

L'Internet mobile compte plus de 11 millions d'utilisateurs : les mobinautes (estimation Médiamétrie Etudes 2008 "Téléphonie et services mobile" et "Panel de mobinautes" et la Mobile Marketing Association France). Près du quart a exclusivement consulté ses mails et la moitié a consulté Internet sans consulter sa boîte mail. Météo et actualités toujours en tête des consultations effectuées à partir de lieux de connexion démultipliés : travail, transports et domicile (encore majoritaire).

○ De l'information au profit

"E-business intelligence : transformez l'information en connaissance puis en profit", un ouvrage de Bernard Liautaud qui traite d'un sujet majeur pour tout manager : comment extraire les informations les plus pertinentes des multitudes de données stockées par l'entreprise et les transformer en connaissance, qui, partagée avec le plus grand nombre, deviendra un avantage concurrentiel fort. www.businessobjects.com

Changer le monde

/// Les enjeux écologiques sont aujourd'hui largement partagés et diffusés au sein de la population", déclare le BVP, Bureau de vérification de la publicité, dans le préambule de sa charte d'engagement et d'objectifs pour une communication écoresponsable, en avril 2008. Mais il y a encore loin de la prise de conscience aux actes.

Nous n'avons jamais autant roulé, jamais autant consommé, jamais autant pollué. La production de CO₂ n'a même pas commencé à se stabiliser. Un questionnaire mené récemment par la mairie de Bordeaux fait apparaître que si tous les êtres humains vivaient comme nous, il faudrait deux planètes pour satisfaire nos besoins.

Si l'on en croit les spécialistes, quasi unanimes - et je le crois -, nous avons devant nous un impératif vital : diminuer drastiquement la production des fameux GES (gaz à effet de serre) tout en prenant le virage de la fin du pétrole abondant et bon marché. En clair, il s'agit de changer le monde. Et, cette fois, pour de vrai. Pas comme en 68.

Face à ces enjeux, dans un monde totalement imprégné par la communication, la place et le rôle des communicants seront déterminants. Ils sont - par définition - au cœur des enjeux, coïncés dans les contradictions de notre société. Il leur faut sensibiliser, informer, comparer, changer et faire changer les comportements. Dans les entreprises ou dans les collectivités, ces missions seront de plus en plus complexes et tiennent de la quadrature du cercle.

Comment alerter sans inquiéter ? Comment prévenir sans contraindre ?

Comment commercer, produire et vendre en polluant moins ?

En partenariat avec l'Ademe, Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie, l'Apacom a élaboré une charte d'engagement des agences de communication responsables, signée début avril par cinq premières agences aquitaines. Ses exigences, loin de constituer un handicap, peuvent ouvrir de nouvelles solutions créatives qui donnent des atouts vis-à-vis de leurs clients.

Charles-Marie Boret
président de l'Apacom
www.apacom-aquitaine.com -
Rubrique Com'avenir



○ La com d'Aquitaine en observation

Quel est le profil de la fonction communication en Aquitaine ? Un questionnaire en ligne a été proposé aux 400 membres de l'Apacom (professionnels de la communication en entreprises, administrations ou agences). Un très bon taux de retour : plus de 40 %, dont 55 % d'annonceurs et 45 % de prestataires. Les résultats complets de l'Observatoire des métiers de la communication en Aquitaine seront présentés prochainement au Conseil régional d'Aquitaine et disponibles dès l'automne.

EN PARTENARIAT AVEC ET ÉCRIT PAR L'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