

○ Un Observatoire... responsable ?

Acteurs majeurs de la filière communication et marketing, l'UDA, l'AACC Marketing Services et Syntec Conseil en relations publiques ont souhaité s'unir pour signifier l'urgence et l'importance d'intégrer les démarches du développement durable à la communication. Les communicants ont désormais accepté de reconsidérer leurs métiers et leurs responsabilités dans cette optique. Forts de ces réflexions communes et d'échanges approfondis, ces trois organismes professionnels formalisent aujourd'hui ensemble leur volonté de faire évoluer les pratiques et créent le premier Observatoire de la communication et du marketing responsables.
www.categorynet.com

○ Le design aussi va conseiller

L'ADC, Association design communication, change de nom pour devenir Association design conseil. Ce changement marque l'évolution du positionnement des agences de design françaises vers le conseil stratégique. L'ADC, qui rassemble 21 des plus importantes agences de design françaises, va également éditer à 5.000 exemplaires un livre blanc des compétitions.
www.adc-asso.com

○ Les internautes européens

Internet accélère sa pénétration sur le continent européen, près de 10 % par rapport à 2007 (étude publiée par comScore). C'est en Russie que le nombre d'utilisateurs grossit le plus, avec une croissance de son audience Internet de 27 % en 2008. En France, le nombre d'internautes a crû de plus de 20 % pour atteindre près de 32 millions de visiteurs. Ce sont les internautes allemands qui ont visité le plus de pages, avec une moyenne de 2.900 par utilisateur en un mois. Aux Pays-Bas, plus de 80 % de la population âgée de plus de 15 ans s'est connectée sur la Toile. Idem pour les Suédois, Danois ou Norvégiens. Les Britanniques détiennent le record de temps passé devant leur ordinateur : 30 heures de surf en ligne par personne durant le mois de juin !
www.comscore.com/fr

○ L'accès à Internet

Deux tiers de la population adulte mondiale a désormais accès à Internet, une étude réalisée par Forrester Research. La Corée du Sud et les Etats-Unis sont en tête du classement. Les hommes vont plus fréquemment sur Internet que les femmes. Le fossé générationnel se réduit aux Etats-Unis. La différence de fréquentation est d'environ 5 % dans les pays occidentaux, tandis qu'elle atteint près de 20 % en Inde métropolitaine. La France connaît un fossé générationnel à peu près équivalent entre ce qu'on appelle les hyper et les hypoconnectés.
www.forrester.com/rb/research



○ Un DUT com chinois

25 jeunes Chinois venus de Wuhan, Changsha et Pékin vont démarrer le premier DUT en communication des organisations spécifiquement conçu pour eux par l'Infocrec IUT Michel-de-Montaigne Bordeaux 3. Durant

deux ans, ils vont découvrir les pratiques occidentales de la com afin de les confronter à celles de leur pays. Plus tard, ils envisagent licence et master. Une nouvelle étape pour l'Infocrec qui accueillait déjà depuis quatre ans de jeunes diplômés chinois pour un passage de culture à culture.
communication@infocrec.org

Créateur d'entreprise, avec communication

Aujourd'hui, il est facile pour un créateur d'entreprise d'être informé et conseillé en matière de financement, de réalisation d'une étude de marché ou du choix de son statut juridique. Mais il semble qu'il ne soit guère sensibilisé à cette notion pourtant capitale de l'image de sa future entreprise et des actions de communication à mettre en place pour lui créer une identité et une notoriété auprès de ses clients, de ses partenaires, des institutions, des médias... Les créateurs ont souvent une vision à très court terme de leur nouvelle activité. Ils n'ont pas toujours de stratégie globale très élaborée et encore moins souvent de stratégie de communication.

Quand ils se lancent, ils prennent rapidement conscience qu'il devient incontournable de mettre aussi en place une communication corporate ou institutionnelle. Mais ont-ils suffisamment anticipé le coût de création par un professionnel confirmé d'une identité visuelle, d'une plaquette de présentation, d'un site Web, d'un événementiel ? Or, si ces éléments n'ont pas été réellement intégrés dans leur plan de financement, ces nouveaux entrepreneurs vont se retrouver limités dans leur démarche communicationnelle par des dépenses sous-évaluées.

Pourquoi ne prend-on toujours pas en considération ce levier de développement qu'est la communication ? Pourquoi ne sensibilise-t-on pas réellement les créateurs d'entreprise tout au long de leur phase de lancement ?

Autant de questions qui ont décidé une jeune société bordelaise en communication, qui vient d'expérimenter elle-même ce parcours difficile, à proposer ses services aux créateurs aquitains.

agency@perestroika-creative.com

○ Les blogs politiques

Véritables relais d'informations, les publications des blogueurs sont un outil de communication avec lequel il faudra désormais compter. On parle de plus en plus du rôle des blogueurs dans le marketing Web. Quant aux blogs politiques, ils sont devenus de véritables concurrents des médias traditionnels sur le terrain de la diffusion d'information. Les Québécois viennent de s'en rendre compte.
www.atelier.fr/usages/10/12092008/quebec-blog-politique-37145-.html

○ Le blog com du mois

Un directeur de la communication présente son métier avec suffisamment de recul pour être crédible dans ses questionnements. Instructif, pour ceux qui traitent de com, de découvrir les dessous du métier et le plan de com...
www.frenchspindoctor.blogspot.com

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