

## ○ Grand Dax : relooking du magazine

Une innovation dans le Grand Dax, ou plutôt, une rénovation, un relooking du magazine trimestriel, avec à la une la photographie des élus et agents reconstituant les initiales GD sur le terrain de rugby de leur équipe de Top 14 ! Un beau travail de l'agence Quomodo Communication de Dax et de la société Haut-Relief, photographie publicitaire à Teuillac.

## ○ Mérignac, l'info multicanal

Les Mérignacais ont découvert leur nouvelle revue municipale : "Mérignac Magazine". Une nouvelle publication qui se substitue au mensuel au style télégraphique "Mérignac Proche" et au trimestriel plus consistant "Mérignac Ville verte". L'idée : concilier chaque mois infos pratiques et articles de fond. Ludique, élégant et convivial, "Mérignac Magazine" est tiré à 36.000 exemplaires et diffusé dans les 31.000 boîtes aux lettres mérignacaises, le reste étant mis en dépôt dans tous les lieux d'accueil municipaux. Les publications sont également téléchargeables sur le site de la ville. Le plan de communication 2009 prévoit, par ailleurs, de mettre l'accent sur les supports numériques avec la création de newsletters thématiques et la refonte du site Internet [www.merignac.com](http://www.merignac.com)

## ○ Le Bouscat, une e-lettre pour tous

Les Bouscatais qui le demandent peuvent maintenant recevoir sur leur courriel la première lettre d'information de la Ville du Bouscat. Une première pour les 23.714 habitants (dernier recensement). [www.mairie-le-bouscat.fr](http://www.mairie-le-bouscat.fr)

## ○ La Nuit de la com...

Le 29 avril 2009, première Nuit de la com de l'Apacom, avec trois moments forts. Le Grand Prix Apacom des communicants de l'année pour valoriser les talents aquitains parmi les meilleures réalisations des professionnels de la communication dans six catégories différentes : changement d'image, communication produit/service, communication de crise, communication trafic, communication interne, communication citoyenne. Une conférence avec des intervenants nationaux et aquitains pour développer les enjeux et les mutations qui attendent les communicants de demain. Et enfin une soirée festive pleine d'étoiles et de surprises !

## ○ Nouvelle adresse pour Alter & Com

Alter & Com, agence communication et événementiel dirigée par Stéphane Terraza, occupe de nouveaux locaux dans le centre-ville de Bordeaux, près de Mériadeck. L'agence réalise tous types de supports de communication (cartes, dépliants, brochures, affiches...) et organise des événements professionnels et grand public (débats, forums, festivals...).

Tél. 05.57.870.699. [www.alteretcom.fr](http://www.alteretcom.fr)

# Les vraies valeurs ne sont pas cotées en Bourse !

Une époque où la Bourse va cesser de s'imposer en pinacle du monde des affaires et où les entreprises, leurs salariés et leurs clients sont en quête de nouveaux repères, les valeurs d'entreprise - appelées souvent valeurs corporate - connaissent un regain d'intérêt. Valeurs morales ? Valeurs de marque ? Valeurs institutionnelles ? A quoi servent-elles ? Comment les choisir, les utiliser, évaluer leur intérêt ? Régulièrement invoquées dans les entreprises, les valeurs recèlent bien des ambiguïtés.

Une réflexion sur les valeurs porte sur trois niveaux. En premier, la vision et le partage du projet d'entreprise doivent répondre à la demande croissante de sens des collaborateurs, des clients, des actionnaires, des parties prenantes... Tout le management est concerné par cette dimension. En second, le pilotage des stratégies de communication a besoin de lignes de force plus claires, plus pérennes, plus profondes ; les directions de la communication et du marketing sont les plus sensibles à cette vision. Enfin, la conduite des affaires et la réputation de l'entreprise demandent une éthique plus affirmée, vision privilégiée par le management et les DRH.

Comment être sûr de se trouver face à de "vraies valeurs" ? Identifier un sens

qui devra être partagé par des publics aux motivations différentes ; savoir garder un équilibre subtil entre deux extrêmes : pour reconnaître une valeur partagée, on peut imaginer son contraire ou son défaut d'existence dans l'entreprise ; une valeur doit s'adresser et s'appliquer à tous les porteurs d'enjeux de l'entreprise, en interne et en externe ; rejeter le seul effet d'affichage, les valeurs doivent être traduites en principes d'action qui eux-mêmes encadreront les actes.

La conception des valeurs dans le monde de l'entreprise révèle parfois une certaine schizophrénie. D'un côté, l'entreprise "marketing" faite pour faire du chiffre ; de l'autre, l'entreprise "citoyenne" qui aurait vocation à servir la société. En réalité, l'entreprise incorpore ces deux visions. Comment être pérenne sans s'assurer d'avantages concurrentiels ou sans capacité à fédérer la bienveillance de ses différents publics ?

Quels que soient la taille et le nombre de salariés de l'entreprise, son système de valeurs constitue son code génétique et le moyen le plus adapté pour lui permettre de conduire une communication harmonieuse et de réconcilier ses dimensions économiques et sociétales.

Thierry Wellhoff, membre fondateur du réseau Wellcom Network, président de l'agence Wellcom, est auteur de l'ouvrage "Les Valeurs", chez Eyrolles, Editions d'Organisation. L'agence Banc Public, à Bordeaux, fait partie du réseau Wellcom ([www.banc-public.fr](http://www.banc-public.fr)).



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](http://www.apacom-aquitaine.com)