

Focus sur l'actualité de la communication réalisé en partenariat avec l'Apacom  
 Association des professionnels aquitains de la communication  
 24, cours de l'Intendance - 33000 Bordeaux  
 Tél. 05.56.510.520.  
 contact@apacom-aquitaine.com  
 www.apacom-aquitaine.com

## LA 2<sup>e</sup> NUIT DES RÉSEAUX SE TIENDRA EN FÉVRIER

Pour mieux exercer votre métier, pour réfléchir avec d'autres sur des sujets communs, pour développer votre business avec vos voisins, pour mettre en œuvre vos préoccupations sociales ou environnementales, pour vous retrouver entre diplômés de votre ancienne école,... c'est sûr, pour une de ces raisons au moins, vous faites partie d'une association, d'un club. Vous êtes donc membre d'un réseau, peut-être de plusieurs (et, soyons clairs, nous ne parlons pas ici des regroupements à vocation philosophique, mais bien des réunions à des fins professionnelles).

C'est le tissu informel qui relie entre eux les acteurs économiques et sociaux, à la fois au-delà et au service des entreprises ou institutions auxquelles ils appartiennent.

À l'initiative de l'Apacom (association de communicants) et de La Mêlée (association dédiée aux TIC), ce sont ces clubs et associations que se propose de réunir la 2<sup>e</sup> Nuit des réseaux d'Aquitaine, au centre de congrès de la Cité mondiale à Bordeaux, lundi 13 février 2012. Le principe en est simple : un réseau participe (1) à travers ses membres (une dizaine de personnes) pour rencontrer et connaître les autres. Après la conférence-débat d'ouverture avec Juliette Tournand et Pascal Picq, sur le thème "L'intelligence de la coopération", place aux échanges et à la convivialité pour rencontrer et discuter. De là peuvent naître des convergences, des connexions, des synergies.

*Charles-Marie Boret  
Membre du conseil  
d'administration  
de l'Apacom*

(1) Renseignements et inscriptions : <http://aquitaine.nuit-des-reseaux.com>



## Comment se portent les investissements médias ?

Au premier semestre 2011, la croissance des médias était de 2,1 %, avec des positions contrastées : en hausse, le display sur Internet (+ 15 %), la presse gratuite d'information (+ 11,3 %), le cinéma (+ 40,5 %), la télévision (+ 3,9 %), la publicité extérieure (+ 0,4 %) ; en baisse, la radio (- 0,5 %) et la presse (- 1,2 %), notamment la presse gratuite d'annonces (- 11 %) et les quotidiens nationaux (- 5,7 %) (1). La tendance 2012 annonce un marché orienté à nouveau légèrement à la hausse, avec comme priorités l'efficacité et le retour sur investissement.

(1) Etude Irep-UDA (Institut de recherches et d'études publicitaires - Union des annonceurs).

## Le handicap dans la publicité

Après le franc succès rencontré par le film "Intouchables", intéressons-nous à la place du handicap dans la publicité. Représentant 10 % de la population, les personnes handicapées jouent encore peu le rôle d'ambassadeur d'une marque. Difficile aujourd'hui de mettre en scène le handicap pour promouvoir un produit sans se voir reprocher une certaine instrumentalisation. Il est tout de même possible d'associer handicap et publicité s'il existe une cohérence entre le message et le porte-drapeau. Ainsi, l'Agefiph (Association de gestion du fonds pour l'insertion des personnes handicapées) avait misé sur l'humoriste Jamel Debbouze pour sa campagne visant à promouvoir le recrutement des personnes handicapées. Il s'agit là d'une véritable promotion du handicap et non d'un coup marketing. La législation sur l'emploi des personnes handicapées va dans ce sens, accroît notre sensibilité sur le sujet et nous incite à agir.

## Les vidéos interactives en plein boom

Vous aurez remarqué que le Web et les médias sociaux permettent rapidement à une marque de faire le buzz. L'objectif de ces vidéos publicitaires ? Susciter, avec de l'humour et un ton décalé, la curiosité d'une cible férue de nouvelles technologies et lui permettre de prendre la main sur l'histoire de la marque. Distrain, l'internaute se prend vite au "jeu" et fait vivre le bouche-à-oreille via les réseaux sociaux. Les résultats sont parfois bluffants : plus de 10 millions de vues pour la dernière campagne publicitaire vidéo de Charal intitulée "Le Burger Charal" depuis son lancement. Alors, à votre tour de faire le buzz !