



# APACOM NEWS

Lettre d'information de l'Association des Professionnels Aquitains de la Communication



## 500 pour voir plus loin en 2007 !

En 2007, l'APACOM fêtera ses dix ans ! Un âge de raison bel et bien dépassé pour notre association qui passe aujourd'hui pour la plus importante association de professionnels d'entreprise de la région, et pour l'un des réseaux phares de communicants en France... Ce succès nous aurons l'occasion de le fêter tous ensemble prochainement en accueillant notre 500<sup>ème</sup> membre ! Et si l'échange et la convivialité sont plus que jamais les maîtres-mots de notre association l'APACOM toujours animée par des bénévoles, des enjeux de professionnalisation seront également au rendez-vous de 2007 :

consolider le leadership de l'APACOM en lui donnant les moyens que sa légitimité appelle aujourd'hui, et optimiser son organisation pour absorber la forte croissance de ces dernières années.

Un virage en douceur que nous poursuivrons tout en gardant le cap sur 4 objectifs prioritaires :

- relayer les activités de l'APACOM dans les principales villes d'Aquitaine **pour confirmer notre assise régionale**
- assurer un maillage avec les principales associations professionnelles nationales **pour asseoir notre légitimité**
- renforcer les opérations d'information et de sensi-

bilisation vers les dirigeants et chefs d'entreprises **pour valoriser notre fonction et nos métiers**

- améliorer l'interactivité avec tous nos membres et optimiser la communication de l'association grâce à un nouveau site web.

Il paraît que la nouvelle année sera placée sous le signe du changement... gageons pour l'APACOM, qu'en 2007, communication bien ordonnée, commence par soi même !

C'est dans cet élan, que je vous souhaite à toutes et à tous, une année très heureuse, riche de projets les plus communicants !

Nathalie Coiquaud,  
Présidente APACOM

## AGENDA

### • Mardi 23 janvier

Atelier APACOM / MEDEF sur le thème des blogs et des nouveaux réseaux d'influence, à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux

### • Mardi 6 février, 11h30

Assemblée Générale de l'APACOM, à la Chambre de Commerce et d'Industrie de Bordeaux

### • Mercredi 7 et jeudi 8 mars

Salon STEP : le salon du tourisme d'affaires et des événements professionnels, Palais des Congrès.

### • Mi-mars

10<sup>e</sup> édition des Face à Face de la Communication, Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Gironde

### • Jeudi 24 mai

10<sup>e</sup> édition des Publissimes à Bordeaux École de Management

Et toujours, les Petits Déj' Média Presse, les Gros Plans Entreprises et tous nos autres rendez-vous sur [www.apacom-aquitaine.com](http://www.apacom-aquitaine.com)

## RENDEZ-VOUS

Relations presse :  
la bonne info...  
au bon moment !

Parce que l'information des journalistes fait partie des missions essentielles du communicant, l'APACOM a mis en place un cycle mensuel de **Petits déjeuners** avec les rédactions des médias de la région. L'objectif ? Appréhender la politique éditoriale d'une équipe rédactionnelle, ses nouveautés, connaître les journalistes et leurs centres d'intérêt, s'informer sur les modalités organisationnelles d'élaboration de leur titre (les dates de réunion de rédaction et de choix des sujets, les bouclages, les suppléments... etc).

Animés en toute convivialité par Danièle Caillau, Administratrice de l'agence INTERKOM, ces petits déjeuners sont une occasion unique pour prendre le temps de se connaître sans subir la pression de l'actualité, ou d'un sujet à couvrir !





Les principaux sites de recrutement partent d'une idée simple : 40% des embauches de cadres s'effectuent par des relations personnelles. Jacques Bardet est, depuis un an, responsable communication du Hub de Bordeaux de Viadeo. Créé en 2004, [www.viadeo.com](http://www.viadeo.com) compte aujourd'hui 750 000 membres en France. C'est un portail de mise en relation professionnelle, une version « on line » des réseaux traditionnels et le Hub en est une déclinaison locale. Un outil de développement de réseau extrêmement puissant, avec ses spécificités : rapidité, interactivité, nombre et qualification des contacts potentiels... Selon Jacques Bardet, en mesurer l'efficacité et le retour sur investissement est possible, et ce par les rencontres initiées, la qualité des informations échangées, et l'atteinte des objectifs fixés : affaires, partenariats, opportunités de carrière etc. Sur le Hub de Bordeaux sont inscrit déjà 1 100 professionnels.

### Un état d'esprit

Disposer d'un réseau de qualité c'est un investissement sur du long terme, c'est aussi savoir l'entretenir intelligemment à bon escient (sans susciter l'overdose). Le réseau c'est *faire connaissance, échanger, se rencontrer, faire des affaires sans en avoir l'air... bref : communiquer. Nous avons tous intérêt aujourd'hui à intégrer un réseau. Mais le faire savoir ne suffit pas, il faut veiller à son savoir être...* C'est certain, Corinne Hennequin nous le confirme « il n'existe pas une seule méthode pour se constituer un réseau. La "création du lien" dépend de la personnalité du communicant et la façon d'entretenir ce lien dépend aussi du "savoir-être" des individus ». Plus techniquement, utiliser son réseau c'est, pour Jacques Bardet, « soigner sa présentation en ligne, identifier clairement ses objectifs, et le plus important : y investir le juste temps ». Pour Anne Verdeaux, « bien utiliser le réseau c'est avant tout être en « veille », réactif, ouvert, oser dire et réagir ».

### Les forces du réseau dans le réseau

Les trois acolytes de L&Vin puisent au cœur de leurs réseaux professionnels et personnels respectifs pour trouver des intervenantes professionnelles et du vin offert pour les dîners. Et selon Corinne Hennequin, « bien utiliser son réseau, c'est atteindre ses objectifs tout en valorisant ses contacts. C'est une relation gagnant-gagnant ». Ne pas se limiter aux seuls communicants, et provoquer des rencontres dans le monde réel est aussi une évolution du réseau virtuel. La dimension virtuelle permet d'initier très facilement la relation ; mais c'est aussi sa limite. Autrement dit, « le réseau c'est un peu savoir rester dans la mémoire des autres, sans s'imposer mais presque avec évidence... le luxe vers lequel tend chaque communicant... ».

<sup>1</sup>[www.medef-gironde.fr](http://www.medef-gironde.fr)

<sup>2</sup>[www.viadeo.com](http://www.viadeo.com) ex [www.viaduc.com](http://www.viaduc.com) depuis son ouverture internationale

Aujourd'hui, 27 millions de français surfent, chatent, font vivre de leurs échanges la plus grande blogosphère d'Europe. Le sociologue Pascal Lardellier, nous le confirme s'il est besoin : la toile est une « extraordinaire matrice qui nous permet de rencontrer de façon fulgurante une quantité incroyable de gens, avec qui on crée des liens, ponctuels et spontanés qui nous permettent d'exister et d'entretenir une sphère sociale ». Internet a tout simplement révolutionné nos façons de rencontrer les autres. L'un des fils de la toile est le réseau. Son intérêt est de pouvoir partager une même problématique avec des personnes qui ont le même profil que vous, des gens qui vous ressemblent.

Thématique, de rencontre, professionnel, dit d'influences... à toutes fins utiles, le réseau virtuel est-il devenu un outil indispensable pour se construire un eldorado relationnel voire professionnel ? Comme tout outil, il ne fonctionne vraiment bien que si l'on en connaît les rouages et les limites. Pour y voir plus clair, en région et au delà, quatre témoins racontent.

### Un exemple local et culturel

Olivier Demangeat est l'un des coopérants de RÉSEAU 01. Partis du constat que Bordeaux est riche d'une grande diversité culturelle, lieux d'expressions, bistro-concerts, boutiques alternatives, bars associatifs, galeries d'art, cafés citoyens, organisateurs de spectacles, groupements d'artistes... mais que la plupart de ces projets culturels ont une durée de vie très limitée, les coopérants créent RÉSEAU 01.

Il s'agit d'une coopérative permettant à ces énergies de se regrouper, de se prendre en main de façon autonome et collective, de s'épauler, d'échanger des idées ou des expériences, de mutualiser des savoir-faire et d'être plus solides, car solidaires.

RÉSEAU 01 pourra déboucher sur la mise en commun de personnes-ressources, de matériels, d'outils de communication... selon les vœux et les besoins de ses membres.

### Une affaire de femmes...

1, 2, 3 communicantes, 1, 2, 3 amatrices de vin... et un nouveau club de dégustation de vin voit le jour à Bordeaux... exclusivement pour elles. Son nom : L & Vin. Le principe est simple : séances de dégustation, dîners accords mets/vins, visites de propriétés... ambiance conviviale et plaisir de partager. Une e-newsletter bimestrielle qui dispense des conseils, des recettes et autres « trucs de filles »..., accompagne le succès du Club qui affiche déjà complet pour l'année à venir.

Corinne Hennequin, fondatrice de L & Vin, assure que « c'est essentiellement le bouche à oreille qui a permis de réunir les membres ».

### Sous un angle professionnel

L'idée du réseau professionnel n'est pas neuve. L'Association des anciens de Polytechnique date de 1865, le MEDEF a été créé en 1946, le Siècle, cercle de réflexion fut lui, créé après la Libération, mais il était réservé à certaines professions ou Grandes Ecoles.

### Aujourd'hui, le réseau se démocratise...

Selon Anne Verdeaux, secrétaire générale du MEDEF Gironde<sup>1</sup>, « l'image qui me vient pour qualifier le réseau MEDEF est celle d'un « réseau gigognes » : d'abord le MEDEF national, composé de 85 fédérations professionnelles et de 155 MEDEF territoriaux, est le porte-parole de 700 000 entreprises, auprès des politiques de toutes tendances, des gouvernements, des instances européennes. Ensuite le réseau des 155 MEDEF territoriaux (6 en Aquitaine, tel le MEDEF Gironde) est en contact direct avec les PME pour les accompagner au quotidien (services, représentation, défense), faire remonter leurs attentes et agir directement auprès des décideurs locaux. Enfin, à l'intérieur du MEDEF territorial, le réseau - des entreprises adhérentes (850 en Gironde) est un lieu d'échanges, de solidarité, de formation. Et là, à partir des nombreuses sollicitations, chaque membre crée son « mode d'emploi », les motivations étant diverses.

En mesurer l'efficacité est possible au plan territorial, par le taux de renouvellement des cotisations qui, depuis 5 ans, atteint les 90% dès le mois de juin ; et, c'est plus récent, par le nombre croissant de demandes spontanées d'adhésion.

### ...et se numérise

Internet met le réseau professionnel à portée de tous et permet de démultiplier les possibilités.



Corinne Hennequin  
Fondatrice de L & VIN  
Directrice agence RP  
HEMISPHERE SUD



Anne Verdeaux  
Secrétaire générale  
Responsable des relations  
entreprises et presse  
du MEDEF Gironde  
[www.medef-gironde.fr](http://www.medef-gironde.fr)



Jacques Bardet  
Responsable comm.  
du HUB DE BORDEAUX  
de [www.viadeo.com](http://www.viadeo.com)  
Rédacteur indépendant,  
conseil en comm.



Olivier Demangeat  
Coopérant de RÉSEAU 01.  
Directeur agence  
communication EUGÈNE  
[www.eugene.fr](http://www.eugene.fr)

## L'Echo des collines, LE mensuel de la Rive droite

Depuis octobre 1998, **L'Echo des collines** informe et donne la parole aux habitants de la Rive droite, d'Ambès à Créon, des communes du GPV, le Grand projet des Villes, à Langoiran. Journal associatif édité par *L'Autre rive*, il regroupe salariés

et bénévoles autour d'une même ligne éditoriale : montrer la diversité et la richesse de la Rive droite dans tous les domaines : culturel, économique, social, patrimonial, environnemental... Distribué dans 70 points de vente et

présent dans les bibliothèques, les mairies, les cabinets médicaux, les établissements scolaires, L'Echo des collines est **Le journal de proximité de la Rive droite**.



<http://perso.orange.fr/echo.des.collines>  
tél/fax : 05 57 34 01 96.  
Rédaction : Claire Thiriet  
[redaction-echo.collines@wanadoo.fr](mailto:redaction-echo.collines@wanadoo.fr)  
Publicité, communication : Najja Azraïbi

## Newsletters économiques : l'info en temps réel et en exclusivité !

Si l'on remet souvent à plus tard la lecture détaillée de la presse économique régionale, faute de temps, force est de reconnaître que les décisions que nous prenons au quotidien dans nos entreprises seraient largement facilitées par l'apport d'informations ciblées, disponibles au bon moment, et surtout vite lues !

Une recherche d'efficacité désormais accessible grâce aux newsletters économiques.

En version papier, et exclusivement sur abonnement APS et **La lettre d'Objectif Aquitaine** se disputent la primauté de l'info. Depuis 1974 en Aquitaine, APS adresse ses 16 pages hebdomadaires de pré-information économique du vendredi sur la vie des entreprises et des dirigeants de la région à ses 10 000 lecteurs.

Depuis un an, et surfant sur le succès du mensuel Objectif Aquitaine,

La lettre d'Objectif Aquitaine paraît le 15 du mois. Riche de nouvelles inédites souvent exclusives, ce mensuel de 8 pages tout en quadrichromie, illustré de photos de la vie économique fait la part belle aux interviews d'experts, aux chiffres et aux indicateurs économiques. Tirée à 2500 exemplaires, et avec un lectorat composé de chefs d'entreprises PME-PMI, cadres dirigeants, professions libérales, responsables de collectivités locales, elle est devenue un outil essentiel pour cultiver son réseau.

Côté internet, deux e-newsletters jouent pleinement leur rôle d'alerte et de synthèse de l'actualité économique régionale, et se disputent la primauté de la réactivité.

**E-spy** tout d'abord, le produit électronique de la rédaction d'APS apporte en avant première à 1 400 abonnés, toute l'actualité économique du jour, dans le cadre d'un

rendez-vous quotidien sur votre boîte mail à 17H45. Une information en temps réel !

Dernier arrivé dans le paysage médiatique régional, **Flash Infos**, autre e-newsletter quotidienne propose depuis avril 2005 une synthèse de toute l'information économique et de la vie des entreprises du grand Sud-Ouest (Aquitaine, Midi-Pyrénées, Poitou-Charentes, Limousin) publiée dans la presse nationale ou locale du jour. Une veille complète sur les mouvements et les nominations au sein des entreprises, qui couvre aussi bien les décisions stratégiques des grands groupes implantés dans la région, que les informations boursières ou les publications de marchés publics. Édition régionale d'un réseau national de synthèse de presse, **Flash Info.com** compte 5.500 abonnés et 20.000 lecteurs dans la région. Elle oriente aujourd'hui son activité vers

celle d'une agence de presse à part entière en exploitant donc aussi toute l'information économique transmise directement...

Avec une offre de si grande qualité, l'information économique régionale est désormais à portée de main... et de souris !

**APS et E-Spy** : 05.56.6918.75  
[aps@aquitainepresse.com](mailto:aps@aquitainepresse.com)  
[www.aquitainepresse.com](http://www.aquitainepresse.com)  
**Lettre d'Objectif Aquitaine** :  
Alain Ribet - 05.56.44.02.73  
[www.objectif-aquitaine.com](http://www.objectif-aquitaine.com)  
**Flash Infos** : Fabienne Pesme  
05.56.44.20.10  
[flashinfos-sudouest@wanadoo.fr](mailto:flashinfos-sudouest@wanadoo.fr)  
[www.flash-infos.com](http://www.flash-infos.com)



## TEMPS FORTS

Chargés de décliner concrètement les stratégies de communication de leur entreprise ou de leurs clients annonceurs, les communicants mesurent au quotidien combien les messages qu'ils mettent en scène gagnent en efficacité et en crédibilité lorsqu'existe une véritable cohérence entre le fond et la forme. La congruence entre la finalité d'une communication et ses différents vecteurs de diffusion (édition, événementiel, packaging, etc.) est un facteur clé de succès : elle matérialise la sincérité du message et donc sa portée.

« La forme, c'est le fond qui remonte à la surface » Victor Hugo

Le souci du développement durable, dont se réclament de plus en plus d'entreprises et de collectivités, place les communicants face à leurs responsabilités. Concevoir

une campagne sur l'éco-responsabilité sans prendre en compte l'impact environnemental des outils et méthodes utilisés pour la concevoir, expose l'émetteur du message et ses prestataires à des risques d'autant plus importants que grandit la conscience « écologique » de l'opinion publique et des consommateurs. En témoigne l'impact de la campagne de lobbying « Green my apple » que mène Greenpeace contre la marque à la pomme pour s'en convaincre (<http://www.greenpeace.org/apple/>). Anticipant sur ce type de risque et soucieuse d'accompagner les communicants d'Aquitaine dans une meilleure prise en compte de l'éco-conception, l'APACOM s'est associée à l'ADEME et au Conseil Régional d'Aquitaine autour de l'opération « Com'Avenir » pour

sensibiliser les professionnels de la communication à cet enjeu.

Après la publication d'un guide de bonnes pratiques, « Com'Avenir » entre aujourd'hui dans une deuxième phase très opérationnelle. Plusieurs agences de communication de la région ont été sélectionnées sur appel à candidature\* et ont intégré un cursus de formation/action à l'éco-conception basé sur des projets concrets. Pour ces agences pionnières, l'objectif est de travailler à l'amélioration de la qualité écologique de leurs prestations et produits, c'est-à-dire de réduire leurs impacts négatifs sur l'environnement tout en conservant leur qualité.

Pour l'APACOM, aujourd'hui, entreprises et agences de communication ne peuvent se contenter d'attendre des réglementations

de plus en plus contraignantes. Au contraire, anticiper ces contraintes est gagnant. Il est possible de les transformer en opportunités pour faire du développement durable un véritable facteur de différenciation. La montée en puissance de l'intégration de critères d'éco-conception dans les appels d'offre publics prouve la pertinence de cette démarche. C'est une dynamique qui ne saurait s'arrêter là. Les entreprises et leurs agences de communication ont donc trois bonnes raisons de s'engager davantage : parce qu'elles peuvent changer les choses, parce que la société le leur demande, parce que c'est leur intérêt bien compris !

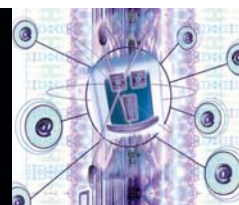
\* Agences sélectionnées : ADELIN DERREY VOISIN, AGGELOS, CALLI ATLANTIQUE, CARACTERES, CITRON PRESSE, CONVERGENCE, INOXIA.

## « GREEN MY COMMUNICANT ! »

### Nouveau site pour l'APACOM

En préparation la nouvelle version du site internet de l'APACOM : plus dynamique, plus fonctionnel et surtout plus interactif. Il facilitera la gestion en ligne des demandes, réduira les temps de réponses et

bien sûr valorisera les compétences et les actions des communicants aquitains. Création Systemic.  
[www.apacom-aquitaine.com](http://www.apacom-aquitaine.com)



## ILS NOUS RÉPONDENT...

**Laetitia Fellus-Marly**, responsable communication SANOFI-AVENTIS site d'Ambarès.

*Quelques mots de présentation de votre parcours...*

Après des études de Lettre à Bordeaux III et une année aux Etats-Unis, j'ai découvert la communication événementielle, en particulier l'organisation de conférences à la CCIB (VINEXPO). Je suis ensuite partie à Paris où j'ai abordé différents aspects de nos métiers : les relations presse en agence, la mise en place d'un service de communication chez un annonceur, la communication événementielle chez AUDITOIRE, la communication interne à la RATP puis chez BOUYGUES (bâtiment), l'ingénierie à l'AFM (Téléthon) et les relations extérieures chez SÉCHÉ ENVIRONNEMENT à Laval (gestion et traitement des déchets).

Je suis revenue à Bordeaux en 2003, responsable de la communication chez SITA à Pessac. J'ai quitté le Groupe SUEZ en février 2006.

*Vous prenez en mains le service communication de SANOFI-AVENTIS à Ambarès. Quelles sont vos missions principales ?*

J'ai deux missions principales ce leader des laboratoires pharmaceutiques en Europe et n° 3 mondial. Le site d'Ambarès est un lieu de production de médicaments. Je

me suis d'abord attachée à entrer dans la culture de l'entreprise, à me mettre à l'écoute du personnel, à comprendre avant de proposer et, pour favoriser la communication interne, à faire en sorte que les salariés des 4 unités de production se rencontrent et échangent. J'ai aussi un rôle d'interface, d'adaptation de la communication corporate du groupe au niveau local.

*Quelles ont été vos motivations pour accepter ce poste ?*

Je suis très attachée à la qualité des rencontres mais aussi à la découverte de nouveaux milieux, en l'occurrence celui de l'industrie pharmaceutique, très exigeante en matière de contrôle, de validation, de qualité. Dans le domaine de la santé, nous n'avons pas droit à l'erreur et cette motivation, partagée par chacun, est très stimulante.

*En quoi l'APACOM peut-elle être un interlocuteur privilégié ?*

A Bordeaux, l'organisation de nos professions et le relationnel sont très différents de ce que j'ai pu connaître à Paris. Ici, le réseau est indispensable. Il permet de rencontrer des personnes ayant la même problématique, travaillant sur des sujets communs ou connexes. L'APACOM favorise le partage d'expériences.



Laetitia Fellus-Marly



Serge Mousuteguy

**Serge Mousuteguy**, Directeur de la communication ville de Pau.

*Quelques mots de présentation de votre parcours...*

Avant d'intégrer la Mairie de Pau, j'ai débuté mon cursus professionnel dans le privé. J'ai pu ainsi développer des notions qui me sont chères, exigence du travail bien fait, réactivité et résolution rapide des problèmes.

*Vous prenez en main le service communication de la Mairie de Pau. Quelles sont vos missions principales ?*

Comme dans de nombreuses municipalités les actions du service sont cruciales. Nous communiquons sur les actions municipales et nous soutenons les projets conséquents du tissu associatif. L'accent est porté sur le pôle éditorial et Internet, ce n'est pas sans raisons que nous avons obtenu le Top Com d'Or pour notre site.

*Quelles ont été vos motivations pour accepter ce poste ?*

Il est dit que sans maîtrise la puissance n'est rien. Loin de

moi la prétention d'être un homme de pouvoir, mais mon expérience dans le service en tant que Directeur adjoint m'a permis d'acquérir une parfaite connaissance des dossiers. Je pense être un facilitateur pour l'équipe, les rouages doivent être bien huilés. Toutefois, si un grain de sable se glisse dans le mécanisme... sans précipitation mais avec une réflexion bien ciblée, la réaction est immédiate. Il n'y a pas de temps à perdre. Notre ville est en pleine mutation, centre ville piéton, base d'eaux vives pour le pôle élite France de canoë kayak, médiathèque intercommunale à dimension régionale. Pau est une ville d'avenir dans un écrin historique.

*En quoi l'APACOM serait-elle un interlocuteur privilégié ?*

Il est indispensable de développer le réseau, les projets de coopération ou de partenariat. Pour mieux avancer, il faut prendre du recul, échanger les savoir faire et les expériences. L'Aquitaine dispose d'atouts forts, il s'agit d'aborder les spécificités de la communication dans les domaines précis. L'APACOM apporte ce soutien.

## BIENVENUE

**Stéphanie AUBERT**  
Chargée de communication,  
Régime Social des Indépendants  
d'Aquitaine

**Isabelle BALLIGAND**  
Chargée de communication,  
Université Michel de Montaigne  
Bordeaux III

**Christophe BEAUBATON**  
Directeur de clientèle,  
Rouge Indigo

**Christophe BELUD**  
Consultant, Excelia

**Anne-France FARRE**  
Attachée communication,  
Institut Supérieur Européen  
de Gestion,  
IONIS Groupe

**Juliette GUIBERT DEMPTOS**  
Chargée des relations publiques,  
Librairie Mollat

**Owen LAGADEC**  
Directeur, O'Music

**Caroline MAZEL**  
Directrice, Médiarchi

## Ils ont rejoint l'APACOM !!



**Xavier PEREZ**  
Chargé d'insertion/communication,  
Bureau Information Jeunesse,  
CIJA

**Aurélien TERRADE**  
Directeur associé,  
Pile-Poil

