

# Communiquer

LA LETTRE DU CLUB DE LA COMMUNICATION RHÔNE-ALPES N°50 AVRIL 2008

## Agenda

**mardi 20 mai**

12h15 - 14 h

lieu à déterminer

### Les murs peints dans votre Communication

contact : laurent.poirier@eu.rhodia.com

**mardi 17 juin**

12h15 - 14h

Muséum 10 rue Boileau 69006 Lyon

### Le chantier des collections du Musée des Confluences

contact : pascaline.m@solisteslyontetu.com

à venir

**date à préciser**

16h30 - 23h30

5 rue Montrochet 69002 Lyon Confluent

### Visite du Groupe Le Progrès

contact : laurent.poirier@eu.rhodia.com

**date à préciser**

18h30 - 20h30

### Comment fédérer les salariés?

contact : helene.badon-murgue@sanofi-aventis.com

**jeudi 23 octobre**

18h30 - 20h30

au Club de la Presse

### Quelle communication pour les organisations syndicales et professionnelles ?

## Edito

### Le changement dans la continuité

On ne change pas une équipe qui gagne ! En janvier, vous avez renouvelé votre confiance à notre bureau. Certes, sa composition a légèrement évolué avec le départ de Nathalie Gateau (APICIL), qui reste active pour assurer notre lettre de l'emploi, et l'arrivée de deux nouvelles têtes Cendrine Vadon (Ecole centrale de Lyon) et Eric Vernusse (Banque Rhône-Alpes). Côté fonctions, on a aussi mélangé les cartes avec une nouvelle présidence, un nouveau secrétaire général, afin de laisser respirer les anciens occupants des dites fonctions... Mais l'équipe ne change pas.

On ne change pas une formule qui gagne ! Rendez-vous métiers, mardis de la com, visites d'entreprises, Internet, Lettre... Vous nous dites que vous appréciez tous ces outils que notre club met à votre disposition, nous allons donc continuer. Peut-être avec de nouvelles têtes, là encore, avec des petites évolutions certainement et peut-être un grand projet : un rendez-vous thématique comme ceux que nous vous avons proposés précédemment : les relations presse, la couleur, le développement durable.

Sur quelle problématique ? Aidez-nous à la trouver, aidez-nous à la mettre en œuvre : Engagez-vous à nos côtés. Le club, c'est l'équipe !

Nathalie Blanc

## 14 février au Grand Lyon

### I love... la Com !

La rencontre avec Jean-François Lanneluc et Jack Dumont le 14 février a permis aux membres du Club de découvrir la Com du Grand Lyon ... les yeux dans les yeux ! (Extrait)



Jean-François Lanneluc



Jack Dumont

Jour de la Saint Valentin... Une trentaine de membres du Club se retrouvent pour « embrasser » la communication du Grand Lyon. Jean-Gabriel Madignier, directeur-adjoint de la communauté urbaine lyonnaise pose le décor. Jean-François Lanneluc, ex dircom de Strasbourg et Grenoble, devenu dircom de Lyon et du Grand Lyon (et directeur de cabinet de Gérard Collomb) rappelle en préambule que les premiers dircoms de collectivités locales remontent aux années « 80 » avant que les conseils régionaux, créés en 1982, favorisent l'émergence de la communication publique, accélérée également par le contexte de crise économique. Le spécialiste insiste alors sur les trois missions de la direction de la communication du Grand Lyon :

« D'abord informer les usagers sur les services rendus en privilégiant l'aspect pratique, ensuite promouvoir

le territoire - vers l'extérieur mais aussi vers l'intérieur - les activités et l'émergence du Grand Lyon ; enfin, faire adhérer aux projets conduits, autrement dit développer une démarche pédagogique et renforcer le sentiment d'identité ».

### Une déclaration : « Donner une image plus fun et plus sexy »

Pour lui, deux postures sont possibles : soit la communication est un service expert et se limite à une relation client-fournisseur ; soit la communication est d'abord là pour proposer des objectifs bien définis en termes d'image et les moyens qui permettent de les atteindre. J.F. L. préfère de loin flirter avec la seconde posture qui exige une grande proximité avec l'exécutif. Objectif : transformer l'image, provoquer la mutation de l'opinion. « Dans cette posture, précise t-il, tous les signes émis véhiculent une image (...). Axons notre communication sur des items très contemporains ». Ainsi, la créativité et la fantaisie ne sont pas exclues ! Ce que J.F. L. traduit par « donner une image plus fun et plus sexy ». L'exemple phare ? Le Velov de couleur rouge ; le Velov est d'ailleurs un nom suggéré par son fidèle adjoint : Jack Dumont. Tout droit sorti des Beaux Arts, ce dernier apporte sa touche de couleurs sur tout ce qu'il touche. Il note que Lyon a été classée grande ville la plus attractive de France en 2005, 2006 et 2007. J.F. Lanneluc, le littéraire, décrit lui la communication comme « une alchimie mêlant à la fois l'intuition et la capacité à gérer. Il doit y avoir une forte symbiose entre la communication de la Ville de Lyon et celle du Grand Lyon ». (...) L'identité d'un territoire, c'est d'abord celle de la ville centre. " Only Lyon " avec ses 2000 ambassadeurs, les rencontres de l'OL ou Eurocité (présidé par G. Collomb) à Bruxelles, l'aéroport Saint-Exupéry et son réseau, la Cité Internationale, la fête des lumières... « Il y a encore du travail pour moderniser l'image de Lyon, notamment avec l'émergence du tourisme d'agrément et celle des congrès ». Mais,

grâce à la communication sur les berges, les Lyonnais ont repris goût « de se promener, de voir leur ville ».

J.-F. Lanneluc, qui anime un Master Communication, Politique et Animations locales à la Sorbonne, conclut : « Cette communication est en phase avec la population lyonnaise dont le taux de turn-over a beaucoup augmenté ». Budget Com total : 3,7 millions d'euros sachant que le Grand Lyon dispose de son propre réseau d'affichage.

## Un outil méconnu : Le protocole

A l'issue de cette soirée épatante, Chantal Austruy nous a initiés aux règles très anciennes du protocole : « En France, nous disposons d'un seul protocole rattaché au ministère des Affaires Etrangères et dont un décret constitue l'outil de référence ». Vous y recourrez forcément à l'occasion d'une cérémonie publique, d'où la nécessité de mieux connaître les honneurs civils et militaires et tout ce qui relève de la préséance. Et puis, il existe le protocole européen qui se veut garant de l'ordre, de la rigueur, de la courtoisie, de l'équité, du respect entre les nations. Chantal Austruy insiste sur les exigences de la mise en place et le stress qui accompagne la préparation d'une rencontre internationale. Chantal Austruy est aidée de deux assistantes. Pas le temps toujours de pavoiser, seulement d'exercer son métier avec... amour !!! Ouf, quelle sacrée soirée. Merci... Saint Valentin.

F.X. Combasson

Pour en savoir plus, découvrez l'article de François-Xavier Combasson dans son intégralité, sur [www.lyon.clubdelacom.com](http://www.lyon.clubdelacom.com) rubrique Espace Adhérents et cliquez sur I love la com...

## Keith Haring

« Dessiner, partout et pour tous »...



Pour commencer dans le métro, mais déjà bien avant dès l'âge de 4 ans avec son père dans sa maison. Keith Haring traçait, inlassablement, des personnages, des animaux et des signes aujourd'hui reconnaissables parmi des milliers sur toutes les surfaces qui se présentaient à lui : des panneaux publicitaires en attente d'affiches dans le métro new-yorkais, palissades de chantiers, bâches, à la dérobée... Puis des murs de piscines, d'écoles, de centres culturels et même de casino, sur commande. Grâce à Sylvie Plot, directrice de la communication de la SNCF Lyon, la vie de cet artiste hors du commun et auquel le Musée d'art Contemporain de Lyon propose jusqu'au 6 juin une rétrospective exceptionnelle nous a été contée. Deux visites guidées nous étaient proposées par les guides du musée. Une trentaine d'adhérents du Club de la com se sont retrouvés au cœur de la Cité internationale à son invitation pour comprendre l'œuvre de ce jeune homme mort trop tôt, à 31

ans, emporté par le virus du sida. Cette année, il aurait eu tout juste 50 ans.

La force de communication de l'art urbain l'intéressait. Les communicants que nous sommes avons été séduits par sa création, sa facilité à faire passer son message, à le rendre accessible, son analyse, si juste, du monde contemporain. Aucune de ses œuvres n'a vieilli.

Pour la SNCF, ce soutien au MAC s'explique facilement. « Nous souhaitons profiter des événements culturels comme vecteur de communication. Nous avons offert une palissade à des graffeurs qui ont rendu hommage à Keith Haring à Perrache afin de démystifier le graf. Nous avons aussi utilisé ce partenariat en interne pour faire connaître l'artiste et son monde. Finalité : faire évoluer les états d'esprit de tous, agents comme voyageurs ».

Opération et voyage réussis. Encore merci à Sylvie et à son assistante pour leur chaleureux accueil.

N. Blanc



## Mardis de la Com'

### La CCI par le menu

À l'initiative de Françoise Desprez, responsable communication à la CCI de Lyon, et sous la houlette de Laurent Poirier, animateur de la commission Mardi de la Com', Blandine Vignon, directeur de la communication de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Lyon nous a expliqué au cours d'un déjeuner pourquoi et comment, avec son équipe, elle avait restructuré le service communication de la chambre consulaire.

À son arrivée au sein de la vénérable institution, les 15 professionnels de la communication menaient à bien les missions que lui confiaient les différents services de la CCI. Et ceci très efficacement. « Mais on nous considérait comme des exécutants. La communication n'était pas reconnue, alors que les spécialistes des RH ou des finances étaient considérés comme des experts de leur domaine. C'est bien connu : tout le monde a de bonnes idées en communication et chacun pense que la sienne est la meilleure ». À ce moment, je sens à travers mon écran d'ordinateur en écrivant ces lignes, vos soupirs de contentement et je sais que Blandine Vignon vient de se faire d'un coup une centaine d'alliés! D'autant qu'elle nous propose en prime une solution. « Nous avons voulu retourner la situation et redevenir les maîtres du jeu ».

Blandine Vignon et son équipe vont construire de nouvelles règles. Désormais, au cours de réunions mensuelles, les correspondants « communication » de tous les pôles de la CCI de Lyon, qui en comptent 15 au total, exposent à la communication les actions qu'ils souhaiteraient mettre en valeur. La communication va définir avec eux les enjeux, les objectifs, les cibles de ces actions et leur propose le cas échéant et souvent l'après-midi même une réponse com', basée sur les nombreux outils dont dispose l'institution. Relations Presse, événementiels, Journal Agir et

Entreprendre, opération de communication interne. Une validation du responsable du pôle est nécessaire à chaque fois et la démarche a reçu dès l'origine l'entière adhésion de la Direction générale. « Il faut tout de même être pédagogue, avoir de la patience et de la rigueur », conseille celle qui travailla chez Dun & Bradstreet avant d'intégrer la grande dame des Cordeliers et qui applique à Lyon l'ABCDE... des bonnes pratiques en usage chez les anglosaxons : Audience, Behavior, Content, Design & Evaluation.

Pour faire connaître les différents outils com' aux non-initiés qui pensaient pourtant l'être, la communication de la CCI a même réalisé un petit catalogue extraordinaire à la forme d'un nuancier de peintures et qui défend haut et fort les couleurs de nos métiers. « Nous n'avons rien inventé », insiste modeste Blandine Vignon. Mais il fallait y penser !

N. Blanc

## Visite d'Entreprise

### Les laboratoires Boiron, la face cachée de l'homéopathie enfin révélée !

L'homéopathie est aujourd'hui une réalité médicale et pharmaceutique : 300 millions de malades l'utilisent et plus de 100 000 médecins prescrivent occasionnellement ou habituellement des médicaments homéopathiques. Un succès qui doit beaucoup à la famille Boiron qui, depuis 75 ans, construit sa position de leader mondial à Lyon, foyer historique de l'homéopathie française. Avec des résultats nets de 9% (et ce après la fusion réussie avec Dolisos), et malgré les difficultés du remboursement par la Sécurité sociale de ces médicaments pourtant très peu coûteux, l'entreprise connaît un succès croissant.

Il faut dire que le projet de Boiron ce n'est pas seulement d'être un fabricant mais d'être aussi porte-parole de l'homéopathie et donc donner accès à tous les professionnels de santé à cette méthode thérapeutique. Une méthode toujours contestée, la présence de principe actif dans les dilutions homéopathiques n'ayant jamais été prouvée à ce jour, ce qui pousse l'entreprise à investir dans des programmes de recherches, notamment en milieu hospitalier. Les utilisateurs, toujours plus nombreux, ne doutent pas de l'efficacité de cette thérapeutique qui prend en compte l'individu dans son ensemble comme l'explique Jean-François Luro, responsable des relations extérieures, aux membres du Club ayant décidé d'en savoir plus lors de cette matinée de visite.



C'est Corine Mure, pharmacien, qui nous fait découvrir la fabrication des célèbres petits granules (1000 couches concentriques de sucre) et des « teintures-mères ». Celles-ci sont élaborées à partir de plantes, de minéraux ou d'extraits animaux qui arrivent du monde entier, soigneusement sélectionnés pour satisfaire les normes de qualité de l'industrie du

## Rencontre

médicament. Les principes actifs sortis des cuves sont alors dilués dans un solvant (éthanol ou eau) au centième. Il peut y avoir jusqu'à 30 dilutions successives (30 CH - centésimale Hahnemannienne -). Après chaque dilution, la solution est "dynamisée", avant d'imprégner les granules. Les homéopathes considèrent que les préparations diluées sont susceptibles de contrecarrer les effets de la maladie présentant les mêmes symptômes que ceux qui sont provoqués par la toxine présente dans la « teinture-mère » et donc de soigner selon un principe datant de l'Antiquité grecque : soigner par les semblables. C'est Samuel Hahnemann qui, au XIXe siècle, a expérimenté cette méthode. Les laboratoires Boiron fabriquent chaque année 700 à 800 tonnes de granules en périphérie lyonnaise et assurent aussi la distribution de leurs 3000 références, inscrites à la pharmacopée française depuis 1965.

Le célèbre tube d'Oscillocoquinum<sup>®</sup>, vendu dans 50 pays, est tellement plébiscité en Russie qu'il faut désormais le fabriquer aussi de nuit, une première chez Boiron. L'équipe de salariés qui y est dédiée est entièrement volontaire, et c'est aussi l'exemplarité de l'entreprise en matière de politique sociale qui soude ses salariés derrière la performance économique. Comme nous l'explique Robert Beroud, directeur général adjoint délégué aux relations humaines et sociales, les 40 sites Boiron ont leur CE et il y a environ 25 accords d'entreprise, et notamment depuis 1979 un accord qui lie la productivité et la redistribution aux salariés. Des salariés que l'on privilégie aussi par une ouverture à l'art et à la démarche artistique plutôt que par des actions de mécénat à l'externe. « *Une conviction : notre avenir, personnel et professionnel, individuel et collectif dépend de notre capacité à inventer, à innover, à créer* ».

Être resté « une affaire de famille » pour ses dirigeants comme pour ses salariés, avoir su conserver ses valeurs sont les atouts incontestables de l'image et de la réussite Boiron. La passion est bien la face cachée de cette "success story" lyonnaise.

P. Maugat

Les laboratoires Boiron en chiffres :

CA 2007 : 435 millions d'euros

4000 salariés dont 250 pharmaciens

40% des Français utilisent l'homéopathie

22 000 points de vente en France

En savoir plus : [www.boiron.fr](http://www.boiron.fr)



## Lyon, capitale européenne de la Culture en 2013 ?



Nelly Gabriel et Anne Grumet

C'est au cours d'un déjeuner rencontre avec Anne Grumet, coordinatrice du projet et Nelly Gabriel, chargée de mission, que nous en avons appris un peu plus sur cette candidature de Lyon au titre envié de Capitale européenne de la Culture en 2013.

Conçue pour rapprocher les citoyens de l'Union Européenne cette initiative a été lancée en 1985 à l'initiative de Melina Mercouri appuyée par Jack Lang. Cette initiative est une réussite, puisque chaque année elle permet de réunir de plus en plus de citoyens européens autour de la candidature de leur ville. Le projet "Capitale européenne de la Culture" est financé par le Parlement européen (à hauteur d'environ 1,5 million d'euros pour un budget global généralement estimé à 100 millions d'euros) et implique une procédure de sélection de plus en plus exigeante pour les villes, la concurrence est rude pour gagner le fameux titre. Il est donné à chaque pays membre de l'Union européenne l'occasion d'accueillir la Capitale alternativement. Deux villes (une des pays historiques et une des pays entrants) partagent maintenant ce statut tous les ans. Pour 2013, c'est le tour de la France et la Slovaquie. Dès 2006, Lyon a décidé de se porter candidate et de porter un projet sur toute l'agglomération. Elle imagine une grande fête culturelle et artistique sur toute l'année avec des points forts événementiels, mais aussi l'occasion de commandes publiques pour que la ville en soit durablement transformée. Le directeur artistique, Jérôme Delormas nommé en février n'a pas encore dévoilé son projet. La volonté est d'inventer « une nouvelle urbanité », une idée de nouvelle métropole européenne se réappropriant l'espace public et ses nouveaux usages, par exemple en travaillant sur les fleuves mais aussi sur une « polycentralité » pouvant aller jusqu'à St Etienne...

La volonté est de présenter la Culture au sens large, et en s'appuyant sur les diversités. Il faudra choisir parmi plusieurs axes de travail : le cinéma et les nouvelles images, le partage de la connaissance, la création du futur... Pour associer le patrimoine industriel et les entreprises, des groupes de travail avec la CCI sont déjà mis en place (BTP, métiers de la soie...). Tous les secteurs d'activités doivent s'ouvrir pour accueillir et être derrière ce projet vecteur de communication essentiel à l'image internationale de Lyon.

Après une première présélection, Lyon reste derrière Bordeaux, Toulouse et Marseille. Elle soutiendra son projet devant un jury européen mi-septembre. Il lui reste quatre mois pour fédérer toutes les forces de la société civile lyonnaise autour d'elle. Décision fin 2008 : la présidence européenne verra-t-elle notre ville en rose ou ses concurrentes en bleu ?

P. Maugat

**Soutenez la candidature**  
[www.lyon2013.eu](http://www.lyon2013.eu)

Et rendez-vous pour le lancement lors de la Fête des Lumières 2012 !

## Savoir vivre

La Soirée "Design et Communication", organisée le 10 avril dernier par la Commission Métier, nous a apporté une moisson d'informations passionnantes et utiles pour notre exercice professionnel (compte-rendu dans la prochaine Lettre).

Un très beau, bon et intéressant moment, simplement terni par l'absence non expliquée d'une part non négligeable des inscrits : 11 sur 22 ?????? Deux personnes, retenues par des obligations extérieures nous ont prévenu, les 9 autres étaient probablement en panne de batterie...

Ceci est d'autant plus déplaisant que ce type de comportement tend à se renouveler et que nous étions accueillis par un organisme extérieur en ayant engagé, pour le club, des frais de traitement inutiles.

Il reste, heureusement, l'intérêt des présents pour cette soirée d'échanges fructueux.

La Commission Métiers



**La lettre du Club de la COMMUNICATION Rhône-Alpes**

Ecole Supérieure de Chimie Physique Electronique de Lyon  
43 blvd du 11 novembre 1918 - BP 2077  
69616 Villeurbanne Cedex  
[www.clubdelacom.com](http://www.clubdelacom.com)

Responsable de la Publication : N. Blanc  
Coordination : N. Blanc / P. Maugat

Rédaction : M. Chabrier / F.X. Combasson / A.C. Viollet  
Mise en page : M. Zahnd