

## Emploi

### Partage d'annonces

Le service « Emplois et compétences » vient de l'idée que les informations circulent plus vite en réseau, autant partager entre nous les opportunités dont nous avons connaissance et qui peuvent aider les uns et les autres à évoluer selon leurs souhaits. Sur une vingtaine de mails envoyés en 2005, voici comment se répartissent la cinquantaine d'annonces traitées :

Annonces réseau	Annonces sites	Recherche de collaborateurs	Recommandations de CV
5	27	12	8
10%	52%	23%	15%

Premier constat : les annonces purement réseau pour aider les uns et les autres, membres du club, à évoluer selon leurs aspirations, ne représentent que 10% des offres ou recherches proposées par les membres du club. La plupart des annonces échangées viennent de sites spécialisés dans la recherche d'emploi (52%) et sont donc tributaires du temps passé à les collecter pour les diffuser aux membres du club.

Deuxième constat : la montée en flèche de nouvelles préoccupations. 23% des annonces concernent la recherche de collaborateurs (stagiaires, assistantes, journalistes free lance, etc.), bien que ces profils ne correspondent pas directement à celui des membres du club. Il y a donc là un nouveau service qui est en train de naître. Par ailleurs, 15% des envois consistent à recommander telle ou telle personne avec qui nous avons travaillé, de qui nous sommes satisfaits et dont finalement on « pousse » un peu la candidature. Il resterait à savoir si ces recherches ou ces coups de pouce ont reçu un écho grâce à cette formule.

Ces modestes statistiques sont, hélas, à l'image du marché actuel de l'emploi concernant la communication. Plusieurs membres du club ont perdu leur poste, d'autres cherchent à évoluer, mais les annonces se font rares et les nouvelles générations de communicants, formés dans des écoles spécialisées, frappent aux portes de l'emploi.

Par ailleurs, sachez que cette rubrique recherche un ou une repreneur (-se). Si vous êtes intéressé(e) pour prendre le relais, n'hésitez pas à contacter le bureau pour prendre la suite.

Olivier Echasseriau

## Mais aussi...

### Développement

Sophie de Rocca Serra, responsable de la Commission Développement est sur tous les fronts : du recrutement à l'union des clubs de la communication. En 2005, 12 nouveaux adhérents nous ont rejoints. Le Club compte actuellement 85 membres.



Visite du Club d'Amiens

## Mission Inde

### Un centre de formation à Pondichéry



Le centre de formation.

Fin décembre 2004, à la suite de la catastrophe provoquée par le tsunami, l'un de nos membres, Sophie de Rocca Serra s'investissait aux côtés des populations touchées par le raz de marée, dans le cadre de l'Opération Mission Inde. Le Club de la communication Rhône-Alpes décidait, lors de son assemblée générale de début janvier, de faire un don pour soutenir l'action de Sophie.

Aujourd'hui, nous pouvons voir sur ces images les progrès réalisés entre autres grâce à ce geste de solidarité. Le centre de formation aux métiers du bois, dont nous avait parlé Sophie, a pu voir le jour en juillet dans la région de Pondichéry. « Le terrain a été acheté, le centre construit et les formations aux métiers du bois ont déjà démarré, nous explique Sophie de Rocca Serra, vice présidente du CCRA. Dans la journée les pêcheurs viennent apprendre comment construire un bateau. Ce sont des pêcheurs de rivière qui ont été touchés par le tsunami mais qui n'ont pas été aidés par le gouvernement indien. Et, en fin d'après midi les enfants viennent prendre des cours du soir ».

Sophie continuera de nous donner régulièrement des nouvelles de ce beau projet. Vous pouvez aussi visiter le site de l'association indienne avec laquelle Mission Inde a pu mener à bien ce projet : [indp@vsnl.com](mailto:indp@vsnl.com)



L'atelier de fabrication des bateaux.

## Com' interne

### Tous en ligne...

La commission Com' interne du Club de la Com reste en ligne ! Toujours mieux communiquer avec vous, tel est l'objectif qui anime notre commission depuis sa création. En 2005, nous avons donc réanimé notre site Internet : nouveau visuel et nouvelle formule vous attendent sur [www.clubdelacom.com](http://www.clubdelacom.com). « Affirmer la spécificité de nos métiers, c'est affûter nos compétences et nos expériences » avec et pour vous. Grâce à l'agenda, vous pouvez désormais garder un œil sur le calendrier du club, connaître l'activité des commissions et peut être vous engager, conserver dans vos archives les comptes-rendus des événements marquants en vous connectant sur l'espace adhérents ! Vous avez aussi accès à l'annuaire en ligne. Avec ACTI, votre commission Com' interne a donc souhaité vous offrir un site pratique, réactualisé et interactif puisque vous pouvez nous joindre d'un simple clic et les nouveaux communicants de la région peuvent demander leur dossier d'adhésion sans passer par la case courrier.

Mais la com' interne, en 2005, ce fut aussi grâce à nos plumes toujours d'attaque Nathalie Blanc, Françoise Desprez, Pascaline Maugat, François-Xavier Combasson : quatre lettres *Communiquer*. En janvier, avril, juillet et novembre, vous avez pu lire combien le club de la communication Rhône-Alpes restait dynamique et actif. Vous avez ainsi pu apprécier les éditos de Christine, les portraits de nos nouveaux adhérents, les comptes-rendus des événements organisés avec talent par nos différentes commissions et ceux des rendez-vous mensuels des mardis de la com' qui remportent toujours un grand succès.

Enfin, en cette fin 2005, Pascaline a réactualisé l'Annuaire du club, disponible en ligne...

Pour 2006, notre programme est de continuer à vous tenir informés : en numérique et sur papier !

Nathalie Blanc

Membres de la commission Communication interne : Nathalie Blanc (Centre Léon Bérard), Pascaline Maugat (Chœurs de Lyon - Bernard Tétu), Françoise Desprez (CCI de Lyon), François-Xavier Combasson (Assurance Maladie de Lyon)

## Edito



Ce numéro de « Communiquer », le premier de l'année est traditionnellement celui du bilan de l'année écoulée...

Elle fut riche en événements en tout genre et je ne vais pas faire un catalogue à la Prévert de tout ce que nos commissions vous ont proposé, l'AG de jeudi prochain est faite pour cela. Je ne vais pas non plus vous décliner tous les projets à venir, l'Agenda que vous trouverez sur notre nouveau site [www.clubdelacom.com](http://www.clubdelacom.com) <<http://www.clubdelacom.com>> vous permettra de ne pas rater un seul rendez-vous. Je préfère vous parler de ma joie de voir notre club vivre, se développer et croyez moi, c'est la meilleure des récompenses pour le bureau. Je préfère également vous parler de notre amitié qui est née puis a grandi au fil des réunions, des nouvelles idées, des réalisations, des succès et aussi des déceptions. Je nous souhaite de continuer dans cette voie et je vous souhaite à toutes et à tous une excellente année. D'ailleurs je préférerais dire nous vous souhaitons une excellente année car cet édito est celui de toute l'équipe du bureau :

Christine Legrand, Fabienne Marqueste, Georges Peillon, Hélène Badon Murgue, Laurent Poirier, Nathalie Blanc, Olivier Echasseriau, Pascaline Maugat et Sophie de Rocca Serra

# BONNE ANNEE !

## Commission Métier

### Au rythme de « dépêche mode »

Au premier trimestre 2005, la commission



IPSOS au Club de la Presse

« métiers », coachée par Hélène Badon-Murgue fait « tomber le masque » des membres du Club... du moins ceux qui se sont prêtés au jeu : 46 seulement (55 %) ont renvoyé le questionnaire proposé. C'est une petite déception dans la mesure où la commission a trouvé un partenaire de choix - IPSOS Rhône-Alpes - qui a administré la traditionnelle enquête auprès des membres du Club de la Communication Rhône-Alpes. Toujours est-il que la commission a fait mentir le proverbe « en avril, ne te découvre pas d'un fil » en levant le voile sur les résultats. François de Sars - directeur d'IPSOS Rhône-Alpes - aimait la restitution. Du cousu main. Parmi les articles les plus attendus par les membres du Club : l'évaluation des actions de communication, les nouvelles technologies, la communication interne, enfin la communication de crise.

Par ailleurs, le défilé des commentaires a insisté sur la nécessité d'apports concrets et d'interventions d'experts permettant à chacun d'être au crochet des principales évolutions de nos métiers. Autre dominante : la notion de réseau ou de maillage, et puis, de fil en aiguille, l'importance des séminaires et ren-

contres professionnelles. Rappelons que cette enquête, au delà de révéler le profil des membres et le vécu de leur métier au sein de leur entreprise, nourrit les collections d'actions du Club et en particulier les rayons de la commission métiers.

### Evaluation : du prêt à porter

Cette dernière a immédiatement approvisionné sa boutique en proposant là une belle assistance le 1er juin une soirée métier animée de nouveau par François de Sars accompagné de Perrine Louichon, directeur d'étude à IPSOS, sur le thème : « Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives et baromètres : quels thermomètres pour mesurer l'efficacité de la communication ? » Là, nous sommes passés à de la haute couture : comptez environ 15000 euros en moyenne pour mesurer le poids de vos slogans, visuels et autres messages.

### La collection hiver aux couleurs de la communication interne

Enfin, la commission métiers a déroulé une nouvelle pelote de laine le 15 décembre dernier au Club de la Presse avec une seconde soirée métiers intitulée « priorité à la Com' interne » avec deux intervenants de marque. Frédérique Laviron, étiquetée Sanofi - Pasteur, a dessiné la communication interne du site de Marcy l'Etoile qui brille de ce qu'elle a su insuffler dans les allées et au cœur des... 90 bâtiments : faire connaître les enjeux, les contours et l'identité du nouveau groupe Sanofi - Aventis, faire partager la vision, la stratégie et les valeurs du groupe et ce, dans un environnement turbulent et un contexte de forte expansion. ; les actions qu'elle propose



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  
[clubdelacomrhonealpes@cpe.fr](mailto:clubdelacomrhonealpes@cpe.fr)

Responsable de la Publication : C. Legrand

Coordination : N. Blanc / P. Maugat

Ont collaboré à ce numéro :

F.X. Combasson, O. Echasseriau, L. Poirier, S. de Rocca Serra.



ont pour but de motiver, fédérer le personnel, décloisonner, valoriser les équipes tout en donnant du sens, sans oublier d'accompagner les managers pour leur propre com interne. Au programme : événements comme les «Journées maladie» (polio, grippe, méningite) ouverture des bâtiments aux équipes d'un autre bâtiment, historique du site, journal du site, vidéo, Intranet... Le personnel (2400 personnes) et les managers, stimulés par la diversité et l'accessibilité de ces articles dégriffés, enfilent les costumes de leur choix, deviennent acteurs. Comme les différentes pièces d'un patron, le personnel s'assemble, se rassemble et donne un produit harmonieux et bien coupé. Le service Communication interne se positionne clairement comme un prestataire de multiples services, vaccinant avec bonheur contre l'exclusion de la communication.

Patrick Féminier (Longueur d'Onde + Association Française de Communication Interne) nous a ensuite «tricoté un pull pour l'hiver». L'AFCI compte 320 membres dont 40 en Rhône-Alpes. Un de ses objectifs : favoriser le rayonnement de la communication interne notamment auprès des dirigeants d'entreprise. Elle constitue un espace d'échange entre professionnels, organise une journée nationale annuelle à Lyon sous la houlette de son président Thierry Garnier (Renault Trucks), également des universités sur plusieurs jours. Elle produit enfin deux fois par an les Cahiers de la com. Ensuite, la communication interne est un résultat qui s'apprécie sous plusieurs coutures : la connaissance, la compréhension, l'adhésion, la contribution, et que ce n'est pas facile de passer d'une logique de moyens à une logique de résultats. Ainsi il est fondamental de concevoir dès le départ l'évaluation d'une action en se posant la question «qu'est-ce que j'attends ?», à défaut, votre communication interne vous donnera encore plus de fil à retordre.

## Le B.A. - BA qui laisse baba

Et si la communication ne crée pas toujours la confiance, c'est parce qu'elle se construit dans le temps. Les nouvelles technologies ne sont pas forcément la panacée parce que le problème de l'identification de l'émetteur demeure. Voici donc les «top-modèles» de la communication interne, version AFCI : travailler sur la relation, se centrer sur la qualité de la relation, ne jamais sauter l'étape de l'échange car il est essentiel d'obtenir un accord à la fois sur les finalités et les modalités. Le communicant doit aussi remettre l'ouvrage sur le métier pour établir le référentiel de la communication. La performance d'une organisation est liée à la qualité des relations qui s'établissent entre ses acteurs, avec ses parties prenantes.

En période de crise, P. Féminier conseille à chacun, pour coudre sa com interne, de se raccrocher aux seuls faits, rien que les faits, en les distinguant du sens qu'on peut leur donner. Et si le défi permanent de la Communication interne réside dans la capacité à bâtir des dispositifs facilitant la mise en commun, la crise qui induit l'urgence ne réunit pas les conditions propices du débat. La communication

interne demeure un vrai travail de constitution de liens, patiemment, comme une dentelle en points de Burano. Et puis "ce n'est pas parce qu'on n'a rien à dire qu'il ne faut pas le dire", autrement dit, il faut "occuper le terrain". Ainsi, "est une information ce qui est réducteur d'incertitude", comme un ourlet. Patrick a conclu par le schéma du référentiel de la communication interne : il se présente sous la forme d'une bulle "mission et activités avec ses satellites : "écouter et comprendre le corps social", "conseiller le manager", "élaborer et faire circuler l'info", "manager son équipe com et piloter sa fonction", "développer la dynamique collective". Avis à ceux qui veulent retoucher quelque peu leur com interne. Séduite par ce catalogue, la commission métiers promet de commander plusieurs articles tout au long de 2006 puisque la communication interne constituera un axe directeur qui devrait la conduire jusqu'à l'organisation d'un séminaire. Elle proposera également en tête de gondole de 2006 un rendez-vous sur le mécénat de compétence. 2005 : les dés sont jetés. Bienvenue 2006 et son nouveau métier à tisser !

François-Xavier Combasson  
Les membres de la commission Métier : Hélène Badon-Murgue (Sanofi - Aventis), Dominique Clerc (Archemis), Michel Diamant (Imaginer), Georges Peillon (SIRPA Terre de Lyon), François-Xavier Combasson (Assurance Maladie de Lyon)

## Mardis de la Comm'

### Que faut-il en retenir ?



Mardi estival à Gerland

Nos chiffres clé en 2005 :

Une année tout aussi chargée qu'en 2004...avec 9 rendez-vous !  
4 orientés internes au Club : 2 intervenants internes + 2 rendez-vous conviviaux au Grand Prix de Tennis et au Parc de Gerland  
5 orientés externes.

La fréquentation est en légère progression avec 22 participants en moyenne.  
1 lieu : La Voûte Chez Léa fut l'adresse de rassemblement pour la plupart des déjeuners cette année.

Nos intervenants internes en 2005 :  
Sylvaine Mironneau et Catherine L'Ecuyer en mai 2005 : Merial et sa Communication  
Benoît de Valicourt en décembre 2005 : ZILLI et sa Communication

Nos intervenants externes en 2005 :  
Docteur Blanc en janvier 2005 (appuyée par Sophie De Rocca Serra) : Urgence Asie 2005  
Fabrice Arfi, Frédéric Crouzet, Chantal Danon, Julien Dukmedjian, Michel Texier en février 2005 : La Presse Gratuite  
Vincent Cheynet en mars 2005: Casseurs de Pub !  
Guillemette Laferrere en juin 2005 : Office du Tourisme de Lyon.

Vincent Galy (appuyés par Pascale Causse, Nathalie Gateau et Matthieu Malkany) en novembre 2005 : Sponsoring sportif de l'OL

Notre challenge pour 2006 : Continuer nos Mardis de la Comm' tout en maintenant un niveau élevé d'intervention. Reprendre la formule des déjeuners informels. C'est une réelle occasion d'échanger 'entre nous'. Découvrir de nouveaux lieux pour ces déjeuners. Des propositions nous ont déjà été faites. Les vôtres sont les bienvenues.

Les Mardis de la Comm' ne peuvent exister sans l'appui de tous les membres du Club... Vos idées sont les bienvenues... Nous avons besoin de vos propositions d'intervenants et votre carnet d'adresses de lieux ! Merci à tous.

Laurent Poirier



Grand Prix de Tennis de Lyon



Sponsoring sportif : OL/Renault Trucks / Apicil



Zilli - Les vestiments garments ...



Restaurant La Voûte chez Léa

## Made in Lyon by Zilli, for the world

Chapka en chinchilla black velvet, blouson croco, manteau en vigogne etc.



Benoît de Valicourt

Un petit tour dans l'univers du grand luxe et de la mode en décembre : le Club ne pouvait mieux choisir que de donner la parole à Benoît de Valicourt, directeur de la communication de Zilli pour nous ouvrir la porte d'un univers éloigné de notre quotidien et nous faire rêver.

L'histoire commence lorsque Alain Schimel n'intègre pas l'ENA et décide de racheter l'atelier de Theophilus Zilli, tailleur de sa famille qui possède déjà des boutiques de vêtements à Lyon. En 1972, la marque est déposée et s'oriente d'abord vers le sportswear de luxe puis, à partir de 1995, elle élargit son offre sur des vêtements plus classiques haut de gamme : prêt à porter et sur-mesure. C'est surtout la clientèle masculine qui est visée mais actuellement 5% de la collection est consacrée aux femmes, fourrures essentiellement. Quand un client est capable de dépenser jusqu'à un million d'euros dans une boutique, il en profite parfois pour faire un cadeau à sa femme préférée... Il faut dire que Zilli utilise des matières premières exceptionnelles (comme par exemple 80% de la production mondiale du chinchilla black velvet, le top en la matière) et bénéficie de précieuses techniques artisanales préservées par la marque. C'est exactement ce que recherche une clientèle exigeante : des vêtements rares et chers qui deviennent ainsi des signes d'appartenance à une élite privilégiée. Dans un marché du luxe en croissance de 7% par an, Alain Schimel a su parcourir le monde et défendre le savoir-faire artisanal « à la française »... Alors que ses concurrents cédaient en partie sur la qualité des matières premières et des fabrications et se tournaient vers l'ouest ou l'Asie, Zilli a su s'ouvrir à l'Est et exploiter des marchés émergents. C'est ainsi qu'en 1990 le manteau Zilli est devenu très à la mode chez les leaders russes et qu'à Bakou ou ailleurs il reste un "must have" pour les businessmen.

Cette petite entreprise lyonnaise ne connaît pas la crise. Zilli emploie 120 salariés en France dont 80 à Vaise. Celle-ci diffuse ses vêtements dans 35 pays et compte 140 points de vente avec un CA en 2005 approchant les 27 millions d'euros.

Si le vêtement Zilli est un signe extérieur de richesse, la réussite de la Maison s'est faite sans communication tapageuse. Après 35 ans d'existence, la marque commence à faire des envieux et Benoît de Valicourt veut désormais renforcer la communication nationale avant de s'attaquer aux Etats-Unis où il verrait bien une première boutique s'ouvrir, sur Madison avenue sinon rien, parce que Zilli la vaut bien. En attendant c'est à Lyon qu'une boutique de 250 m<sup>2</sup> s'est ouverte en novembre 4 rue Président Carnot.

Allez goûter l'ambiance feutrée, toucher les matières incomparables de légèreté et de tombé, et, si l'envie d'une folie vous prenait, ne cherchez pas la caisse : il n'y en a pas ! comme chez le joaillier ...

Pascaline Maugat

## Commission Culture

### Diversité

En 2005 deux soirées-rencontres ont été organisées par la Commission Culture :

En avril : *Andy Warhol et la Communication* au Musée d'Art Contemporain de Lyon, à l'occasion de l'exposition "Warhol, l'œuvre ultime". Après une passionnante visite guidée, Raphaële Mathieu D.A. de l'agence Brainstorming et Fabrice Parat directeur de l'ISCPA, tous deux grands amateurs de pop'art, ont fait une intéressante intervention sur les rapports d'Andy Warhol et la com et sur son influence dans la pub. 40 participants sont repartis enthousiastes.

En septembre : *Réouverture du Théâtre des Célestins*. Après la visite du théâtre rénové sous la conduite de Didier Richard responsable des relations avec le public, les 39 participants ont pu rencontrer la directrice de communication avant d'assister à la représentation de "L'Age d'Or" de Georges Feydeau.

Pour 2006, le 13 avril est projetée une soirée rencontre sur le thème de l'interculturalité dans la communication : La diversité culturelle est-elle un frein ou atout pour la Com ? Comment se faire mieux comprendre à l'externe comme à l'interne par des publics de culture différente ? Une table-ronde et des témoignages d'expériences diverses telles que celles d'Interpol, d'Euronews, de Lafarge et de Merial sont attendus. A suivre donc, et à noter.

Et toujours quelques rendez-vous conviviaux ou festifs en perspective dont nous vous réservons la découverte au cours de l'année.

Pascaline Maugat  
Membres de la commission Culture :  
Eric Aujogue (O.I.P.C. INTERPOL), Danièle Gillouin (Action Culturelle Organisation), Pascaline Maugat (Chœurs de Lyon-Bernard Tétu) Fabrice Parat (ISCPA), Monique Tribollet (Promotion et Communication)



Visite du Théâtre des Célestins



Andy Warhol au MAC



Andy Warhol et la com



L'Age d'Or aux Célestins