

Communiquer

LA LETTRE DU CLUB DE LA COMMUNICATION RHÔNE-ALPES

N° 45 MARS 2006

Vos rendez-vous

Judi 16 mars

**L'événementiel
au service de la dynamisation
de la communication interne**

Un rendez-vous de la commission métiers
Une soirée métiers avec les témoignages de
Catherine Isabel Baudry OPAC HLM et expert
Philippe Muller Agence 35 décembre.

A 18 h 30 au Club de la Presse de Lyon,
4 rue de la Charité.

Inscription obligatoire :
laurent.poirier@eu.rhodia.com

Mardi 11 avril

**« Diversités culturelles,
frein ou atout pour la com ».**

Une soirée de la commission Culture animée
par Marie-Martine Chambard avec les
témoignages attendus
d'Euronews, Lafarge, Merial.

A 18 h 15. au Siège de Merial
29 avenue Tony Garnier - 69007 Lyon
pascaline.m@solisteslyontetu.com

Mardis de la com

A vos compétences, prêt, partez !

«Les professionnels de la communication au service des associations de solidarité !» Patrick Bertrand, ancien chasseur de têtes, fondateur et président de l'association "Passerelles & Compétences", est venu le 7 février à Lyon faire son marché de compétences...

A l'occasion du premier Mardi de la com' de l'année, il a présenté les objectifs de son association solidaire qui met en relation les besoins des uns avec les savoirs des autres : juristes, spécialistes des RH, communicants et associations caritatives, ONG. Cette association a en effet pour unique vocation de réunir des professionnels souhaitant offrir leurs compétences à des associations désireuses de s'appuyer sur un savoir-faire extérieur pour optimiser leur fonctionnement. De très beaux projets sont ainsi nés et 51 associations sont inscrites dans les fichiers de "Passerelles et Compétences" moyennant une cotisation annuelle de 100€. Alors, vous avez envie de vous engager?... contactez les !

Une adresse : 17, bd Delessert - 75016 Paris
Lyon : 06 20 30 51 92
contactlyon@passerellesetcompetences.org

Réflexion

Une journée pour voir plus loin

Communication et développement durable. Le duo fait bon ménage à condition d'éviter certains pièges et notamment celui de la communication sur le vide. Faire avant de faire savoir ! La condition sine qua non a été répétée à l'envi dans les quatre ateliers de la journée qui mariaient développement durable tour à tour avec communication interne, marketing produit, valeurs de la marque et proximité.

Entre stratégie, discours et action, disait l'intitulé de ce rendez-vous organisé de main de maître par une équipe motivée du club de la communication et l'IMS «Entreprendre pour la cité», la journée a montré qu'actions et stratégie valaient toujours mieux que les longs discours. «Satisfaire les besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs», une fois la définition de la commission Brutland (ONU 1982) mise en exergue pour bien situer le débat, les idées ont fusé.

Après un mot d'accueil de Gérard Pignault, directeur de l'école supérieure de Physique, Chimie et Electronique qui nous accueillait, Hélène Blanchard, vice-présidente de la région, déléguée à l'environnement et à la prévention des risques, a ouvert le tir. Il y a quelques années, le développement durable, elle n'y croyait pas vraiment. Elue des verts, travaillant maintenant aux côtés des entreprises, Hélène Blanchard a vu sa vision évoluer mais on sent qu'elle restera sur ses gardes. Phénomène de mode, opportunisme, hypocrisie, promesse sans lendemain, le développement durable que l'entreprise préfère aujourd'hui baptiser plus noblement RSE comme responsabilité sociétale des entreprises doit donc montrer patte blanche.

Et le brillant propos de conclusion, Pascal Housset, président du directoire Bayer CropScience n'a pas affirmé autre chose.

Nathalie Blanc

Le marketing produit

Le développement durable peut-il s'appliquer à un produit ?

Témoins : Laurent Delange - Groupe Seb, directeur qualité environnement. Julie Blondet - Lafuma Directrice Communication corporate Médiateur : Michel Piccardi, directeur de mission senior Ernst & Young et président de l'ADETEM (agence nationale du marketing) Rhône-Alpes.

Qu'est-ce qu'un éco-produit ?

Un produit éco conçu est un produit dont on étudie dès la conception l'impact sur l'environnement à toutes les étapes de son cycle de vie. Pourquoi s'engager dans cette démarche ?

Pour beaucoup d'entreprises cotées en Bourse la prise de conscience sur la question date de 2004 avec l'obligation légale qui leur a été faite d'inscrire le développement durable dans les bilans d'activités. Mais il est à noter qu'aucune sanction n'existe si elles ne s'y soumettent pas. Cependant de nombreuses entreprises ont entrepris une démarche dans ce domaine, le plus souvent par sensibilité du dirigeant ou par souci d'être en avance sur la concurrence dans ce domaine.

C'est le cas des entreprises témoins : Lafuma a une gamme de produits « pionniers » éco conçus et pour lesquels on a substitué les matières polluantes par des textiles et caoutchoucs naturels ou recyclés. Ces produits restent encore chers et n'atteignent pas un grand taux de « désirabilité » de la part des consommateurs. Seb s'est engagé sur la conception de produits privilégiant la réduction de la consommation électrique (attention aux modes « veille » gourmands en watts !), ainsi que sur la recyclabilité (même si les filières n'existent encore pas) et sur le transport de leurs produits. La conception d'éco produits est en cours, mais la mise sur le marché est retardée par les résultats de pré tests consommateurs.

Publicité ou réelle implication ?

On ne vend pas du DD au consommateur mais une valeur supplémentaire, une conscience. Pour l'instant, il s'avère nécessaire de communiquer sur l'éco production plus que sur le produit éco conçu. L'entreprise doit acquérir la légitimité de revendiquer un éco produit. Une masse critique d'éco produits est une des clés du succès.

Ethique et développement durable

Lafuma et Seb se sont engagées dans une politique de partenariats avec des associations telles que le WWF, mais aussi sur le mécénat. Seb travaille avec handicap zéro pour l'amélioration de l'utilisation de leurs produits par les non-voyants et met en place des éco services (conseillers en langue des signes par exemple)... Toutes deux veillent à une charte éthique avec leurs sous-traitants. Tous les témoignages s'accordent pour affirmer l'adhésion des salariés à la démarche de DD qui valorise leur travail.

Le mot d'ordre : Partir à point et inspirer confiance.

Les valeurs de la marque

Comment devient-on une marque développement durable ? Qu'est-ce que cela implique pour l'entreprise ?

Témoins : Nathalie Gateau, directrice communication groupe APICIL, Jean-François Lanneluc, directeur communication Grand Lyon et ville de Lyon, Frédéric Girard, directeur marketing et communication. Modérateurs : Christine Legrand, directrice de la communication de l'ESCP.

Les clés du succès :

Etre sincère et crédible à l'interne comme à l'externe, cohérence des actions et mise en synergie, créer l'adhésion, être réaliste et pragmatique

Le mot d'ordre :

Associer convictions, responsabilité et performances économiques

Pacaline Maugat

Com interne et développement durable

Que signifie le développement durable en interne ? Comment est-il décliné ? Catherine Schwartz du Groupe Danone et Jean-Philippe Jouanard-Roy du Groupe Casino ont apporté des témoignages riches d'enseignements et issus d'une pratique du développement durable ancré dans la durée au sein de l'entreprise. Dûment formalisé, inscrit dans les objectifs des managers, le développement durable, auquel chacun de ces deux groupes préfère le terme de responsabilité sociale, anime l'esprit même de l'entreprise et de ses collaborateurs dans leur activité quotidienne. Mais les clés de succès reposent sur un engagement fort au plus haut niveau : le développement durable doit être intrinsèquement lié à la stratégie de l'entreprise. La communication ne portera alors que sur les actions vraiment réalisées. Sont également indispensables la motivation des salariés et la transversalité des personnes impliquées. En un mot, le développement durable, c'est l'affaire tous et le faire de chacun.

Françoise Desprez

AG du Club

Champagne, galette et réélection

Le club de la communication Rhône-Alpes a tenu son assemblée générale annuelle le 5 janvier dernier à "L'œil écoute", 3 quai Romain Rolland, Lyon 5ème. Christine Legrand a été réélue présidente. Elle conduisait une liste unique comprenant deux nouveaux membres Nathalie Gateau, Apicil, et Sophie Suc, Arkema. Ces deux charmantes dircom remplacent les deux non moins charmants Olivier Echasserieu et Georges Peillon. Ces deux pros restent néanmoins toujours impliqués dans la très active commission Métiers...



Comme l'unique liste en lice, les rapports moral et financier ont été votés à l'unanimité des membres présents sans oublier les pouvoirs (45 votants au total)... Le scrutin s'est déroulé dans une ambiance sympathique et chaleureuse qui fleurait bon les bulles et la couronne. Plusieurs rois et reines ont ensuite été choisis, mais cette fois en dehors des voies démocratiques et républicaines !

Avant les festivités, Christine Legrand, présidente du CCRA, s'était félicitée du développement de notre club qui comptait au 5 janvier dernier 89 adhérents, soit 21 membres de plus qu'en janvier 2004. Elle a aussi rappelé, les objectifs de notre association : faire reconnaître et représenter la profession, expliquer la communication comme un métier stratégique et technique, assurer la pérennité du club, valoriser, soutenir, partager nos expériences, former les plus jeunes, être un plus dans l'exercice du métier.

Le décor de «L'œil écoute» s'est parfaitement prêté à cette soirée aussi sérieuse que conviviale. Michèle Neyret, propriétaire des lieux, a pu présenter ses nouveaux projets. Elle souhaite ainsi faire vivre cet espace du Vieux Lyon auparavant connu sous le nom de «Rendez-vous à Lyon» en organisant ou accueillant des actions qui mêleront cultures, milieux de l'art et de la communication notamment. Peut-être une prochaine adresse sur vos carnets...

Nathalie Blanc

Composition du nouveau bureau :

Hélène BADON-MURGUE, Sanofi-Aventis

Nathalie BLANC, Centre Léon Bérard

Sophie DE ROCCA SERRA, Brainstorming

Nathalie GATEAU, Apicil

Christine LEGRAND, CPE-Lyon

Fabienne MARQUESTE, Ernst & Young

Pascaline MAUGAT, Chœurs et Solistes de Lyon-Bernard Tétu

Laurent POIRIER, Rhodia

Sophie SUC, Arkema

Bureau du club

Nathalie Gateau assure



Directeur de la communication pour le groupe APICIL, Nathalie Gateau est un des deux nouveaux membres du bureau du club. Après une formation classique à l'EFAP, elle a commencé sa carrière

dans les images côté presse. Photos de mode aux Etats-Unis, gestion de production pour l'INA, studio de production de SONEPAR, leader mondial de la distribution de composants électriques et électroniques, sa vie professionnelle défile comme dans un film jusqu'à ce qu'elle pose ses valises à Lyon pour le Mat Electric puis Apicil en 1995. Pour le groupe basé à Caluire, Nathalie arrête de faire dans le cliché pour mettre en place la communication interne de l'entreprise puis créer la communication produit. Ce qu'elle apprécie au sein du club ? Le partage d'expériences. «J'aime bien la notion de travail en réseau, lorsque le relationnel facilite les projets et que tout s'enchaîne naturellement».

De l'esprit, du métier... Nathalie Gateau est sans conteste un nouvel atout pour le club.

Nathalie Blanc

Le souffle de Sophie SUC



Ingénieur et docteur en chimie, Sophie Suc prend la responsabilité du Centre d'information et documentation du centre de recherches d'Atochem (devenu Arkema) à Pierre-Bénite après y avoir occupé pendant sept ans un

poste de chercheur en chimie. L'objectif est de valoriser le travail des chercheurs et de promouvoir la culture scientifique au sein de l'entreprise. C'est ainsi qu'elle se familiarise avec les outils multimédias en créant notamment des sites Internet.

En 2002 Atofina (devenu Arkema) lance une démarche de communication de proximité dont l'objectif est de mieux intégrer l'activité chimique dans l'environnement local : «Terrains d'entente». Sophie Suc y voit l'opportunité de créer un poste de responsable de communication pour mettre en œuvre ce projet en Rhône-Alpes, la région la plus importante. Elle développe alors la communication institutionnelle, assiste et conseille tous les sites d'Arkema de la région. Un pôle de compétitivité chimie - environnement Lyon et Rhône-Alpes a obtenu le label «pôle à vocation mondiale». Pour accompagner l'ambition stratégique de ce pôle, un groupe de communication a été créé (sept personnes) et Sophie en est la coordinatrice.

La communication permet à Sophie de satisfaire pleinement son goût pour la science et la chimie et de transmettre sa passion à travers la diffusion de la culture scientifique. Cette fille du sud s'échappe dès qu'elle peut vers la mer pour régater parfois sur un catamaran et elle ne manque pas de souffle puisqu'elle joue aussi d'un autre instrument vent : la flûte traversière. Prochain concert le 2 avril à 17 h à la salle socioculturelle de Sainte-Foy-lès-Lyon.

Pascaline Maugat

Deux nouvelles pour la rédaction!

Merci à nos deux nouvelles venues à la Commission Com' interne. Anne-Caroline Viollet et Mireille Zahnd intègrent la «rédaction» de la Lettre Communiquer et nous offrent leurs talents pour la mise en page.



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

Responsable de la Publication : C. Legrand
Coordination : N. Blanc / P. Maugat
Ont collaboré à ce numéro :

F.X. Combasson, F. Desprez, A.C. Viollet, M. Zahnd