COMMUNICATION ■ Valoriser davantage le potentiel présent localement

La parole est aux agences

Pour évoquer les nouvelles tendances de la communication, l'association Com'45 s'est appuyée sur l'expertise de cinq agences orléanaises.

Nicolas Tavarès

COMMUNICANTS. Jean-Luc Fournier et Rodolphe Champagne *(à droite)* ont animé les débats.

L'association Com'45, qui regroupe les professionnels de la communication, – d'entreprise, institutionnelle ou d'agence –, a lancé sa saison de soirées thématiques, dans les salons de l'Hôtel Mercure.

Il n'était pas question d'évoquer des problématiques de communication de crise ou de la nécessité, pour une entreprise, d'apparaître sur les réseaux sociaux, deux thèmes parmi les plus suivis la saison passée. Cette fois, il s'agissait d'aborder les nouvelles tendances de la com', plus précisément à travers le prisme des agences.

En filigrane, Jean-Luc Fournier, président de Com'45 (désormais 75 membres), souhaitait profiter de l'occasion pour lever un voile sur les forces vives de la profession. Démontrer, aussi, « qu'il n'y a pas besoin d'être une agence parisienne pour être créative. Au sein de Com'45, chacun amène son expertise afin de montrer que les métiers de la communication font désormais partie du maillage local. ».

Relève assurée

Un maillage conséquent puisque plus de 80 acteurs du métier avaient répondu à l'invitation. Parmi eux, la relève constituée d'étudiants en BTS communication au lycée Voltaire et ceux d'Estacom Bourges. Jean-Luc Fournier et Rodolphe Champagne, coanimateurs de la soirée, ne cachaient évidemment pas leur satisfaction.

L'intervention des responsables des agences Bros communication, Buzznative, Goodby, Think Ad ou Védébé Communication, a permis de balayer des champs d'investigation sans limites.

Parmi les experts de la soirée, Vanessa de Broucker (Védébé) qui portait un éclairage sur les relations presse, « elles émergent de plus en plus dans la stratégie des entreprises ».

Dès la semaine prochaine (le 10 octobre), Com'45 invitera ses membres sur le terrain. « Nous organisons une visite industrielle du nouvel hôpital d'Orléans abordée sous l'angle de la communication. » ■