

Club de la presse. Congrès national à Bordeaux fin mars



● Florence Bord, la présidente du club de la presse de Bordeaux.

Le club de la presse de Bordeaux qui fête ses 30 ans cette année, organise du 19 au 22 mars le 29^e congrès de l'Union des clubs de la presse de France et francophones.

Le club de la presse de Bordeaux qui compte 330 adhérents, a publié fin janvier son annuaire qui recense les coordonnées des journalistes et communicants de la région. L'occasion pour Florence Bord, sa présidente depuis deux ans, d'évoquer le temps fort de cette année 2009 pour le club : l'organisation du 29^e congrès de l'Union des clubs de la presse de France et francophones. « Nous nous sommes portés volontaires car Bordeaux n'a jamais organisé ce congrès en 30 ans d'existence, explique la présidente. Cela va

permettre au club une plus grande visibilité. » Au programme de ce congrès qui aura lieu du 19 au 22 mars et devrait réunir plus de 200 personnes : des ateliers thématiques (crise des médias quelle réalité ? influence de la communication sur l'information...) et un grand débat organisé le samedi après midi à Cap Sciences. « Nous avons choisi de l'intituler : quelles hirondelles pour un printemps de la presse, précise Florence Bord. Nous évoquerons les états généraux de la presse, les assises du journalisme, l'avenir de la presse papier, les interactions entre la presse traditionnelle et la presse internet. »

Un nouveau site internet

Seront notamment présents : Yvan Levai (France Inter), Laurent Mauduit (Médiapart), Philippe Chaffanjon (France Info)... L'organisation de ce congrès auquel l'équipe travaille depuis six mois, représente un budget de 40.000€. Par ailleurs, le club de la presse prépare la refonte de son site internet. « Nous espérons qu'il sera prêt pour le congrès. Nous avons revu son contenu. Il y aura plus d'actualités sur la profession au niveau national mais aussi régional et un espace pour nos adhérents communicants où ils pourront diffuser leurs communiqués de presse. »

O.E.

Tél. : 05.56.44.03.65
www.aquipresse.com

Websiteburo. Développer les réseaux sociaux d'entreprise



● Philippe Bruno, l'un des trois associés de l'agence média interactive Websiteburo.

L'agence média interactive bordelaise, Websiteburo a ouvert en fin décembre un bureau à Paris pour plus de proximité avec ses clients notamment dans le domaine du médiaplanning.

Créé en 2002 par Philippe Bruno, Henri Bourcereau et Thomas Franco, Websiteburo est une agence média interactive installée à Bordeaux. « Nous sommes "pure player", explique Philippe Bruno. Nous ne faisons que de l'internet, de la création de site web à la communication en ligne en passant par le référencement, le marketing et le médiaplanning. » L'agence compte parmi ses clients : Myriade, Cofinoga, la Caisse d'épargne ou encore le conseil régional d'Aquitaine. « Actuellement, nous développons une nouvelle activité autour

des réseaux sociaux type Facebook ou Viadeo mais pour les entreprises, précise Philippe Bruno. Nous sommes en train de réfléchir à comment appliquer le concept de plateforme collaborative de travail à l'entreprise pour que les salariés puissent échanger entre eux. C'est une sorte d'extranet 2.0. »

Des embauches sur Paris en 2009

Websiteburo a également ouvert un bureau à Paris en décembre « pour plus de proximité avec nos clients notamment en matière de médiaplanning. » L'agence qui emploie 12 salariés pour un chiffre d'affaires de 800.000€ en 2008 compte d'ailleurs embaucher 2 ou 3 personnes cette année pour renforcer ce bureau parisien. « Il s'agira essentiellement de commerciaux. La partie création et production se fera toujours à Bordeaux », explique Philippe Bruno. Concernant un éventuel rapprochement avec Publicis Activ évoqué dans notre dernier numéro (voir JDE n°19) par Franck Barennes, le président exécutif de l'agence, Philippe Bruno se montre peu disert. « Nous travaillons régulièrement avec eux. En ces temps de crise, il est logique que les agences traditionnelles cherchent à se renforcer dans le web mais pour le moment, je n'ai eu aucune proposition et ce n'est pas ma première préoccupation. »

O.E.

Tél. : 05.57.99.04.93
www.websiteburo.com

ÉDITION. PIERRE JEANTET PRÉSIDENT D'INTER PRESSE OFFSET
Pierre Jeantet, le président du directoire du Groupe Sud Ouest, vient de succéder au baron Armand Thénard à la présidence d'Inter Presse Offset (IPO). Cette coopérative installée en Côte-d'Or (21) aide ses adhérents, les éditeurs de presse, dans le domaine des matières premières d'impression.

Tourisme. La Gironde ose une campagne de pub choc

« En Gironde, à chacun son point G ». C'est le slogan choc qu'a choisi le conseil général de la Gironde pour sa nouvelle campagne de communication touristique. Objectif : créer et développer la notoriété de la destination Gironde.

Regagner des parts de marché notamment par rapport à d'autres régions françaises comme la Bretagne ou Midi-Pyrénées, et faire émerger une destination touristique Gironde en utilisant des moyens modernes et une stratégie marketing et commerciale volontairement "agressive".

Faire du buzz

C'est en ces termes qu'Anne-Marie Keiser, vice-présidente chargée de la communication et Jean-Marie Darmian, président du Comité départemental du tourisme ont justifié la nouvelle campagne de communication touristique du conseil général de Gironde. Lancée le 2 mars en Ile-de-France et dans le Grand Sud-Ouest, cette campagne, mise au point par l'agence bordelaise TBWA



● Lancé le 2 mars, le site www.trouvevotrepontg.com doit faire du buzz.

Compact, s'appuie sur un slogan choc : « En Gironde, à chacun son point G », et un site internet : www.trouvevotrepontg.com. « Suite à une étude d'image, nous avons identifié plusieurs freins, a expliqué Anne-Marie Keiser. La Gironde est perçue comme une destination élitiste et pâtit de l'image distante et hautaine de Bordeaux. Du coup, les gens ne

pensent pas à venir y passer leurs vacances. » Il y a d'autant plus matière à s'inquiéter puisque les premiers chiffres bilan de la saison 2008 montrent que le département a perdu 4,7% de nuitées et a vu sa fréquentation baisser de 4% pour la clientèle française et de 8% pour la clientèle étrangère. « Notre mission est aussi de

mieux vendre notre territoire. C'est pourquoi nous avons décidé de développer la notoriété de la Gironde en créant une marque, "la Gironde le plein de plaisir", et en faisant un choix stratégique innovant avec ce slogan "A chacun son point G", a précisé l'élue chargée de la communication. Nous revendiquons cette liberté, stop à la pudibonderie. Le point G c'est la générosité et le plaisir partagés. »

1,4M€ sur 3 ans

Cette campagne se déclinera sur 3 ans et représente un investissement de 1,4 M€. « Depuis le 2 mars, une campagne d'affichage est lancée à Paris et dans 10 villes de province, elle se poursuivra fin avril et début septembre, a expliqué Jean-Marie Darmian, président du Comité départemental du tourisme. Mais nous comptons surtout sur le buzz internet grâce à notre site www.trouvevotrepontg.com, qui sera notre porte-drapeau tout au long de l'année. L'objectif est de capter 500 millions de contacts dès 2009 afin de constituer une base de données de prospects qualifiés. »

Orianne Esvan

Review. Le virtuel comme cœur de métier

Spécialiste de l'image de synthèse et du film d'animation 3D au service des entreprises, Review dirigé par David Boulanger, vient de s'installer au parc Laseris du Barp.



● David Boulanger dirige Review au Barp.

Utiliser la technologie du cinéma d'animation et des jeux vidéo pour faire vivre un projet et créer une réalité virtuelle, c'est le métier de Review. Fondée par David Boulanger en 2007, la PME est spécialisée dans l'animation

3D et les images de synthèse au service des entreprises. « Nous mettons en mouvement un plan d'urbanisme, un immeuble, un objet... explique le jeune dirigeant. Nos clients sont dans l'immobilier, la défense, l'industrie. Les collectivités locales peuvent également faire appel à nous. » L'intérêt d'une animation 3D ? « Nous sommes un outil d'aide à la décision. En donnant une réalité virtuelle à un projet, nos clients peuvent avoir une idée du futur et voir ce qui marche ou

pas, ce qu'il faut améliorer. » Installée sur le parc Laseris du Barp depuis décembre, Review qui emploie deux salariés et réalise un chiffre d'affaires de 100.000 €, travaille avec des clients en France et en Europe et souhaite développer en 2009 son activité en Aquitaine. La PME compte également embaucher une personne supplémentaire dans l'année.

O.E.

Tél. : 05.56.97.80.13

PROFESSIONNELS DE GIRONDE,

Pour vos déchets, trouvez les solutions dans le nouveau magazine



Chambre de Métiers et de l'Artisan
Gironde

Plus d'informations
05 56 999 142

- La redevance spéciale
- Service de collecte et traitement des déchets
- Prévention et gestion des déchets

et sur www.dechets-gironde.fr

Avec le soutien de



REGION AQUITAINE

