

100 PITERNEL

VINCENT BRESSAC
Concepteur Formateur Rédacteur
(indépendant)



MON ENTREPRESSE

L'art du mix et du remix... In the mix !

EntrepreSSe est un peu à mon image, du genre "hybride". Journaliste, consultant, formateur sur des thèmes simples, comme le dossier presse, à stratégiques, comme le diagnostic de communication interne, je suis un panel d'expériences, d'expertises, de théories et de pratiques, en bref, d'activités qui se nourrissent les unes, les autres. Comme EntrepreSSe !

MON DEMAIN

Mon dircom est en salle de muscu...

L'incompréhension mutuelle entre le métier du Directeur de la communication et celui du dirigeant est la difficulté de la communication. Les enjeux de la communication sont souvent mal appréhendés par le dirigeant. Et la vision stratégique du dirigeant n'est pas forcément englobée dans toutes ses facettes par la direction de la communication. Cet état de fait peut générer des conséquences désastreuses, surtout en cas de communication de crise. De plus, les incohérences entre les messages diffusés et la réalité perçue, sont de moins en moins bien reçues par un public de moins en moins dupe. Se cacher derrière la forme, derrière de superbes maquettes pour des raisons aussi bien personnelle, que professionnelle ou hiérarchique, ne fait souvent qu'accentuer ses écarts : les titres sont indigestes, le ton insipide, le positionnement éditorial sans identité claire... tout cela par manque de clarté de l'objectif stratégique.

L'enjeu de la communication de demain vise à dépasser ces incompréhensions entre fonctions. Le dircom devra posséder les épaules d'un consultant interne, quasiment d'un coach doté de cette part de maïeutique pour exprimer les ombres de la stratégie. Et pourquoi ne pas sous-traiter cette fonction ? Souvent l'imper-tinence de l'externe passe mieux.



ISABELLE PANHARD
Directrice Etudes Communication
& Information d'entreprise
de l'institut CSA

MON ENTREPRESSE

D'âges en pages...

Selon mes calculs, le n° 1 d'EntrepreSSe a dû paraître au même moment où je débutais ma vie professionnelle. Parallèlement aux études que je menais d'abord chez Novacom, puis ensuite à l'institut CSA, j'ai vu la communication d'entreprise évoluer, grandir, mûrir au fil des numéros. Du petit service DRH à la grande équipe communication, de la feuille ronéo-

tyl
"vo
l'e
tif
co
diz
sic
tip
De
lys
mo
va
Sa
no
ch
sic
ac

Ce
La
cr
dé
né
ce
gé
co
jou
c'è
ch
D'
co
ch
et
S'
po
pa
de
Le
pe
les
tio
Po
la
tio
fai
à d