

Les STARS de la PUB à l'ISEG Nantes !

La semaine de la PUB ! Retour sur les trois conférences STAR de la semaine

Nous avons eu le plaisir d'accueillir **Mme THEVENET-ABITBOL**, directrice de la prospective et des nouveaux concepts chez **Danone** et Christophe Audouin, directeur commercial à l'ISEG Nantes, dans le cadre de la semaine de la publicité et des médias.

Anne T. Abitbol est venue nous raconter le lancement des yaourts Bio de Danone : les deux vaches !

A la rencontre de deux vaches bien sympathiques qui nous ont parlé marketing et communication... Meuh ! C'est vraiment étrange !

Ce fut un beau condensé du monde actuel présenté à nos étudiants : la rencontre d'un monde industriel avec un monde naturel (bio- environnement) où le relationnel avait toute sa place !

Nous étions tous d'accord : une conférence MEUHRveilleuse!

Après un petit détour à la campagne avec Les deux vaches, nous avons poursuivi notre promenade avec **Pascal Praud, Directeur général délégué du FC Nantes**... Une belle Praud-menade !

Un match vivant à tel point que les étudiants réclament aujourd'hui les PRAUD-longations !

Un PRO à l'ISEG Nantes !

La promenade s'est achevée avec un temps de pause et une belle lecture : **NO PUB**, le jour où la pub s'est arrêtée de **Luc Laurentin**, professeur à Sciences Po Paris.

Un titre évocateur « No PUB » dans le cadre de la semaine de la pub !

La Pub, parfois, exaspérante mais tellement fascinante peut-elle un jour nous faire défaut si elle n'existe plus ? Peut-on envisager de vivre dans une société sans publicité où il n'y aurait plus d'émission ni de réception de message, où les publicitaires perdraient leur âme, où les citoyens perdraient leurs références ? La pub, ce cordon ombilical de la société de communication et de consommation est-il indispensable aujourd'hui à notre société ?

Luc Laurentin nous dit dans son ouvrage : qu'« une belle pub, c'est une belle créa ».

Alors, si une pub c'est une créa alors No Pub veut donc dire No Créa ? On vivrait alors dans un monde austère, sans pub, sans créa, sans couleur, sans joie, sans séduction ?

Mythe ou réalité ?

Une réponse 100% No Pub ? Lisez le livre de Luc Laurentin aux éditions Eyrolles

Merci à tous les trois de nous avoir fait faire cette belle promenade ludique et intellectuelle ; un programme véritablement ressourçant et rafraîchissant.

Il n'y a plus qu'à continuer.... De belles vacances à tous nos étudiants !

Ghislaine OUKACHE

Dans le cadre de la Semaine Publicité Communication Médias organisée à l'ISEG Nantes, **Mme Thevenet-Abitbol** Directrice de la prospective et des nouveaux concepts du Groupe DANONE et **M. Christophe Audouin**, Directeur commercial ont animé une conférence ce lundi 02 février dont le thème était le suivant : « *Communiquer et oser : les atouts de l'audace dans la communication* ».

Oser bousculer les schémas établis, savoir être audacieux et assumer ses choix, tel est le leitmotiv d'Anne Thévenet-Abitbol. Sa mission au quotidien ? Etre à l'affût des nouvelles tendances, sonder le marché pour trouver la bonne idée au bon moment pour au final développer le groupe Danone au niveau marketing, social et humain et nouer de véritables relations avec les consommateurs à moyen et long terme. Il faut donc se faire confiance, « faire les choses tout autant avec son cœur qu'avec sa tête » pour convaincre avec enthousiasme.

Un premier exemple de la créativité d'Anne Thévenet est le centre de sport alternatif « Et votre corps sourit » créé à son initiative au siège du groupe Danone, Boulevard Haussmann. Le concept est simple : des cours de sport « différents, doux mais efficaces... et ludiques ». Un concept novateur qui fait naturellement écho au positionnement du groupe axé sur la préservation de la santé.

Second exemple et pas des moindres, Anne Thévenet a parlé aux Iségiens des « Deux Vaches », véritable défi relevé par Danone à savoir la création d'une marque qui soit un acteur crédible sur le marché du bio traditionnel. Au départ, Franck Riboud, le président du Groupe Danone et Gary Hirshberg numéro 1 dans le secteur du yaourt biologique aux Etats Unis, écologiste convaincu et fondateur de Stonyfield Farm se sont associés en 2001. En 2006, l'aventure des 2 vaches a débuté. Deux vaches, une rigolote et une plus sérieuse, qui démocratisent le bio, le rendent accessible à tous, en l'expliquant avec humour et conviction, tel est le principe de la marque. Derrière les deux vaches, il y a en effet de réelles convictions : les vaches sont militantes et œuvrent pour un développement et une ouverture du marché de l'agriculture biologique : des échantillonnages dans les gares pour féliciter les usagers du train, éco transport, une pétition pour introduire le Bio dans les cantines scolaires à l'issue du grenelle de l'environnement, les « naturistournes » (des chéquiers contenant des bons de réduction 100% Bio)... Ce marketing d'un genre nouveau a fait parler de lui : radios, télés, et près de 300 articles presse...Et les résultats sont là, depuis 2006, les deux vaches ont amené de nouveaux consommateurs à s'intéresser au bio.

C'est avec beaucoup de conviction, de simplicité, mais aussi d'humilité, et un brin d'humour qu'Anne Thévenet et Christophe Audouin ont parlé aux Iségiens de leur beau projet. Ce moment d'échange, aussi authentique qu'instructif, aura marqué les esprits. Un grand merci... et on en redemande !

L'ISEG Nantes et le FCN... Une collaboration très « PRAUD » !!



L'ISEG Nantes a eu l'honneur et la chance de recevoir **Pascal PRAUD** le mardi 3 février à 16 heures dans le cadre de la Semaine de la Publicité, de la Communication et des médias organisée en partenariat avec l'AACC (Association des Agences Conseil en Communication).

Pascal Praud est le Directeur Général Délégué à la communication et au marketing du Football Club de Nantes. Il a abordé avec les étudiants le thème suivant :

« Gérer une image, travailler la notoriété : les spécificités de la communication pour un club sportif »

Issu d'une formation littéraire, il a tout d'abord souhaité s'engager vers le métier de journaliste dans le domaine de la culture. Mais c'est l'amour et la passion du sport qui ont eu raison de lui avec une belle opportunité sur la chaîne TF1 en tant que journaliste sportif en 1988.

Après 20 années passées au service des sports de TF1, où il a notamment co-animé l'émission Téléfoot dont il a été également rédacteur en chef, Pascal Praud a décidé de s'engager avec le club de foot nantais où il est nommé fin 2007 Directeur Général Délégué à la communication et au marketing.

Un beau retour aux sources lorsque l'on sait que Pascal Praud est nantais et que son père et lui ont joué au Football club de Nantes. Trois raisons ont donné naissance à cette opportunité :

- M. Praud connaissait M. Kita, président du club, depuis 10 ans. Paramètre primordial pour lui car il ne travaille dans la communication qu'avec « confiance » nous a-t-il dit.
- Selon lui, il est indispensable de connaître le milieu du foot pour pouvoir le maîtriser sur le plan communication.
- Et enfin, son cœur et ses origines sont nantais, c'est donc cette suite logique qu'il a décidé de donner à sa carrière.

Avec une carrière qui s'inscrit au cœur des médias et de la communication, Pascal Praud, un des invités phares de la semaine de la Publicité, de la Communication et des Médias de l'ISEG Nantes, a su réellement faire partager son expérience aux étudiants.

Il flottait dans l'air ce mardi comme une ambiance de match. L'ISEG était digne d'une des tribunes du stade Louis Fonteneau. Pascal Praud a d'ailleurs noté la décoration Jaune et Verte qui lui a permis de « jouer à domicile » cet après-midi là !

Pas de prolongation, match nul, tout le monde est sorti gagnant !

A quand le match retour !



Blog ISEG : Mardi 10/02

Cité internationale des Congrès, version backstage !

Dans le cadre de la semaine de la publicité, de la communication et des médias, l'ISEG Nantes a eu le plaisir de recevoir Olivier Le Floch, ancien étudiant, qui est intervenu à l'occasion d'un traditionnel petit-déjeuner « Anciens ».

Etudiant du programme Executive, Olivier s'était spécialisé en communication événementielle et relations publiques. A l'époque, il avait réalisé ses stages de 4^{ème} et 5^{ème} années au sein de la Cité Internationale des Congrès de Nantes et d'Atlantic Events. A l'obtention de son diplôme, la Cité des Congrès recherchait un assistant de production culturelle. Fort de son stage réussi à la Cité un an auparavant, Olivier a obtenu le poste !

Aujourd'hui, il a pu évoluer en interne et travaille en tant que chargé d'affaires. Sa mission ? Gérer les clubs entreprises pour la Folle Journée et pour le festival Juste pour rire : recherche de partenaires, négociation, contractualisation, et gestion des opérations de relations publiques... Le travail d'Olivier est rythmé par les grands rendez-vous de la place nantaise. Aspects économique, culturel, événementiel : sa mission recoupe plusieurs facettes.

Un conseil pour ses successeurs ? L'iseg offre aux étudiants l'opportunité de faire plusieurs stages tout au long de leur parcours. Pour Olivier, il est primordial d'entretenir son réseau dès la première année. Son expérience prouve qu'un stage réussi peut ouvrir de belles portes...

Service Relations entreprises

***Ou Des publicités qui font rugir l'ISEG Nantes !
Ou Le futur de la publicité déjà à l'ISEG Nantes !
Ou Aujourd'hui à l'ISEG Nantes, demain sur vos écrans...***

De Cannes à Nantes, il n'y a qu'un pas. D'une idée créative à la réalisation de cette idée dans un spot de pub, cela est parfois plus complexe. L'idée, l'objectif, le pays, le public sont à la fois les contraintes et les possibilités offertes aux créatifs afin de promouvoir une marque et son produit ou son service.

Quelles sont les meilleures réalisations de cette année?

L'ISEG Nantes a donc offert un tour du monde de la publicité en diffusant, le jeudi 5 février 2009 à 14h30, les « Lions d'Or de Cannes » issus du « 56th international advertising festival ». Une projection en avant première puisque ce festival se déroulera du 21 au 27 juin 2009.

Une approche pour le moins intéressante de la publicité. Surprenante même ! Nous sommes très loin du spot pour de la lessive entre les deux épisodes d'une série ou pour un rasoir à la mi-temps d'un match.

Les réalisateurs se rapprochent plus du court métrage. De nombreux spots s'offrent le luxe de durer de 3 à 5 minutes. La mise en place de décors particuliers, d'ambiances travaillées, de techniques de réalisation spécifique nous plongent dans un univers au-delà du trio « plus produit, slogan, jingle ».

Des Spots Publicitaires Non Identifiés ? Parfois ! Certains spots sont en effet difficiles d'accès lorsqu'ils font appel à des références propres à un pays. D'autres sont très percutants malgré une culture différente mise en avant. Leur visionnage demande donc une concentration plus forte, utile pour exercer les étudiants dans le domaine de la communication, du marketing et de la publicité. Des étudiants qui ont pu en débattre ensuite et exposer leur différentes analyses et compréhension sur la réussite des spots, leur réalisation, le message ou l'idée.

Une diffusion qui nous a permis d'entrevoir peut-être le futur du message publicitaire et les nouvelles tendances de la mise en image de celui-ci ?

L'avenir nous le démontrera et les prochains diplômés de l'ISEG Nantes en feront pleinement partis !

A.S

Blog ISEG : Lundi 09/02

NO PUB : Le jour ou la pub s'est arrêtée, Luc Laurentin.

Le jeudi 5 février, l'ISEG Nantes a eu le plaisir de recevoir Luc Laurentin pour une conférence qui s'inscrivait dans le cadre de la semaine de la Publicité. Luc Laurentin, homme de publicité, professeur à Science Po Paris et co-fondateur de Limelight-consulting, est aussi l'auteur de « No Pub, le jour où la pub s'est arrêtée ». No Pub en pleine semaine de la pub, tout le monde a apprécié le clin d'œil !

Luc Laurentin est revenu sur l'aspect capital de la communication dans notre société, comme élément fondamental de la création de valeur. Deux chiffres parlants : Le chiffre d'affaire est de 1 500 milliards de dollars dans le monde dont 60% pour les Etats-Unis. En France, c'est 32.5 millions de chiffre d'affaire et un peu plus de 1 millions d'emplois directs et indirects.

La publicité a évolué avec les mentalités et les dérives de la société. On rencontre effectivement des abus, mais il est important de ne pas rester bloqué sur les dérives. Il est essentiel d'y voir les avantages. S'il n'y avait plus de publicité comme l'imagine M. Laurentin dans « No Pub », il n'y aurait plus de création d'envie, plus de stimuli, ce qui à terme, aurait des conséquences sur l'économie. En effet, un certain nombre d'entreprises devraient mettre fin à leur activité car leurs ventes chuteraient de manière conséquente. Par ailleurs, la publicité est un des vecteurs de la démocratie, dans le sens où elle invite le consommateur à choisir. La publicité « rend public dans la cité », selon l'étymologie du mot, autrement dit elle met bien en avant la liberté de choisir.

Cette conférence a été menée avec brio et conviction. On sentait une envie de faire passer un message, qui tenait à cœur de l'intervenant. La publicité est un secteur comme un autre, ce sont des personnes qui ont le besoin et l'envie de nous faire rêver. Luc Laurentin est passionné par son métier et nous le transmet à travers son livre qui est un véritable plaidoyer pour la publicité. Aimons la publicité, car elle nous le rend bien...

Anne Charlotte, Marie, ISEG Programme EXECUTIVE 3^{ème} année

Echanges et rencontres pour le forum des métiers de la communication

Quelles sont les missions d'un média-planner ?

Quelles sont les particularités d'une agence de communication multimédia ?

Comment gère-t-on la communication pour une salle de concerts ?

Quelle est la mission d'un directeur commercial en régie publicitaire ?

Comment travaille un chargé de communication chez l'annonceur ?

Autant de questions que nos Iségiens ont eu l'opportunité de poser à des professionnels du monde de la communication, venus spécialement à l'Ecole pour animer le forum métiers mercredi 4 février dans le cadre de la semaine de la Publicité. Merci à Gulfstream Communication, MBA Multimedia, COM 4, Viamedia, ID-POP...et tous les autres partenaires qui ont répondu présents.

1h30 pour échanger, débattre et obtenir des réponses concrètes à ses questions : l'ISEG met tout en œuvre pour que le projet professionnel de chacun des étudiants se construise et ce dès la première année. Pouvoir questionner des professionnels en activité est une chance que nos étudiants ont su saisir, comme l'a souligné Yves Judic, directeur de l'agence CAC : « **Etudiants de l'ISEG, bravo pour votre curiosité, cultivez-là !** » .

IM

Semaine de la Pub 2009 : un Ancien a le mot de la fin !

Vendredi 6 février 2009 s'achevait la semaine de la communication, de la publicité et des médias à l'ISEG Nantes. C'est Xavier Tisserand, diplômé de la promotion 2007 du programme Exécutive, qui a eu « le mot de la fin » à l'occasion d'un petit-déjeuner Anciens. Et en matière de « mots », Xavier sait de quoi il parle... Il est aujourd'hui concepteur – rédacteur indépendant après un parcours sans faute à l'ISEG : ses 5 années d'études lui ont permis d'acquérir une solide expérience de terrain dans son domaine de prédilection : la communication. Ses stages effectués en agences se sont très vite révélés essentiels pour la carrière de Xavier : les contacts qu'il a noués sont aujourd'hui les éléments clés de son réseau professionnel. A l'obtention de son titre ISEG, notre jeune diplômé a fait le choix de l'entrepreneuriat en créant OPENBULLE (www.openbulle.fr). Créer son entreprise suppose des démarches administratives spécifiques dont Xavier a expliqué les grandes lignes aux étudiants.

Xavier a ensuite présenté aux étudiants ses travaux de création et de rédaction. Il a évoqué sa participation à des concours amateurs et a encouragé les étudiants intéressés par les métiers de la communication en agence à participer à ce genre d'actions. Plus d'une dizaine d'étudiants sont venus discuter avec notre Ancien à la fin de son intervention. Un franc succès ! Une chose est sûre, notre concepteur rédacteur a su trouver les mots pour s'adresser à ses successeurs...

IM