

Sharing News

ESG [C&F]

Aix-en-provence

Jeudi 22 Janvier 2015

Editorial

Pour la création de ce journal il me paraissait normal de vous expliquer avant tout pourquoi cette édition unique.

Nous sommes étudiants au sein du groupe ESG et nous avons, grâce à la semaine de « sharing weeks », la possibilité de nous glisser dans la peau de journalistes à travers nos différentes écoles. Pourquoi le journalisme me direz-vous, surtout lorsqu'on étudie en 3ème année de marketing. La raison en est simple, les médias sont des outils incontournables pour tout futur manager, et le resteront malgré l'évolution du secteur. Et oui !

La France est Charlie ! Du moins depuis le début de l'année et pour au moins quelques jours... Mais qui lisait Charlie ? Cet événement a surtout mis en exergue les difficultés de la presse moderne : limite de la liberté, besoin de faire du bruit mais aussi financier. D'autant plus que ces médias doivent redorer leur image, et réussir à s'adapter au monde 2.0 avec ses 6 milliards de journalistes où l'amalgame entre articles et journalisme est aussi courant que celui entre religieux et radicaux. Nouvelles méthodes, nouveaux métiers, c'est à chacun de permettre à ce secteur incontournable de toute démocratie de survivre.

Nous, nous avons fait le choix de découvrir ce secteur et de le comprendre. Les journalistes ne recherchent que la vérité et n'ont comme but ni le buzz, ni la gêne de l'interlocuteur... alors arrêtons les préjugés et faisons l'effort d'ouvrir ce passage bénéfique à tous.

L'information est un combat ! Encore faut il se battre dans le même sens.

Geoffrey SAINT-JALMES.

Sharing Weeks sur le rôle des médias dans la communication externe, réalisée par les étudiants 3ème année de l'école ESG, à Aix-en-Provence du 20 au 22 janvier 2015.

Editorialiste : Geoffrey Saint-Jalmes

Maquette, graphisme : Elodie Caparros

Billet d'humeur : Nour Rahmani et Lauranne Ricci

Rédacteurs : Grégoire Allin, Rémy Bellot, Lisa Biscara, Hélène Bocherel, Alexis Chouracqui, Rémy Colomeda, Maxime Cuenin, Alexia drai, Lysandre Humbert, Claudine Lauquin, Alexis Martin, Thomas Martin, Chiara Navarro, Sarhane Hijazy.

Copyright Janvier 2015

La sharing week : LA SEMAINE du partage !

Les sharing weeks c'est l'échange des idées, des étudiants et des écoles c'est la découverte de nouveaux horizons ... un véritable « melting pot » !



Les écoles du groupe ESG de toute la France se sont réunies pour organiser une semaine inédite, elle offre à tous les étudiants des différentes écoles la possibilité de visiter de nouveaux campus et de nouvelles villes en participant à des modules de découverte. Cinq écoles sont concernées: Paris, Montpellier, Toulouse, Rennes et bien sur Aix-en-Provence.

A Aix-en-Provence trois différents modules de découverte ont été proposés :

Marketing du terroir : un module qui met en lumière la communication des entreprises régionales avec la visite de l'usine « Marius Bernard ».

Image de soi et personal branding : apprentissage de la mise en valeur de soi au cours d'entretiens, valorisation de la personne.

Les medias au cœur de la communication externe de l'entreprise.

A la tête de ce module Dominique Gonod, un intervenant riche d'expériences et d'anecdotes dans le milieu de la presse et de la communication.

Ce séminaire s'est déroulé sur trois jours du mardi 20 janvier au jeudi 22 janvier.

Les relations presses dans l'entreprise Afin d'introduire le sujet notre intervenant nous a présenté la globalité des medias nécessaires à la communication externe des entreprises, les différentes règles à respecter pour communiquer et promouvoir une enseigne. Dominique Gonod a tenu à nous faire passer un message clé « en terme de communication il n'y pas que la publicité ! » Nous avons ... [La suite en page 2]

LA SHARING WEEK : LA SEMAINE DU PARTAGE ! (SUITE)

Les relations presses dans l'entreprise Afin d'introduire le sujet notre intervenant nous a présenté la globalité des medias nécessaires à la communication externe des entreprises, les différentes règles à respecter pour communiquer et promouvoir une enseigne. Dominique Gonod a tenu à nous faire passer un message clé « en terme de communication il n'y pas que la publicité ! » Nous avons eu la possibilité d'échanger avec Cyrille Maury, communicant spécialiste des relations presse dans le BTP. Il nous a présenté sa vision du métier et son parcours professionnel. Cet entretien fut enrichissant car il a mit en avant le besoin pour les entreprises de communiquer autant en période de croissance qu'en période de crise. Découverte du journalisme Nous avons rencontré Adeline Descamps, journaliste indépendante spécialiste de l'économie qui nous a demandé d'échanger avec elle sur les possibilités dévolution du métier de journaliste et de l'avenir de la presse papier. Dans un deuxième temps elle nous a questionnés sur notre perception de ce métier. La majorité des étudiants ont considéré le métier de journaliste comme un métier de « requins » et « d'opportunistes ».

Grâce à cet échange il en est ressorti que c'était une profession difficile, mêlant stress et réactivité. De plus ces journalistes sont également un maillon important pour la communication des entreprises privées. L'après-midi nous avons eu la chance de visiter les locaux de France Bleu Provence, situés dans le centre ville d'Aix-en-Provence. Au programme, la découverte d'une émission en direct (animatrice et régisseur du son), le témoignage des chroniqueurs et des journalistes sur le terrain. Pour finir le rédacteur en chef Laurent Grolée nous a expliqué comment monter une émission radio puis le déroulement d'une journée type chez France bleu.

« Dans l'avenir, vous jeunes étudiants serez des acteurs essentiels dans l'évolution des métiers de la presse » a insisté Adeline Descamps.

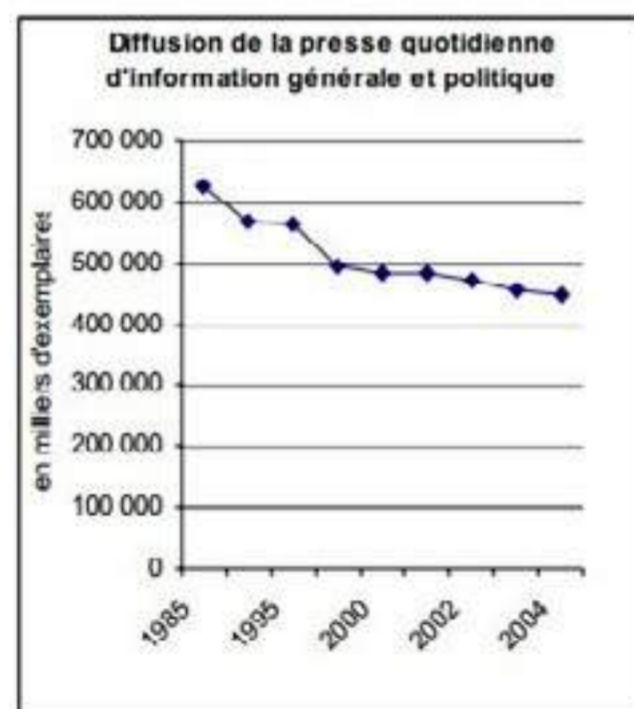
Naissance de sharing news Pour clôturer en beauté ce séminaire, le dernier jour fut consacré à la création et la rédaction d'un journal appelé « SHARING NEWS ». Pour réaliser ces articles nous avons pu utiliser les différentes techniques et méthodes enseignées durant le séminaire. Le groupe d'étudiants a été divisé en équipes comme au sein de la rédaction d'un véritable journal avec différentes missions à réaliser : L'édito, les articles, le billet d'humeur, les illustrations, la mise en page et l'impression.

La vie étudiante Il ne faut pas oublier que nous sommes des jeunes ! Le rassemblement s'effectue également en dehors des heures de cours et des murs de l'établissement. Pour ce faire un événement a été organisé par le « Aight BDE » «la soirée moustache». L'occasion de discuter, de se rassembler autour d'un verre pour créer de véritables liens entre les étudiants de la France entière. Avec ESGC&F toujours plus loin !

Chiara Navarro Florès
Alexis Chouraqui
Rémy Bellot

LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION BOULEVERSENT LE MONDE DE LA PRESSE

Suite à l'avènement du numérique au sein de notre société, la presse papier a connu un impact certain. Bien que les nouvelles technologies ne soient pas les seules et uniques causes du déclin de la presse papier, celles-ci n'en restent pas moins l'un des facteurs principaux. En effet, de 1985 à 2004, la diffusion de la presse quotidienne d'information générale et politique a baissé de près de 200 000 exemplaires, même constat pour la diffusion de la presse quotidienne locale sur les mêmes thématiques.



*Source : Le Monde : Les quotidiens nationaux voient leurs ventes en kiosques s'effondrer.

A ce titre, on note la disparition de certains quotidiens tels que France Soir. L'impact du numérique ne s'arrête pas là puisqu'en 2009 et 2011, le nombre de cartes de presse a lui aussi diminué de près de 2000. On observe également une chute vertigineuse des ventes des quotidiens nationaux. Les chiffres sont parlants et alarmants : ventes en baisse de 16,5% pour Libération (-29,5% en kiosque), -3,7% pour Le Figaro (-10% en kiosque), -5,1% pour Le Monde (-17,5% en kiosque), un constat sans appel. Aussi, il est clair qu'avec l'essor des réseaux sociaux, des blogs et autres plates-formes numériques, un nouveau phénomène émerge : tout le monde peut s'improviser journaliste.

En effet, ces derniers outils permettent à tout le monde de communiquer, de diffuser de l'information ou de relater des faits. Un problème pour le monde du journalisme professionnel car ces flux d'informations ne sont pas toujours relatés en bonne et due forme. L'arrivée d'internet a eu des conséquences importantes sur le monde du journalisme et des médias. Aujourd'hui la presse doit considérablement changer son organisation et

doit nécessairement s'adapter au monde du numérique afin de survivre face au déclin de la presse papier. Comment la presse doit-elle utiliser internet afin de s'adapter au nouveau mode de vie des consommateurs ? De nos jours, les populations sont connectées 24h/24 sur internet via les réseaux, les blogs, et reçoivent une quantité d'informations quotidiennes gratuites. C'est en ce sens que la presse doit revoir ses directives et

proposer aux lecteurs des journaux quotidiens gratuits en ligne, sous forme d'applications, d'abonnements ... afin de les informer le plus rapidement possible et de rester connecté avec ces derniers.



L'enjeu des entreprises de presse est donc de sensibiliser tous les corps de métiers du journalisme à l'impact du numérique et de revoir leurs activités, en se souciant davantage des envies du lecteur et en ayant une approche plus marketing de la presse. Certains journaux (Le Monde, le Figaro, l'Express...) ont aujourd'hui compris qu'il fallait prendre ce tournant afin de sortir de cette crise profonde et s'exposer de plus en plus sur le web : création de sites en ligne, présence sur les réseaux sociaux (exemple : le New York Times qui poste certains articles sur Facebook), ou applications sur Smartphone pour être au plus près des lecteurs.

LA MUTATION DES MÉTIERS DU JOURNALISME



Un article de : Rémi Coloméda, Humbert Lysandre, Hijazy Sarhane

On constate que les nouvelles technologies ont des conséquences sur les métiers du journalisme : certains disparaissent, d'autres sont remis en questions et voient leurs fonctions redéfinies, et d'autres émergent et font place. Ce sont d'abord les métiers les plus techniques qui sont menacés : avez-vous déjà entendu parler des typographes ? Des photocompositeurs ? Des photograpeurs ? Des marbriers ? Les logiciels de correction orthographique et typographique menacent notamment le métier de correcteur. Où est le « preneur de son » dans l'équipe du tournage vidéo, l'assistant éclairagiste (qui n'existe plus...) ? Désormais, les journalistes tendent vers la polyvalence, ils tournent, montent et mixent eux-mêmes leurs sujets en télé et en radio. De nouveaux métiers apparaissent : webmarketer, community manager, designer... La révolution informatique et numérique a donc amené le journaliste à adopter un nouveau comportement et à acquérir de nouvelles compétences. D'autant plus qu'avec la rapidité du web et la multiplication des contenus, le journaliste doit adapter son écriture pour la rendre plus attirante, plus percutante. Le journalisme est loin d'être fini, à lui de s'adapter aux nouveaux codes de communication.



LES MÉDIAS : UN PLUS POUR LES ENTREPRISES !

Les relations presse regroupent l'ensemble des actions effectuées à destination de la presse ou des journalistes dans le but de promouvoir une marque ou des produits. Elles diffusent des informations sur l'entreprise par le biais de supports médias, c'est-à-dire presse papier, site web etc.

La relation presse est différente de la publicité médias sous deux aspects : elle n'indique pas d'achats et ne donne pas à l'entreprise une maîtrise totale sur les publications diffusées. Les relations presses : outil des relations publiques.

Les relations publiques des entreprises sont un ensemble d'actions permettant de mettre en avant et valoriser celles-ci. Elles se manifestent lors de journées portes-ouvertes, d'interviews ou d'événements. C'est alors qu'elles font appels aux relations presse pour diffuser un message et tenter d'obtenir une couverture presse favorable à l'entreprise. On peut cibler le public : médias grand public (panels) ou spécifiques (plus restreints : monde économique ou médias spécialisés).

L'efficacité se mesure par une démarche de valorisation des retombées presse obtenues sur les différents médias, la dimension des articles obtenus (taille, durée), nombre et profil des personnes potentiellement touchées (lecteurs, auditeurs et téléspectateurs). Appelé plus communément EVP -équivalent en valeur publicitaire.

Les outils stratégiques des relations presse. Communiqués, dossiers de presse, conférences, Interviews, publi-rédactionnels sont autant d'outils qu'une entreprise est susceptible d'utiliser. Il est vrai que la presse est un des plus grands vecteurs d'informations pour la promotion d'une entreprise : une étude récente a démontré que le message relayé par un journaliste a 6 fois plus d'impact que le message publicitaire, en termes de perception, mémorisation et acceptation. De par son faible coût, le retour sur investissement est donc d'autant plus important.

Précisons, qu'une fois transmises, les infos ne peuvent être maîtrisées, c'est pourquoi il est primordial de fournir des informations précises et claires, cohérentes et surtout au bon moment. Le but étant de faciliter le travail des journalistes pour augmenter les chances de retombées et éviter l'effet « Pierre et le Loup ».

Créer des relations et entretenir son réseau reste une priorité, il faut être patient et instaurer un esprit de confiance et de coopération réciproque avec le journaliste.



Beaucoup d'entreprises craignent ces relations-presse : Grosse erreur !

L'interviewé représentera l'entreprise et son image, c'est pourquoi il est nécessaire d'y être préparé, jouer la transparence, être naturel et rester humble. Toute entreprise se doit d'avoir un porte-parole et la communication se doit d'être établie en amont, au sein de l'entreprise avant l'interaction avec l'extérieur.

Aujourd'hui, de plus en plus de coaching et médias-training sont mis en place. Plus particulièrement en cas de crise, afin de réagir rapidement et efficacement avec l'extérieur. Grandement utilisées par les politiciens depuis de nombreuses années, ces formations ont pour but de faire passer le plus efficacement un message voulu, en ciblant le public. Les médias au cœur de la communication externe de l'entreprise.

En effet, celle-ci est devenue incontournable pour une entreprise et se traduit de différentes manières. Ainsi, les relations-médias tiennent une place importante au sein d'une entreprise afin de : , Parvenir à se créer une certaine notoriété auprès de ses cibles, en faisant passer la portée, l'engagement de nos messages.

, Développer une image de marque positive, qui donnerait envie aux individus d'utiliser les produits, ou services proposés par la marque , Instaurer un contexte favorable avec les acteurs de son environnement, que ce soit les acteurs directs (clients, consommateurs) ou indirects (pouvoirs publics, groupes d'influence) en instaurant une relation de confiance et de qualité

, Améliorer l'attractivité de l'entreprise par rapport à ses concurrents, et ce à la fois auprès de cibles externes à la société, que d'acteurs internes (salariés, notamment).

C'est pourquoi, organiser sa visibilité est un enjeu crucial pour une entreprise. Il y va de sa santé et de sa prospérité. Parmi les facteurs contribuant à la réputation de l'entreprise, la presse et les relations avec les influenceurs figurent en bonne place. Les relations presse sont donc un outil essentiel des bâtisseurs de réputation de l'entreprise. Elles installent et assoient la crédibilité et la réputation d'une entreprise. Dans un environnement aussi concurrentiel dans lequel on se trouve, les relations publiques prennent toute leur importance !

Beaucoup de chefs d'entreprises conquis ! Effectivement, le producteur verger bio comme d'autres entreprises à trouvé un moyen de se faire connaître. En effet, après une interview entre France Bleu Provence & Mas Daussan, les ventes ont décollé sur internet. De tel, qu' en une journée ils ont enregistré une cinquantaine de ventes au lieu d'une ou deux occasionnelle(s).

Biscara Lisa,
Bocherel Héléna
Drai Alexia

BILLET D'HUMEUR :LA SHARING WEEK D'UNE PARISIENNE À AIX EN PROVENCE

A la proposition des différents thèmes des Sharing Weeks, le choix à été très vite fait puisque le thème qui portait sur les médias au cœur de la communication externe de l'entreprise était la session qui attisait le plus ma curiosité, de plus cela se situait à Aix en Provence et c'est également ce qui a déterminé mon choix.

Les Sharing Weeks sont pour moi l'occasion de suivre une courte formation, de partager des connaissances, de rencontrer de nouvelles personnes, tout simplement de vivre une expérience de partage.

A mon arrivée au centre de la ville, où tout m'était inconnu je me suis sentie un petit peu perdue. J'ai logé en centre ville dans une chambre d'hôte très agréable.

Mon envie de découvrir la ville qui m'accueillait m'entraîna dans ses petites rues piétonnes et étroites où régnait un climat paisible et doux. Puis j'ai été à la rencontre de l'école et de ses étudiants aixois, agréablement surpris par l'accueil chaleureux qui m'a été fait.

Avec Lauranne et Elodie (deux étudiantes aixoises de l'ESGCF), la formation a été pour nous enrichissante et nous à permis de voir au plus près les différents métiers de la presse avec l'aide d'intervenants, une journaliste spécialisée dans l'économie et un communicant spécialisé dans les relations presse dans le BTP.

Nous avons eu la chance également de visiter les locaux de la radio France bleu provence, ce qui était pour nous nouveau et attrayant.

La formation nous a été rendue agréable grâce à un formateur investi et passionné qui à su nous présenter et nous initier aux différents métiers des médias et l'intérêt que cela apporte à nous, futurs managers d'entreprises.

Etant étudiante en première année à l'ESGCI Paris Bachelor communication et relations publiques, mon expérience aixoise m'a fait réaliser que la communication est ma voie principale et à mon grand regret je trouve que l'approche de celle-ci est assez succincte au sein de mes études.

Enfin, ce petit séjour a été pour moi très enrichissant tant au niveau humain que sur le plan professionnel.

Seul petit bémol, étant venue chercher le soleil, j'ai amené la pluie...

Nour Rahmani & Lauranne Ricci

CHARLIE HEBDO... ET APRÈS ?

Rencontre avec France Bleu Provence, au cœur de l'information régionale.

Depuis des semaines, l'actualité est concentrée sur les événements liés à Charlie Hebdo. Après ces quelques jours de deuil national l'information reprend son cours habituel.

Pour mieux comprendre les impératifs des journalistes. Nous avons visité les locaux de France Bleu Provence afin d'en savoir plus sur leur fonctionnement et sur les conséquences régionales d'une information nationale et internationale.

«Il est vrai» tient à préciser d'emblée Laurent Grolée, Rédacteur en Chef Adjoint de France Bleu Provence «que ces derniers jours étaient exclusivement consacrés à l'actualité autour de Charlie Hebdo»

De l'information à l'article....

L'information n'attend pas, pendant que la majorité des personnes sortent de leur sommeil, les journalistes de France Bleu Provence préparent leur fil d'actualité pour qu'il soit prêt lors de sa première diffusion matinale à 6 heures.

Dépêche AFP, alerte Google, journalistes locaux et articles de presses, tous les moyens sont utilisés par les journalistes de la radio pour être au plus près de l'information.

De cette masse d'actualité doivent ressortir les titres des différents journaux diffusés, c'est là qu'intervient le rédacteur en chef ou son adjoint dont le rôle est d'être le garant de la ligne éditoriale du journal.

Les sujets sont sélectionnés et répartis à la suite d'une conférence de rédaction dirigée par le rédacteur en chef en compagnie des journalistes et reporters terrain de la radio. Commence alors le travail de traitement de l'actualité par les journalistes, ces derniers se doivent d'obtenir un maximum d'informations pour assurer à l'auditeur un journal de qualité. Déplacements sur le terrain, témoignages, interviews téléphoniques, tout est à prendre et à analyser.



De l'article à la diffusion...

Une fois les différents articles et reportages rédigés, il convient de les intégrer au conducteur, véritable «playlist» des séquences à diffuser. Mais ce conducteur n'est pas uniquement rédigé par France Bleu Provence, il est dépendant du programme national diffusé par le groupe Radio France.

Chaque reportage doit donc être parfaitement synchronisé avec le fil d'actualité nationale, c'est là qu'intervient la partie technique du travail de journaliste au sein de la salle de rédaction, qui consiste à découper les bandes sons, à sélectionner les parties intéressantes du dossier, et à faire en sorte que l'information soit claire et concise.

Le journal, une fois terminé, doit être partagé et assimilé par l'ensemble de l'équipe afin qu'ils puissent apporter des compléments d'information ou des modifications en continu. Vient ensuite le moment de la diffusion de l'ensemble des articles développés, le conducteur final est alors transmis à l'animateur ainsi qu'au régisseur.

Rappelons que France bleu Provence fait partie du groupe Radio France ainsi que les radios France Inter, France Info, France Culture, France Musique FIP, le Mouvement et toutes les radios France Bleu.



Erick Cala responsable des programmes (à gauche), Laurent Grolée rédacteur en chef adjoint (à droite)



France Bleu Provence est l'une des 44 stations du réseau France Bleu de Radio France. Elle a commencé à émettre en 1983.

Les programmes régionaux de France Bleu Provence sont diffusés en direct de 6h à 12h08 et de 13h30 à 19h du lundi au vendredi, et de 7h à 12h30 et 14h à 19h le week-end. Les programmes nationaux du réseau France Bleu sont diffusés le reste de la journée et la nuit.

MÉTÉO



PROGRAMME TV



20:55 - No Limit



20:50 - Disco



20:55 - Le Transporteur



21:00 - Game of Thrones



20:45 - Des paroles et des actes



20:50 - Paris

HOROSCOPE



Vos relations avec vos amis ainsi que l'arrivée de bonnes nouvelles vous mettent l'humeur au beau fixe. Chassez les soucis du quotidien ! Surveillez votre consommation de sucreries.



Recentrez-vous sur vos priorités, c'est le moment d'agir en direction de vos objectifs. Vous auriez besoin d'un bon tour de cadran de sommeil pour véritablement recharger vos batteries. Malgré cela votre forme est excellente.



Vous avez dans votre jeu une carte maîtresse. À vous de la jouer sans vous poser tant de questions ! Vous serez mieux armé pour affronter les problèmes qui vous freinent, la forme morale est au beau fixe.



Les affaires reprennent dans votre cercle amical, il y a des changements en vue. Ne vous isolez en aucun cas aujourd'hui. Vous auriez besoin de développer votre solidité ligamentaire, c'est le moment d'une séance d'étirements.



Conquête, passion sont au programme... Ne restez surtout pas dans votre coin, acceptez les invitations, c'est le moment de vous offrir une soirée entre amis dans la convivialité, sortez de vos habitudes !



Vous aurez aujourd'hui le sentiment de ne pas contrôler suffisamment vos relations ou le cours de votre vie relationnelle. Ne vous laissez pas aller à cette conception, les imprévus sont riches d'enseignements.



Vous gagnerez en insouciance, ce qui vous aidera à prendre du recul par rapport à une affaire importante en suspens. Profitez du calme relatif de ce jour pour considérer vraiment certains manques, qui proviennent de votre alimentation.



Vérifiez vos sources de renseignements, vous éviterez ainsi de perdre votre temps inutilement. Vous serez au mieux de votre forme physique, donnez-vous des satisfactions sans attendre que cela vienne des autres.



Vous allez prendre conscience que vous avez bien fait d'insister auprès d'une personne en particulier. C'est votre force morale qui est en hausse. Elle maintient votre vitalité à un niveau honorable. Faites de l'exercice !



Votre optimisme chevaleresque vous permettra de résoudre enfin un problème relationnel de poids. La forme et l'entrain sont omniprésents aujourd'hui. Votre forme morale est excellente et sera votre moteur.



Vous attirez de nouvelles connaissances favorables à votre avenir, restez réceptif à la nouveauté. Vous éprouvez le besoin de modérer vos actions, voilà qui sera sage, écoutez vos instincts profonds et remettez-vous de l'effervescence négative d'hier.



Votre soif d'intimité risque d'être contrarié par des parasitages extérieurs, directs ou indirects, aujourd'hui. Vous devrez vous armer de patience, écoutez votre entourage, il a besoin de votre soutien.