

**Sommaire:** Pleon C-Matrix – ancrage local et rayonnement international – Le conseil d'administration, un organe qui communique – Les relations publiques à l'heure des médias sociaux – Etat des lieux avec Foursquare

### Chères lectrices, chers lecteurs,



Bienvenue à toutes celles et ceux qui nous lisent pour la première fois. Suite à la création de l'agence Pleon C-Matrix Suisse romande à Lausanne, notre lettre d'information élargit son lectorat et nous en sommes particulièrement heureux.

Pour commencer, une brève présentation de l'agence, de ses services et de l'étendue de son réseau qui permet de concilier un solide ancrage régional avec un rayonnement international et une présence dans plus de 70 pays.

Notre agence bénéficie d'une large expertise dans la gestion de situations de crise, un domaine dans lequel elle a eu l'occasion de conseiller plusieurs organismes et entreprises (PME et multinationales) au cours de ces dernières années. Dans le cadre d'une conférence sur la responsabilité des administrateurs en cas de crise, organisée à Lausanne par l'Institut suisse des administrateurs et dirigeants d'entreprises (ISADE), François Huguenet et Alexander Fink ont fait part de quelques solutions et pratiques recommandées pour prévenir et gérer ce type d'événements.

Les outils Internet les plus novateurs font désormais partie de la panoplie de base de tout spécialiste en relations publiques. Mais qu'apportent-ils exactement, quels en sont les avantages, peuvent-ils atteindre un nouveau public et quels sont les risques qui y sont liés ? Afin de répondre à ces questions, nous proposerons désormais régulièrement aux responsables de la communication des pistes de réflexion pour les aider à trouver leur chemin dans la jungle du Web 2.0 et des médias sociaux. Nous commençons aujourd'hui notre série en évoquant l'importance de la pertinence des contenus dans les médias numériques ainsi que les utilisations de Foursquare.

Je vous souhaite une agréable lecture.

Pierre-Alain Rattaz

**Pleon C-Matrix Suisse romande Sàrl**

#### Contact

Pleon C-Matrix  
Suisse romande Sàrl  
Place Pépinet 3  
1003 Lausanne  
Tel. +41 (0) 21 312 58 01  
Fax +41 (0) 21 312 58 02

[lausanne@pleon.com](mailto:lausanne@pleon.com)  
[www.pleon.ch/fr](http://www.pleon.ch/fr)

🏠 vers le haut

## Pleon C-Matrix – ancrage local et rayonnement international

PLEON C-Matrix

© Pleon

Créée en 1992, Pleon C-Matrix compte parmi les rares agences de relations publiques réellement présentes de manière intégrée dans les deux principales régions linguistiques de Suisse. Elle est membre du BPRA, association suisse d'agences de relations publiques. Plus d'une vingtaine de personnes travaillent sur les deux sites de Lausanne et Zurich.

Pleon C-Matrix propose de manière intégrée des prestations de conseil stratégique et de mise en œuvre dans toutes les disciplines de la communication. Ses consultants disposent d'un haut niveau de formation et d'expérience, ainsi que d'une bonne connaissance du terrain et des enjeux de très nombreux secteurs d'activités en Suisse. L'agence zurichoise est conduite par Alexander Fink et compte parmi ses clients IBM Suisse, Oracle, Bosch, Musicload Suisse, Lenovo Suisse et Nycomed Pharma.

Dirigée par François Huguenet et Pierre-Alain Rattaz, Pleon C-Matrix Suisse romande (ex-Rochat & Partenaires Lausanne) a développé au cours de ses six premières années d'existence une clientèle bien diversifiée de PME (LBG, Secur'Archiv, Switel) et de grandes entreprises (Siemens, Bobst, Expedia, Remax), mais également d'associations professionnelles (AVDEMS, Centre Patronal) et d'administrations publiques (Etat de Vaud). La santé, l'industrie, les biens de consommation et les services figurent parmi ses domaines de prédilection.

Même si sa vocation reste clairement régionale, elle est désormais à même d'offrir à ses clients romands une présence renforcée en Suisse alémanique et l'accès à un réseau international reconnu.

Au plan international, Pleon C-Matrix est l'agence affiliée exclusive pour la Suisse du groupe Ketchum (présent dans 70 pays avec une centaine de bureaux et quelque 2000 collaborateurs) qui suite à la fusion avec le groupe Pleon, est devenu le numéro 1 en Europe sous la marque Ketchum Pleon.

Pour connaître l'étendue de nos services: [www.pleon.ch/fr](http://www.pleon.ch/fr)

Contact à Lausanne:  
Pierre-Alain Rattaz,  
tél. +41(0)21 312 58 01  
[pierre-alain.rattaz@pleon.com](mailto:pierre-alain.rattaz@pleon.com)

🏠 vers le haut

## Communication en cas de crise : quel rôle pour le conseil d'administration?



© Fotolia

«On ne peut pas ne pas communiquer.»  
Paul Watzlawick  
(1921-2007),  
philosophe

La communication institutionnelle occupe une place toujours plus importante dans les entreprises. Cependant, de nombreux conseils d'administration n'ont pas encore pris conscience de sa véritable dimension stratégique, et par conséquent, ne s'en préoccupent guère. En Suisse, ni la Loi ni les organisations professionnelles n'exigent ou ne recommandent d'ailleurs aux conseils d'administration de se préoccuper de communication. Sauf sur des aspects très spécifiques concernant la communication avec les actionnaires.

Pourtant, les « bonnes pratiques » en la matière évoluent et des entreprises à l'étranger ont déjà inscrit noir sur blanc la responsabilité communicationnelle de leurs administrateurs dans un règlement d'entreprise. Jusqu'à leur attribuer parfois non seulement une responsabilité de surveillance et de représentation, mais aussi d'élaboration de la politique de communication.

Si la responsabilité communicationnelle du conseil d'administration entre ainsi peu à peu dans les mœurs, le rôle exact de ce dernier dans la communication de crise reste une question relativement ouverte. Une chose est sûre, l'époque est désormais révolue où le conseil d'administration pouvait totalement rester à l'abri en cas de tempête. Toujours plus soumis à l'attention et à la pression médiatique, ultime garant de la réputation de l'entreprise, on attend aussi de lui qu'il démontre, y compris publiquement, de nouvelles compétences dans la gestion de crise.

A l'invitation de l'ISADE (Institut suisse des administrateurs et dirigeants d'entreprise / [www.isade.ch](http://www.isade.ch)), François Huguenet (associé-gérant Pleon C-Matrix Suisse romande) et Alexander Fink (CEO Pleon C-Matrix Group AG) ont donné une conférence sur ce sujet le 4 février 2010 au Centre Patronal à Paudex (VD). Si vous souhaitez vous aussi connaître quelles sont nos recommandations en la matière, nous nous tenons volontiers à votre disposition.

Contact à Lausanne:  
François Huguenet,  
tél. +41(0)21 312 58 01  
[francois.huguenet@pleon.com](mailto:francois.huguenet@pleon.com)

## » Meilleures pratiques

↗ vers le haut



© Fotolia

### Médias sociaux et pertinence de l'information

Notre vie devient toujours plus numérique. Le matin, on consulte les nouvelles du jour sur son smartphone; au bureau, on jongle entre les messages électroniques et les flux RSS; et le soir, on se jette sur Internet, Twitter ou Facebook, ce dernier étant devenu le lecteur de news le populaire, loin devant Google News.

Face à ce bouillonnement d'informations délivrées en temps réel, nous sommes dans l'obligation d'effectuer une sélection rigoureuse. Il en va de même pour les professionnels de la communication qui se voient chaque jour submergés de communiqués de presse et de matériel RP arrivant par e-mail, fil RSS ou autres médias électroniques. Une avalanche de données qui a par ailleurs pour effet d'entraîner la perte de nombreuses informations.

Comment faire donc pour attirer l'attention des journalistes ? Tout simplement en respectant une des valeurs fondamentales de toute bonne information : la pertinence. Quel que soit le canal de communication que nous choisissons, seules les informations pertinentes seront remarquées. Dans le domaine des médias sociaux, il faut par ailleurs ajouter un élément supplémentaire, en l'occurrence l'adéquation des contenus aux attentes des publics cibles. En étant attentif, il est possible de déterminer précisément de quelles informations les journalistes ou les stakeholders ont besoin. Il suffit ensuite de les contacter directement pour leur proposer les nouvelles qui les intéressent. Par contre, il est évidemment difficile de communiquer des contenus complexes par le biais de Twitter où les messages ne peuvent pas dépasser les 140 caractères. Mais ce n'est pas non plus là le but de l'opération. Il s'agit plutôt d'attirer l'attention et de susciter le dialogue. C'est d'ailleurs ce qui fait la force des médias sociaux : des contenus pertinents qui correspondent exactement aux intérêts spécifiques des interlocuteurs.

Contact à Lausanne:  
Pierre-Alain Rattaz,  
tél. +41(0)21 312 58 01  
[pierre-alain.rattaz@pleon.com](mailto:pierre-alain.rattaz@pleon.com)


## » Le chiffre en question

### 4 pour Foursquare

Avec l'application Foursquare, un GPS et un smartphone, les utilisateurs nomades peuvent « s'enregistrer » dans un restaurant ou un hôtel et transmettre l'information directement à leurs amis par le biais de Twitter ou Facebook. Un outil très utile pour savoir à quel endroit il est possible de rencontrer une personne que l'on connaît. Mais PleaseRobMe.com a dévoilé le revers de la médaille: quelles sont les informations que je communique à mon sujet et quelles peuvent en être les conséquences ? Est-ce qu'on va cambrioler mon domicile si l'on sait par le biais de Foursquare que je n'y suis pas ? Réfléchissez donc bien avant de révéler certains aspects de votre vie privée. Nous pourrions en discuter quand je saurai où vous êtes...

Contact à Zurich:  
Olaf Grewe,  
tél. +41 (0)43 300 56 55  
[olaf.grewe@pleon.com](mailto:olaf.grewe@pleon.com)

## » Contact

 [vers le haut](#) Pleon C-Matrix Group AG vous informe des nouveautés du secteur. Cliquez [ici](#) si vous ne souhaitez plus recevoir ces informations électroniques.

Place Pépinet 3  
1003 Lausanne  
Tel. +41 (0) 21 312 58 01  
Fax +41 (0) 21 312 58 02

[lausanne@pleon.com](mailto:lausanne@pleon.com)  
[www.pleon.ch/fr](http://www.pleon.ch/fr)