RP
>NEWS<

Bimensuel
21 septembre 2006

TOUTE L'ACTUALITÉ DES RELATIONS PRESSE

N° 285
Supplément

People

► **Publicis consultants réorganise son pôle RP.** Christine Pietri, fondatrice de l'agence de RP Pietri, est nommée vice-présidente de Publicis consultants, en charge du pôle RP luxe, mode, hautes technologies et grand public qui est baptisée Pietri Publicis consultants. Aurélie de Labarrière, jusqu'alors directeur conseil en charge de l'équipe de RP grand public de Publicis consultants, devient directrice de l'agence Pietri Publicis consultants.

► **Laurence Gabriel rejoint Ketchum Paris en tant que manager du pôle high-tech.** Précédemment DG de l'agence Herald Communications (Fleishman-Hillard) puis DGA de l'agence Brodeur SRRP, Laurence Gabriel vient d'être nommée manager du pôle high-tech (une quinzaine de personnes) du groupe Ketchum. Elle interviendra sur des problématiques corporate et produit auprès de clients comme Kodak, Adobe, Forrester, Thomson. Elle est également en charge du développement commercial de l'agence ainsi que du déploiement de l'offre nouveaux médias avec Olivier Saint-Leger, consultant expert high-tech.

► **Lucien Boyer devient DG de Havas Sports International.** Directeur général de Havas Sports France, la filiale de l'agence d'achat d'espaces MPG, Lucien Boyer a été nommé directeur général de Havas Sports International. Spécialisée notamment dans les relations publiques à travers le sport, Havas Sports, qui comprend déjà des bureaux en Espagne, Inde et Chine, envisage d'ouvrir des bureaux en Angleterre et au Moyen Orient. Lucien Boyer devient, par ailleurs, PDG d'Havas Sports France

En bref

► **Compétition pour promouvoir la Touraine.** L'agence de développement de la Touraine, chargée de promouvoir le développement economique de la vallée de la Loire, a organisé une compétition en Grande Bretagne afin de sélectionner une agence de relations-médias pour promouvoir les attractions de la région. Trois agences ont, pour le moment, été retenues.

► **321auto.com renouvelle sa confiance à Rumeur Publique.** Acteur incontournable de la petite annonce automobile sur Internet (20 millions de pages vues par mois), 321 auto.com a choisi de confier à nouveau la gestion de ses relations presse à l'agence Rumeur publique.

Décryptage

L' outsourcing gagne les RP.

Christian Larger

► Soucieuses de se concentrer sur leur métier, les entreprises sont en recherche de solutions innovantes pour des changements de stratégie rapide sans toutefois s'obliger à des investissements de long terme. L' « outsourcing », qui consiste à externaliser, en l'occurrence ses prestations de RP, en est une.

Sur un montant global de communication non publicitaire estimé en France sur un an à 17,5 milliards d'euros, « le montant des prestations externalisées s'élève à 4,8 milliards, soit 28 % des investissements globaux » selon une étude réalisée par LH2 pour le Syntec. Christian Larger, PDG de Gibory consultants, cabinet spécialisé dans le conseil en recherche d'agences, explique que « la tendance à l'outsourcing dans les PME s'explique d'abord parce que ce n'est pas une obligation de temps plein. Dans les plus grandes, c'est la recherche d'une expertise qui est la motivation principale. Les agences de RP apportent dans ce cas leur créativité et leur expérience avec les rédactions, mais également un regard indépendant. Par ailleurs, les entreprises ne maîtrisent pas toujours la « nouvelle génération » des RP -tout ce qui concerne Internet- mais ne peuvent se passer de ce potentiel de croissance. Dans ce domaine, les agences sont souvent en avance ». Microsoft est en ce sens original. L'entreprise a choisi depuis longtemps de favoriser des investissements lourds et de long terme avec ses prestataires alors que généralement les budgets sont remis en jeu tous les ans. « Il y a peu d'entreprises qui externalisent autant, explique Daniel Verpeaux, directeur général d'Euro RSCG C&O, qui a animé l'équipe Microsoft durant plusieurs années. Pour autant, toutes les décisions se prennent en étroite collaboration avec les équipes internes ». Les grandes entreprises gardent, en effet, toujours en interne une fonction de haut niveau stratégique pour un pilotage externe. L'outsourcing répond également à des besoins de court terme, pour résoudre, par exemple, des situations de crise, « il faut des consultants de haut niveau, poursuit Christian Larger, nous avons donc créé Gibory Flexibility pour remplacer quelqu'un temporairement ou apporter un appui. Il y a une réelle demande, car ce produit destiné à tout type d'entreprises, en quête de personnes opérationnelles immédiatement sur des fonctions à fortes compétences, permet de ne pas s'engager durablement ».

Raoul Bouldris