



Objectif Aquitaine N°178 – Juin/juillet 2010

C'EST TOUT COM'

Tous ego ?

Aujourd'hui, chacun veut son quart d'heure de célébrité et tente de faire partager ses idées. Or, ce sont les idées qui nous font agir, et les métiers de la communication sont là pour les identifier, les diffuser et les trouver aimables. Le monde de la communication change, et nous nous adressons désormais à un consommateur à l'ego surdimensionné, celui-là même qui constituait pendant longtemps le domaine réservé des publicitaires et des communicants.

Les jeunes générations, nourries à la publicité, se mettent désormais en scène sur Facebook et YouTube, détournent les messages et sont fans du marketing participatif. Face à ces "consommateurs", on ne peut plus faire de la communication comme il y a trente ans, voire cinquante (clin d'œil à tous ceux qui regardent la nouvelle série culte "Mad Man", mettant en scène des publicitaires des années 1960). A nous d'inventer de nouveaux langages, de nouveaux codes et de nouveaux supports, comme nous avons si bien su le faire par le passé. Il nous faut rester connectés avec les nouvelles tendances, réinventer, voire réenchâter le monde de la communication, et peut-être revoir nos certitudes, ou, pire, mettre notre ego dans la poche !

Et si notre nouveau chantier était de faire revenir nos ego surdimensionnés dans la communauté ? Et si on apprenait à coopérer dans les réseaux, comme le prône le Web 2.0, qui parle même d'intelligence collective ? Et si on se rappelait tout simplement que l'homme est un animal social ? A ce sujet, je vous recommande le livre de Robert Axelrod "Comment réussir dans un monde d'égoïstes" paru en 2006 chez Odile Jacob, mais qui reste plus que jamais d'actualité !

Béatrice Vendeaud,
responsable de la communication, Iseg Bordeaux.