



L'ONDE 2 COM Newsletter

numéro 1
Juillet 2011

L'éditorial

Communiquer est devenu aujourd'hui un impératif dans un environnement médiatique de plus en plus prégnant. La communication, un terme à la fois large et précis, qui désigne à l'origine une aptitude humaine et représente désormais l'ensemble d'une profession. La communication implique de savoir s'adapter aux différentes missions et exigences d'un métier singulier et protéiforme : écouter, regarder, interroger le monde et les autres, mener une investigation ciblée pour une campagne et être à l'affût des nouvelles tendances. Aujourd'hui, l'équipe du BTS communication s'attaque, avec ferveur, aux différents défis propres à ce domaine.

Dernier né des BTS du Lycée Lapérouse, et unique sur le territoire, le BTS communication a été créé en 2010. A ce jour, il est composé de deux classes d'étudiants très impliqués dans ce milieu. Cette filière forme des généralistes de la communication afin de répondre à la demande des entreprises locales. Le BTS communication est un laboratoire d'expérience, où les jeunes étudiants apprennent, conçoivent, réalisent des projets.... Et communiquent bien sûr !

Le BTS communication a donc le plaisir de vous présenter sa lettre d'information.

Bonne lecture.

Amandine Martin
et Joris Kamadrane

La mission

Evènement phare de la natation calédonienne, le Meeting QANTAS réunit un panel de nageurs locaux et des stars de la scène internationale, à l'instar de l'australien Eamon Sullivan cette année. Chaque année, plus de 700 participants se retrouvent dans la convivialité.

Pour cette dix-neuvième édition, le Cercle des Nageurs Calédoniens (CNC) a confié le plan de communication à la première promotion du BTS COM' du lycée Lapérouse. Les étudiants, sous la houlette de Cyril Huet, organisateur de l'évènement depuis 1994, ont ac-

complé cette mission.

Au final, un mois de défi pour ces jeunes communicants qui s'est traduit par la réalisation d'une série d'opérations: création de l'affichage, conception d'un plan média et d'un e-mailing ciblé. De surcroit la conférence de presse du 22 Avril constitua le point culminant de cette collaboration.

Le BTS Communication marqua de sa griffe l'édition 2011 en créant un jeu concours inédit qui rencontra un grand succès auprès du public.

Au final, cette opération fût un formi-

dable terrain d'expérience pour l'ensemble de la promotion.

Lizzie Carboni,
Jennifer Tamarcaz et
Yannick Charron

S. Postic créateur de l'affiche



L'Entrevue

Par Charlotte Montesinos

Le chat noir de Montmartre



Philippe Texier, directeur marketing du **Groupe Hersant Media**, a suivi une formation commerciale et bancaire.

Après dix ans dans la finance, il vient s'installer en Nouvelle-Calédonie à l'aube des années 2000, afin de réaliser son rêve : travailler dans la presse.

L'Entrevue

Si j'étais...

...un film, je serais Brazil.

...un super héros, je serais Batman.

...une émission de télévision, je serais *Taratata*.

...une marque ou un slogan, je serais moi-même : *Texier*. (marque de maroquinerie, ndlr).

...un mot, je serais le mot mer.

...un évènement, je serais un concert de musique.

...une couleur, je serais le bleu.

Le principal trait de mon caractère : créatif, illuminé.

La qualité que j'admire le plus chez mes interlocuteurs : la réussite.

A part moi-même, qui voudrais-je être ? Un marin célèbre, Tabarly.

Votre héros ou héroïne de la vie quotidienne : MOI.

Le don de la nature que je voudrais avoir : être plus manuel.

La faute qui m'inspire le plus d'indulgence : je dis souvent « On peut ne pas réussir mais il faut toujours essayer ».

Avez-vous une devise ? Oui, « fais de ta vie un rêve et de ton rêve une réalité ».

Avez-vous une icône ? Oui, le *Chat Noir* enseigne du café du même nom à Montmartre.

Coup de com'

Longtemps considéré comme un acte de vandalisme, le graffiti fait maintenant partie des diverses formes d'art et investit aujourd'hui le monde de la communication.

Dans ce domaine, les annonceurs s'efforcent de faire preuve d'innovation et de créativité. La communication élargit son champ d'action à des supports autres que les médias classiques.

Un graffiti est en fait, par définition, un dessin ou une inscription peinte, tracée ou gravée sur des

monuments, des murs ou biens publics ou privés, sur tout autre support qui n'est habituellement pas utilisé dans cette optique. Si le graffiti n'est pas dans l'absolu un phénomène nouveau, puisqu'on en retrouve sur les murs de Pompéi à l'époque romaine (le terme « graffitis » ayant ainsi des origines italiennes), c'est graduellement depuis les années 50 et 60 qu'il a pris une place idéologique, sociale, artistique. Outil de communication urbaine, certains annonceurs s'en emparent pour occuper des espaces privilégiés.

La Nouvelle-Calédonie est également touchée par ce phénomène et l'on peut ainsi voir apparaître des fresques murales sur certains bâtiments publics, comme celle de NC2011 près de la Salle de sport de la Vallée du Tir.

Yexo, auteur de la fresque NC2011, avoue être fasciné par les graffitis depuis son plus jeune âge. Il fait partie aujourd'hui d'un groupe de graffeurs parmi les plus sollicités en Nouvelle-Calédonie.

Cette forme d'expression l'attire car elle constitue pour lui un moyen de rattacher l'art à la culture hip-hop. Il apprécie le travail de la matière. Yexo identifie clairement le graffiti comme un moyen de communication susceptible de toucher un large public.

Morgan Appaganou

Un tag signé Yexo pour NC 2011



- Du lundi 06 Juin au vendredi 15 Juillet 2011: B T S Communication stages des étudiants 2ème année

- Du vendredi 05 au samedi 06 Août 2011 à la Maison des Artisans: XIIème Salon de l'étudiant

- Du samedi 27 Août au dimanche 11 Septembre 2011 NC 2011 : XIVe Jeux du Pacifique, la Maison des Artisans devient le Centre Média des Jeux.

E-mail : btscommunicationlaperouse@gmail.com / Tel 283360 / Fax 277450

Directeur publication : F. Modéran / Directeurs rédaction : F. Médevielle et P. Guionnet

Rédaction : élèves de 2ème année BTS Communication / Graphisme : S. Postic