

Ericsson

Pour une communication authentique

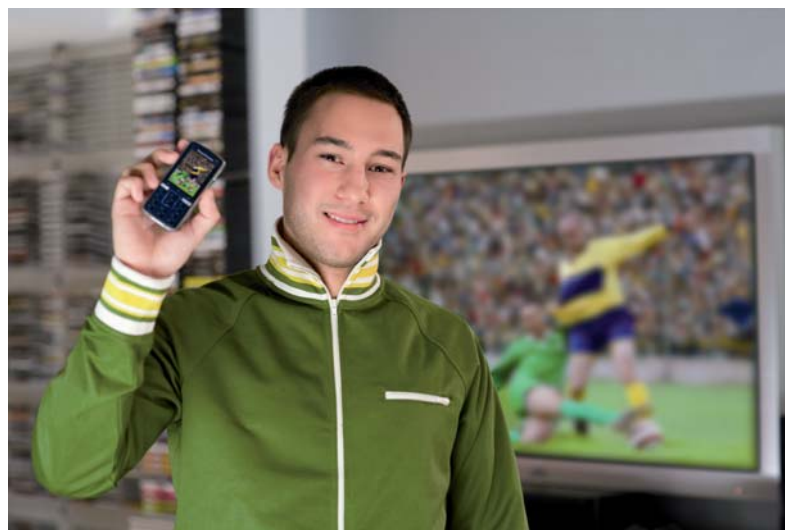
Pour Olivier Cimelière (Celsa), directeur de la communication d'Ericsson France depuis 2007, la communication est affaire d'ouverture, de dialogue et doit reposer sur la réalité de l'entreprise. De par sa position de vigie aux confluent des métiers, elle analyse un contexte, définit des objectifs avant de dérouler un message authentique auprès des publics ciblés.



Olivier Cimelière (Celsa),
Directeur de la communication d'Ericsson France

« Les outils de communication ne sont pas une fin en soi. Mais la déclinaison ultime d'une image et d'un message reposant sur du concret. »

« Je suis pour une communication authentique, fondée sur la réalité de l'entreprise. Je réfute la communication cosmétique ou incantatoire, dérivée du marketing ou de la publicité. La communication n'est pas un vernis et ne fait pas office de pompier en cas de crise. » Telle est la vision que s'est forgé Olivier Cimelière au fil de son parcours. Après des débuts en tant que journaliste, il intègre la communication d'entreprise. D'abord au sein du laboratoire Boehringer Ingelheim France, puis durant 14 ans chez Nestlé Waters avant de rejoindre Ericsson France en 2007. « Les compétences que j'avais acquises dans le journalisme pouvaient aider l'entreprise à mieux communiquer avec les différents publics de l'entreprise. La communication ne fait pas qu'éditer des brochures, mettre en forme de beaux messages. Elle explique les faits, elle anticipe et repose sur des choses tangibles pour valoriser nos vrais atouts. »



Pas de recette magique pour une bonne communication

Les directeurs de la communication ont des périmètres de responsabilité variés selon l'entreprise, sa taille, sa culture, son histoire et son activité. Le poste au sein d'Ericsson France a été recréé en 2007 afin de dynamiser la communication extérieure sur les secteurs d'activité où le groupe suédois est implanté (réseaux télécoms fixes et mobiles). Olivier Cimelière est chargé de la communication interne, externe et relations médias, des relations institutionnelles et liées au développement durable.

La communication varie selon le secteur d'activité. En début de carrière dans la pharmacie, Olivier Cimelière s'adresse à des cadres et techniciens scientifiques, et en externe, à des professionnels de santé et au grand public. Chez Nestlé Waters, l'exercice diffère dans un groupe alimentaire où le marketing est roi. « Je suis arrivé au moment de la fusion entre Perrier et Vittel. La réunion d'équipes aux cultures quasi opposées supposait de réels efforts de communication. J'ai ensuite eu la chance d'œuvrer au niveau mondial où la dimension multiculturelle a primé. Aujourd'hui chez Ericsson, je m'adresse principalement à des ingénieurs informaticiens et télécoms en interne mais à un public plus large en externe. C'est cette diversité des approches, publics et cultures qui fait la richesse de notre métier. Il n'y a pas de manuel prêt à appliquer pour une bonne communication. L'essentiel est affaire d'analyse, d'anticipation, de dialogue, d'ouverture. Il faut aussi innover. Nous avons ainsi créé un blog il y a 4 mois. Le consommateur vient sur le devant de la scène avec la convergence des réseaux, des contenus et des services. J'insiste sur le fait de cesser de parler uniquement technique, mais de dire à quoi elle sert. C'est un travail de longue haleine pour faire évoluer les mentalités. »

Mais de l'analyse et du dialogue

Au sein du comité de direction, le directeur de la communication doit se positionner tel un aiguillon pour Olivier Cimelière. De par sa position transversale, à la croisée des métiers et problématiques de l'entreprise et de ses publics, il endosse le rôle de vigie. Il a également un rôle de veille des tendances émergentes. « On ne communique pas dans le vide. Le message ne se décide pas uniquement selon nos souhaits. Il est fondé sur une analyse des points d'interaction et de désaccord des acteurs, en fonction d'un contexte précis. C'est ainsi qu'on peut définir nos objectifs et dérouler le message et les actions. Cela requiert en revanche le soutien de la direction générale. »

A.D-F



Contact

www.ericsson.fr rubrique emploi

Groupe suédois, Ericsson est le leader mondial des technologies radio 2G, 3G, 4G et des services aux opérateurs télécoms

Recrutement de profil ingénieur et commercial