



Daniel Murgui-Thomas

« Le media training est devenu un réflexe »

► La Boîte aux images forme ses clients à la prise de parole en public et dans les médias : des recommandations stratégiques aux entraînements en communication. Pour valoriser son approche, Daniel Murgui-Thomas, fondateur de la société, s'est entouré d'une dizaine de collaborateurs, journalistes, consultants, mais aussi comédiens.

Quels sont les services que vous proposez ?

Cela va du simple média training, qui consiste à améliorer la prise de parole dans les médias, à des processus plus longs qui sont basés sur des diagnostics vidéos, du relooking, un travail sur la gestuelle. Nous construisons un programme d'entraînement portant sur les capacités d'improvisation, la gestion de la contradiction, la préparation mentale et physique.

À quoi entraînez-vous concrètement vos clients ?

À rester eux-mêmes. Lorsqu'on multiplie ses interventions dans les médias, le plus difficile est de dire plusieurs fois la même chose avec la même conviction. C'est pour cela que j'aime utiliser le concept de « communicateur ». Cela consiste à maîtriser son message, sa gestuelle, les règles du jeu des médias. Tout cela contribue à être plus sûr de soi.

Le média training a longtemps été réservé aux hommes politiques. Est-ce toujours le cas ?

Depuis un peu plus de 5 ans, les entreprises sont plus réactives et attentives à leurs messages. Elles prennent conscience du caractère stratégique de la communication lorsqu'elles connaissent des périodes de crise. Nous essayons de former des « 4x4 » maîtrisant parfaitement leur prise de parole et capables de répondre au pied levé aux journalistes. Nous avons, par exemple, des entreprises qui, à chaque nomination, font bénéficier le nouveau venu d'un media training. C'est devenu un réflexe pour elles.

Quelles sont les tendances fortes qui ont marqué l'évolution de ce secteur ces dernières années ?

Les situations de crise ont obligé les entreprises à réagir sous la pression de l'instantané. Il faut alors avoir une vraie compétence au risque d'une distorsion d'image. La nécessité de réagir vite comporte un risque. L'internet oblige aussi les hommes politiques à être beaucoup plus vigilants : les exemples se multiplient d'images voilées de ministres se laissant aller. Il s'agit d'un nouveau paramètre à intégrer.

Raouf Boudris

Confidentiel

► **Publicis Dialog** chargé de la communication par VT SCAN International, le fabricant de cuisines Cuisinella a choisi Publicis Dialog pour la conception de sa nouvelle communication et pour l'accompagnement sur son plan d'actions commerciales.

► **Solactiva** choisit l'agence **Kaléidoscope** pour la gestion de ses RP. Entreprise spécialiste de l'énergie solaire, dont la vocation est de lutter contre le réchauffement climatique, Solactiva a choisi l'agence Kaléidoscope pour assurer la gestion de ses RP.

Nouveau

► **OnePoint TV** et l'agence **Kaléidoscope** créent la joint-venture **La Presse en parole**. OnePoint TV, spécialiste des solutions vidéo on-line, et l'agence Kaléidoscope créent une société en joint-venture baptisée, **La Presse en parole**. Une union qui vise à la création de synergies entre le savoir-faire en production audiovisuelle de OnePoint TV et l'expertise en communication et relations presse de Kaléidoscope.

► **Beau Fixe** propose un outil de diagnostic de la réputation visible. Afin de maîtriser leur « réputation visible » sur la Toile, l'agence **Beau Fixe** a mis au point une nouvelle offre « d'ingénierie de la réputation » destinée aux dirigeants d'entreprises. Au programme : des services d'audit et de baromètres, des campagnes de gestion de la présence sur Internet, du design d'outils de marketing viral ou de référencement sur le Web...

People

► **Le groupe Extrême renforce ses équipes conseil**. Pour les activités publicité et marketing opérationnel, **Emmanuelle Escalère**, 36 ans, prend le poste de directrice conseil transversal. Elle est en charge de grands comptes comme le parc Astérix et des problématiques de communication globale. Claire Le Mignon, 34 ans, anciennement Samsung, rejoint également le groupe en tant que directrice conseil pour les comptes majeurs de l'agence et le new business. Enfin, deux nouveaux chefs de projet intègrent **Extrême** : **Sophie Doucher** (anciennement Cancun) et **Céline Berthelon** (anciennement Sopenxa).

En bref

► **SC Conseil remporte les RP du FASST**. À la suite d'un appel d'offres, l'association **Fasst** (Fonds d'action sociale du travail temporaire) a choisi l'agence **SC Conseil** afin d'assurer la médiatisation de son actualité au près de la presse professionnelle et grand public.