

Trois questions à Patrick Ernzer

## « Nous ne sommes pas sur Facebook »

Le conseiller en communication de la Chambre de Commerce nous explique comment le blog économique de Carlo Thelen s'inscrit dans la nouvelle stratégie de communication de l'institution qui s'appuie sur (presque) tous les médias sociaux.



Photo: Luc Deflorenne

Patrick Ernzer (Chambre de Commerce) :  
« Nous voulions aussi susciter un débat et engager un dialogue avec les lecteurs »

Interview par Nicolas Raulot, publiée le 06.03.2012

**Monsieur Ernzer, pourquoi la Chambre de Commerce a-t-elle engagé la publication du blog économique de Carlo Thelen (également diffusé sur *paperJam.lu*) ?** « Un blog est un élément d'une stratégie de communication fondée sur les médias sociaux. Nous avons pensé à Carlo Thelen, notre chef économiste, comme rédacteur, car c'est un éminent spécialiste des questions qui touchent à l'économie luxembourgeoise. Nous voulions nous adresser à un public large, pas à des spécialistes. Il s'agissait d'informer le public et de rendre l'économie accessible au plus grand nombre. Nous voulions aussi susciter un débat et engager un dialogue avec les lecteurs, répondre aux questions.

**Qu'appellez-vous stratégie de communication fondée sur les médias sociaux ? En quoi consiste-t-elle ?** « L'an dernier, nous nous sommes penchés sur cette stratégie fondée sur les médias sociaux, ce qui comprend les réseaux sociaux (LinkedIn, Xing...), les blogs, les micro-blogs (Twitter), les forums et toutes les plates-formes de diffusion des contenus (YouTube, Vimeo, Slideshare). Nous avons analysé comment nous positionner sur tous ces outils désormais disponibles. Par exemple, nous avons décidé de ne pas être présents sur Facebook, c'est-à-dire le plus grand réseau social actuel. Pour une raison simple : nous nous sommes dit, après analyse des avantages que cela pouvait nous apporter, que le jeu n'en valait la chandelle. En effet, cela demande un monitoring quasi permanent, la présence de plusieurs collaborateurs pour réagir aux commentaires... C'est très chronophage. En outre, la valeur ajoutée pour la Chambre de Commerce est tout de même assez minime. Nous n'avons pas de concurrents, donc pas vraiment besoin d'utiliser Facebook.

**Quels autres médias utilisez-vous également dans le cadre de cette stratégie ?** « Nous pouvons aussi utiliser les forums, notamment dans le cadre de la Luxembourg School for Commerce (LSC), notre branche de formation. Des micro-forums avec mots de passe peuvent par exemple être ouverts aux participants de chacun des cours pour que les élèves échangent entre eux et avec leur professeur. C'est un projet auquel nous réfléchissons et nous travaillons. Autre chose pour les mois à venir : utiliser les chaînes vidéos existantes via Vimeo, qui est plutôt utilisé par des professionnels ou des créatifs. Nous pourrions par exemple diffuser nos conférences. Des annonces vont être faites cette année dans ce sens. »