



Apcom

Candidature au conseil d'administration

1- Quelques repères biographiques

- Journaliste de formation, j'ai d'abord exercé pendant près de 5 ans comme pigiste à Radio France et aussi en PQR à Paris-Normandie puis chez Bayard Presse (La vie, Santé Magazine. J'ai rejoint un peu par hasard le pôle corporate de DDB (en 1999) en cherchant des piges où j'ai été recruté pour un remplacement de congés maternité pour 6 mois. J'y suis restée 8 ans ! Je suis arrivée sur la pointe des pieds dans le milieu de la communication, plus pour gagner ma vie que par intérêt et contre toute attente j'ai ADORE !
Après un passage de 3 ans dans une belle agence corporate indépendante (ByTheWay / 60 personnes / 6,5 M€ de MB,) hélas aujourd'hui disparue, où j'étais responsable du pôle Publishing (on ne disait pas encore contenus !), j'ai rejoint en 2010, le groupe médias Editialis (éditeur notamment de Marketing Magazine racheté en 2018 par NetMedia Group) pour y créer une agence de communication corporate (Wefactory &Co). Lorsque j'ai quitté cette agence en juin 2016, nous étions 16 collaborateurs et nous réalisions une MB de 2.5 M€ avec des clients comme Carrefour, La Poste, TNT, La Banque Palatine. Une très belle aventure humaine et professionnelle !
Je suis arrivée à Nantes en 2016 et ai rejoint l'équipe d'Alphacoms en septembre. Aux côtés d'Ingrid Berthé et Marion Andro, j'ai participé au repositionnement de l'agence. Ce travail est notamment passé par le changement de nom en mars 2019 avec l'affirmation d'une ambition : Etre l'une des agences corporate de référence du Grand Ouest à horizon 2020 et une raison d'être élaborée de façon collaborative : Militer et agir pour une communication utile qui amplifie le pouvoir de transformation des entreprises au service d'une économie positive.

2- Pourquoi ma candidature ?

- Près de 4 ans après mon arrivée à Nantes et après deux ans d'adhésion à l'Apcom, je souhaite m'investir davantage au sein de l'association car je crois profondément au POUVOIR de la communication.
A son pouvoir stratégique, d'abord. Je pense que la communication doit poursuivre sur le chemin de la reconnaissance auprès des dirigeants comme étant une fonction support stratégique pour les entreprises. L'actuelle crise du Covid 19 l'a d'ailleurs encore démontré. J'agirai pour faire reconnaître la communication comme une fonction stratégique pour la valeur des entreprises et non comme une décoration nécessaire.
Dans ce sens, une étude pourrait être menée sur le poids économique de la communication dans les Pays de la Loire (et aussi en Bretagne).
A son pouvoir de réseau, ensuite. Je crois profondément au pouvoir des relations. Notre métier est d'ailleurs d'abord un métier de relations (soft skill). Viennent ensuite les compétences ! Je propose d'élargir « la zone de chalandise » de l'Apcom, au-delà de la région



nantaise, aux Pays de la Loire et à la Bretagne. En ce sens, nous devons tisser des relations de collaboration étroite avec les associations sœurs (ou cousines) et les clusters communication de l'Ouest (Com & Medias, Ouest Media Lab, ANDRH, AFCl, etc.) au travers d'événements ou de contenus co-produits.

A son pouvoir d'optimisme, enfin. Lorsque que l'on communique c'est que l'on croit que demain sera meilleur qu'aujourd'hui. Dans une période pour le moins incertaine et troublée, il m'apparaît nécessaire de trouver, d'ajuster et de diffuser des éléments de discours qui traduisent une communication utile au lien entre les personnes et les publics et être ainsi un acteur engagé et positif de la transformation du monde.

Ces embryons d'idées seront bien sûr à partager, à débattre, à améliorer avec vous si vous m'accordez votre confiance.

Nantes, le 9 juin 2020
Agathe Martin Belin

