

# dossier

Parce qu'elles n'ont qu'un budget de communication limité, les petites et moyennes entreprises sont souvent dédaignées par les agences et les médias. Pourtant, un zeste d'originalité, un doigt de culot et un brin d'astuce peuvent suffire pour exister sur son marché. Démonstration.

## PME-PMI petits moyens, grandes ambitions

**L**es petites et moyennes entreprises recouvrent des réalités très différentes: marques de luxe patrimoniales, industriels de province, commerçants de quartier et même agences de publicité parisiennes. Mais, en matière de communication, parler des PME revient à évoquer les problématiques des sociétés dotées d'un budget limité. On peut pourtant être une PME et n'avoir aucun problème de notoriété, comme Lacoste. Pour les entreprises de moins de 250 salariés qui n'ont pas cette aura mais ont tout de même besoin de communiquer, il faut trouver des solutions astucieuses. Et les opportunités ne manquent pas.

Une idée reçue veut que les grands médias

soient inaccessibles aux PME et que le marketing opérationnel soit l'outil le plus approprié pour elles. L'aspect financier n'est pas le seul à entrer en ligne de compte. «*Le marketing direct rassure, à l'inverse de l'affichage qui peut sembler très vaporeux, affirme Frédéric Merlet, cofondateur de l'agence Notoriété. Un commerçant veut maîtriser ses coûts et avoir des retombées immédiates. Avec la publicité, il estime avoir trop de déperdition. Ou alors il faut prévoir du co-poning.*» Frédéric Merlet a créé Notoriété au début de l'année avec Yves de Lanascot, sur la

commerçants. L'agence a par exemple monté une opération de marketing direct et de promotion des ventes liée à un tirage au sort pour l'ouverture d'un magasin de décoration dans le x<sup>e</sup> arrondissement de Paris. Pour un peu plus de 5 000 euros d'investissement et 4 500 envois de mailing, l'établissement a généré du trafic et fidélisé ses premiers clients. Une autre PME, courtier en assurances-vie, a dépensé entre 20 000 et 30 000 euros pour l'exploitation d'un fichier de hauts revenus d'environ 1 000 noms. «*À partir de trois contrats signés, l'investissement est rentabilisé, souligne Frédéric Merlet. Dommage que les loueurs de fichiers commencent leur commercialisation à 5 000 noms. Un fichier de 3 000 noms serait plus adapté à de petits clients.*»

### Maîtriser les situations de crise

Des dirigeants étrangers à l'univers de la communication pourraient penser que ces investissements sont inutiles. L'efficacité est leur maître mot, surtout avec un budget géré au centime près. «*Lorsque nous leur expliquons la méthodologie et les résultats d'une campagne de marketing direct, leur incertitude ne dure jamais longtemps*», assure Frédéric Merlet. Éric de Lambert, président de l'agence Attitude, renchérit: «*Les patrons de PME sont d'abord des industriels. Ils estiment avoir autre chose à faire que de la communication. Ils attendent de la pédagogie de la part de leur agence.*» Attitude est spécialisée en gestion de crise et communication financière. Elle a eu à s'occuper cette

### Deux millions de PME en France

Il n'existe pas de définition unique des petites et moyennes entreprises. Les critères varient selon les textes législatifs ou réglementaires, mais une recommandation de l'Union européenne de 1996 a clarifié la situation. Sont considérées comme PME les entreprises ayant moins de 250 salariés. Au sein de cet ensemble, on distingue les microentreprises (moins de 9 salariés), les petites entreprises (de 10 à 49) et les moyennes entreprises (de 50 à 249). Une catégorie supplémentaire a aussi été créée pour les « très petites entreprises », notamment pour les PME industrielles. En France, on dénombre environ deux millions de PME, représentant 60 % de l'emploi salarié. Outre dans l'éducation, la santé et l'action sociale, c'est dans le BTP et le commerce que la part des PME est la plus forte. En revanche, dans l'industrie et les transports, le poids des grandes entreprises est encore prépondérant. En 2000, les PME françaises ont réalisé un chiffre d'affaires de 1 318,6 milliards d'euros.

A.Db.