



SYCOM : la nouvelle marque du savoir-faire monégasque

Le 27 avril 2016, en présence d'une trentaine d'acteurs économiques, le Syndicat Monégasque des Professionnels de la Communication a officialisé sa marque collective : une garantie 100% Monégasque qui montre l'engagement du syndicat pour valoriser, promouvoir et conforter le savoir-faire national.

Comme l'a rappelé le Président Francesco Caroli : *"Depuis 1989, le SYCOM est un pôle de synergies entre les professionnels du secteur. Il regroupe 35 entreprises monégasques de la communication dont il défend les intérêts"*.

Avec l'apparition des nouvelles technologies et l'expansion des médias, la communication est devenue un élément crucial de notre société. *"La communication est partout. C'est un secteur très varié qui concentre de nombreux talents. Cette diversité se retrouve au sein du SYCOM où 20% des membres exercent une activité dans l'événementiel, 14% dans le conseil, 12% dans la régie publicitaire, 10% dans la presse, radio, télévision, 9% dans l'édition, 6% dans le multimédia et le web, 5% dans la création graphique. D'autres sont spécialisés dans les animations musicales, la formation, le routage, la protection de marques, l'impression grand format ou le packaging"*, a-t-il précisé.



Le Bureau du SYCOM avec de gauche à droite : Roberto TESTA, Conseiller, Sophie BOURDILLON, Vice-présidente, Francesco CAROLI, Président, Eric BATTAGLIA, Trésorier, David WIGNO, Secrétaire Général

Le Président a ensuite recensé les forces et faiblesses du marché de la communication en Principauté. *"Monaco offre un haut niveau de sécurité des personnes et des biens. C'est un pays cosmopolite qui jouit d'une image d'excellence et de prestige. La proximité avec les institutions est aussi un atout majeur. Si nos entreprises bénéficient de cet environnement favorable, elles doivent aussi affronter une concurrence internationale de plus en plus rude, notamment lors des grands événements qui attirent chaque année des millions de visiteurs en Principauté mais auxquels les sociétés monégasques sont de moins en moins associées. De plus en plus d'entreprises étrangères agissent à Monaco, profitent de sa notoriété, et s'affranchissent des formalités administratives qui sont le lot des sociétés monégasques. Au-delà du manque à gagner pour ces dernières, cela génère une perte importante de TVA et de cotisations sociales pour Monaco. Le but n'est pas d'empêcher les sociétés étrangères de venir y travailler mais de garantir un environnement équitable où toutes les entreprises sont soumises aux mêmes règles et devoirs"*.

Pour affirmer les forces et les atouts des sociétés monégasques de communication, le SYCOM a donc créé sa marque collective. Selon Francesco Caroli : *"L'objectif est d'une part de mieux faire connaître la diversité de nos métiers en Principauté. D'autre part, de garantir aux clients et aux annonceurs un savoir-faire 100 % Monégasque sur chaque produit ou prestation, qu'il s'agisse d'un événement, d'une publication, d'un site web ou d'un processus de production (...) réalisés par les membres du SYCOM"*. Pour lui donner toute sa valeur, la marque est régie de manière très stricte par un règlement d'usage qui en détermine les modalités d'attribution, d'utilisation, de contrôle, et les règles déontologiques.

Pour pouvoir utiliser la marque, le SYCOM a donc demandé à ses membres, qui en seront les seuls utilisateurs, de remplir un dossier de demande d'attribution et de s'engager à respecter le règlement d'usage. *"Cette marque collective n'est pas attribuée à la société membre mais au produit ou à la prestation pour laquelle celle-ci a effectué une demande auprès du SYCOM"*, a-t-il signalé. Le dossier complet est analysé par le Bureau du SYCOM qui vérifie s'il correspond aux conditions fixées par le règlement d'usage. Si le produit ou la prestation continue d'y répondre, l'agrément pourra être renouvelé chaque année par le Bureau en Assemblée Générale.

Lors de ce lancement, les premiers membres du SYCOM ayant obtenu l'autorisation d'utiliser la marque (Editions Latino-Américaines, Five Stars Events, Groupe Promocom, Monaco Communication, Princesse de Nuit Production, Riviera Radio) se sont vus remettre officiellement le support. D'autres demandes ont été formulées et sont en attente d'attribution. Cette nouvelle marque, qui se veut l'ambassadrice du savoir-faire monégasque, est reconnue à Monaco, en France et en Italie.

