

Discours soirée anniversaire – 35 ans

8 juin 2017

Monsieur le Directeur de Cabinet représentant la Présidente Nassimah Dindar
Monsieur le Président du Medef
Monsieur Goulamaly
Chers clients,
Chers amis,
Chers collègues

Merci à vous tous.

Merci d'être venus si nombreux pour partager avec nous cet anniversaire.

Créée voici 35 ans, en février 1982 sous le nom de Créations et Perspectives, l'agence a porté le nom de C&P RSCG après avoir rejoint le réseau de Jacques Séguéla en 1985. Nous avons quitté RSCG au moment de son rachat par le groupe Havas en 1991.

Nautilus est aujourd'hui la plus ancienne agence de l'île.

Nous profitons de cette soirée pour vous faire découvrir nos nouveaux locaux, restaurés après avoir repris le rez-de-chaussée et les dépendances de ce beau bâtiment.

Merci donc à tous, clients, partenaires, médias, imprimeurs, photographes...et merci à toute l'équipe Nautilus...sans oublier les anciens collaborateurs dont certains sont également parmi nous.

Ce sont au total 189 collaborateurs uniquement sur la Réunion, et près de 250 personnes sur l'ensemble du réseau Nautilus, qui ont directement pris part à ce qu'est devenue l'agence aujourd'hui.

Mais surtout, un grand merci à vous, chers clients.

Beaucoup d'entre vous nous accompagnent depuis si longtemps.

La fidélité que vous nous témoignez est l'une de nos grandes fiertés.

Elle est la signature de notre engagement à vos côtés et de notre volonté de bâtir des stratégies de marque qui s'inscrivent dans la durée.

Je tiens à exprimer un merci tout particulier à Monsieur Abdéli Ibrahim Goulamaly.

Voici 35 ans que nous accompagnons Mauvilac avec constance et passion. Construisant année après année un territoire de marque cohérent au discours publicitaire toujours réinventé, pour entretenir cette flamme, ce désir que nous devons sans cesse susciter.

Une marque devenue emblématique du savoir-faire de l'industrie réunionnaise, qui avec son propre laboratoire de recherche a su mettre au point des produits spécifiques à nos climats tout en répondant à l'évolution des normes environnementales et européennes toujours plus rigoureuses.

Aujourd'hui, cet anniversaire c'est aussi le vôtre, Monsieur Goulamaly.

Et s'il y a un secret à cette réussite, c'est l'écoute mutuelle que nous entretenons.

Ecouter la passion qui vous anime, pour vos produits, vos marques, vos projets, vos ambitions, votre sens intuitif de la marque et des valeurs que vous voulez transmettre.

C'est pour nous essentiel. Au-delà des briefs marketing et commerciaux, comprendre les ambitions et les émotions qui vous guident et qui font sens. Pour mieux les faire partager.

Sans oublier les autres grands chantiers que nous avons menés ensemble, que ce soit à travers l'ADIR, ou à travers vos nombreux projets dont le plus ambitieux pour nous a été l'ouverture de la Réunion à la téléphonie mobile GSM et le lancement de SFR, avant même la France métropolitaine.

Nautilus était avec vous, en première ligne dans cette formidable aventure.

Aujourd'hui, il paraît tellement banal de téléphoner à quelqu'un sans savoir où il se trouve !

Merci Monsieur Goulamaly.

Et merci Monsieur Guilloux pour ce que nous réalisons pour Mauvilac, chaque jour de l'année.

Merci encore à tous ces grands capitaines d'industrie et chefs d'entreprises avec lesquels nous avons partagé tant d'aventures, durant ces premières années de conquête pour les produits locaux, et les marques réunionnaises.

Les Marques, oui...car cela a toujours été MON engagement: aider au développement des entreprises locales et de leurs produits à travers des MARQUES qui développent des VALEURS fortes, seules capables de séduire le consommateur et de s'inscrire dans la durée face à la puissance des marques nationales ou internationales.

Merci à Raphaël Chane Nam, aujourd'hui retiré, et qui a tant fait pour l'industrie réunionnaise, avec ses marques Miko, Lu, 3 de Cœur, Caprisonne... mais aussi comme président de l'Adir, puis de la Chambre de Commerce et d'Industrie.

Nous avons même dans les années 90, voyagé au départ de Mayotte assis sur les valises dans le compartiment à bagage d'Air Comores pour aller prospecter le marché des Grande Comores pour les biscuits LU...

Il n'a pas pu être parmi nous ce soir et je le regrette.

Merci à John Vayaboury, retiré à l'île Maurice et qui a été un pionnier en matière d'industrie agroalimentaire élaboré. Nous avons créé ensemble pour Salaisons de Bourbon une star de publicité locale : Papy Gourmand, dont beaucoup se souviennent encore.

Merci à Alain Payet, alors chez Salaison de Bourbon, aujourd'hui homme de confiance d'Alain Chatel que je salue également, d'être ici parmi nous.

Merci à Xavier Thieblin, avec qui nous avons lancé entre autre le premier sucre en morceau à La Réunion, ou les sirops Mascarin avec ce slogan dont beaucoup se souviennent avec émotion : « Coupe pas la ligne orange grenadine » « Ok pour le ravitaillement »...

Merci à Paul Martinel...

Yoplait, Lovelac, Diego, Réa, Piton des Neiges, Frimoussé...autant de marques que nous avons lancées ou développées ensemble. Un homme de passion également, qui lors de nos déplacements n'omettait jamais de mettre une petite cuillère dans sa valise, son sac, sa poche...pour pouvoir goûter les produits de la concurrence.

Merci à Maurice Cérisola, passionné entre tous.

Nous avons développé la filière volaille avec les marques Crête d'Or...qui n'a pas en mémoire cette belle déclaration d'amour de miss Crête d'Or « Mi aime zot tout' ».

Mais aussi avec Ti Gayard, Grand Matin.

Ou encore Créolailles marque rachetée par Crête d'Or, que l'agence Nautilus avait créée 10 ans plus tôt pour l'abattoir de La Possession.

Avec Maurice Cérisola, nous avons ensuite entretenu d'étroites relations à travers ses fonctions de Président de l'ADIR, puis de Président de La Réunion Economique, alors que moi-même je présidais l'AACC Outre-mer

Merci à Jacques Mouries directeur de Optique de Bourbon, qui nous a quitté voici une 15 ène d'années, Serge Payet fondateur de la Sofider, président du Colier (aujourd'hui le MEDEF) et avec qui nous avons créé le premier hebdomadaire économique de La Réunion, Jacques Merlin et Marylène Hoarau que nous avons accompagné dans toute la stratégie de communication pour la création du Parc National de la Réunion, Alain Macé, Nathalie Milhac, Jérôme Isautier, Danielle Lenormand, Thierry Demaret, Jérôme Perrin...je ne peux les citer tous, et je m'en excuse, ces industriels et chefs d'entreprises avec qui nous avons construit et continuons chaque jour à développer la communication de marque avec une vision stratégique et créative qui a pour objet d'enraciner la marque dans une dimension « méticulturelle ».

La stratégie « méticulturelle » Une méthodologie et une sensibilité qui sont spécifiques à Nautilus et tellement porteuses de succès dans nos régions d'Outre-mer.

Mais je ne peux clore cette liste bien incomplète sans remercier Gérard Ethève, pionnier de l'aviation commerciale réunionnaise et fondateur d'Air Austral, avec qui nous avons durant 20 ans ouvert la Réunion sur sa région, sur la métropole, sur l'Asie et l'Océanie.

Et un très grand merci à Marie-Joseph Malé pour avoir repris les rênes d'Air Austral à un moment de grandes difficultés et avec qui nous continuons à développer chaque jour et vers de nouvelles destinations, la marque réunionnaise la plus rayonnante à travers le monde.

Une marque qui fait la fierté des réunionnais, bien sûr.

Mais surtout, qui fait rayonner les valeurs réunionnaises du savoir vivre ensemble.

Ce sont des valeurs de marques qu'aucune autre compagnie ne pourra jamais revendiquer et qui transcendent toutes les prises de parole d'Air Austral, car ce sont des valeurs existentielles qui constituent le ciment et l'image de notre compagnie.

Enfin, un remerciement tout spécial à toute l'équipe Nautilus. Celle de La réunion bien sûr... mais aussi de Mayotte, de Maurice, de Martinique et de Guadeloupe, de Guyane, de Nouvelle Calédonie et de Polynésie, qui développent à travers notre réseau Outre-mer les valeurs et la philosophie de l'agence Nautilus

Et j'ai en cette occasion une pensée particulière pour Marie Andrée Vee, qui m'a secondé durant 30 de ces années et qui nous a quitté voici déjà 3 ans.

Ces 35 années d'expérience doivent être pour Nautilus un tremplin pour l'avenir.

Durant ces années, notre engagement a été celui des marques porteuses de sens et de valeurs capables de magnifier les produits qu'elles représentent.

D'associer au combat commercial le combat des idées et des émotions pour s'inscrire dans la durée.

Des marques capables par leur réputation de faciliter l'innovation et l'émergence de nouveaux produits, toujours plus performants, plus proches des consommateurs, plus en phase avec l'évolution des attentes, des comportements, des marchés.

La marque porteuse de sens, c'est l'assurance vie de l'entreprise.

C'est pourquoi notre métier...que je considère bien plus comme une mission, est si beau.

Car nous sommes à la convergence de l'économie, de l'entreprise, de l'innovation, des produits, des idées, des valeurs, des talents et des hommes.

C'est le combat que j'ai également mené durant 7 ans à la Présidence de l'AACC Outre-mer, puis en tant qu'administrateur de l'AACC à Paris.

C'était notamment le sens de la création des Journées de la Publicité à Château Morange, voici 10 et 9 ans, regroupant sur 3 jours annonceurs et agences autour de conférences et de débats sur les métiers et les enjeux de la communication de marque.

Cette manifestation a un peu perdu de son sens et de son attrait aujourd'hui, c'est dommage.

C'est pourquoi j'ai toujours défendu cette approche globale de la communication de marque.

C'est également pourquoi je me suis toujours refusé à développer des filiales spécialisées, comme dans le digital par exemple. Car prendre la communication de marque à travers le prisme de l'innovation technologique est une erreur. L'innovation nous devons la mettre au service de la vision globale de la marque et non la prendre comme une fin en soit.

Sauf à vouloir surfer sur un effet de mode...mais cela n'est plus du conseil pour nos clients, mais du développement commercial pour l'agence.

Alors l'agence se trompe, sort de son rôle, et ne se met plus au service de la marque.

Nous retrouvons aujourd'hui à travers le digital, les mêmes enjeux de marque que voici 35 ans, au moment de l'apparition de la publicité télévisée.

35 ans après, mon discours n'a pas changé. Simplement parce que le rôle fondamental de la marque n'a pas changé.

Même si les moyens à travers le développement du numérique et le rôle des consommateurs devenus eux-mêmes acteurs au sein notamment des réseaux sociaux, a profondément modifié notre manière d'aborder la communication de marque.

Mais cette philosophie ne nous a jamais empêché d'être à la pointe des techniques de communication, bien au contraire.

Je rappelle pour l'anecdote que c'est Nautilus qui a diffusé le 1^{er} film réunionnais sur le premier écran publicitaire ouvert à la TV, en 1984.

Que c'est l'agence Nautilus qui a réalisé le premier film entièrement en images de synthèse, en 1986, pour l'unique Foire Industrielle de La Réunion organisée à Saint Pierre avec Raphaël Chane Nam.

Enfin, c'est Nautilus qui a créé la première société d'études de marché à La Réunion en 1987 : IPM, l'Institut Perspectives Marketing.

Et ça continue !

L'agence Nautilus a pris le virage du numérique en « collant » aux besoins de ses clients.

Le développement de notre réseau Outre-mer nous donne les moyens d'aller beaucoup plus loin dans cet accompagnement.

Nous sommes ainsi la première agence à avoir développé en 2016 des campagnes digitales transversale sur l'Outre-mer, à l'exemple de Blédina pour Blédiclub, ou de Réa en créant la première plateforme solidaire DOM POM : Réaliz.

Les marques ont besoin de sensibilité spécifique aux régions d'Outre-mer.

Elles ont besoin de cette objectivité dans le conseil qui leur est apporté.

Et plus le développement des nouvelles technologies s'amplifie, plus ce conseil objectif et indépendant est essentiel.

Le développement en réseau de Nautilus nous en donne les moyens.

Les années qui viennent vont être passionnantes pour tous.

Je voudrais finir sur quelques remerciements particuliers.

Remerciements pour Nathalie Payen, qui assure la Direction Conseil de l'agence avec talent. Que je vous demande d'applaudir.

Pour Simon Larue, qui assure la direction digitale avec une grande expertise et beaucoup de pédagogie.

Pour Florence Vandermeersch, qui assure la direction de création avec un vrai sens des stratégies de marque.

Pour Emilie Bardil, qui assure la direction de clientèle à Mayotte avec tellement de souplesse face aux exigences particulières de ce marché.

Pour Rémi Vauvarin, qui à Mayotte également, apporte une précieuse sensibilité méticulturelle à ses créations.

Pour Dilshad Subrati, qui anime notre équipe de Maurice avec ce mélange très mauricien de gentillesse et de sens du client.

Pour Sandrine Navière en Martinique qui assure la Direction Conseil de Nautilus Caraïbes avec un engagement total et une grande expérience.

Pour Jean Michel Castet en Guadeloupe, dont l'expertise sur les Caraïbes et sur la Guyane nous est tout particulièrement précieuse. Avec Jean Michel, nous avons créé le premier réseau DOM avec RSCG dans les années 1985.

Pour Jean Jacques Moulia et Carole Chanrion en Nouvelle Calédonie et Virginie Martin à Tahiti.

Sans oublier Isabelle Razaire, qui depuis Paris gère avec toute la rigueur qu'on lui connaît, les grands comptes média et les annonceurs dont les centres de décisions se situent à Paris.

Et un grand merci à Céline Pasquino, qui m'assiste sur la Réunion et la gestion de l'ensemble du réseau avec beaucoup de détermination.

Merci à toutes et à tous, et très bon anniversaire.

