

Discours de Monsieur Abdéli Goulamaly

Soirée anniversaire Nautilus

8 juin 2017

Distingués invités,
Mesdames et Messieurs,
Chers amis,
Cher Alain Graulich,

Merci infiniment, mon cher ami, de me donner la parole.

Nous sommes réunis ici ce soir pour fêter l'anniversaire de Nautilus, une belle agence de communication, la première et la plus ancienne de La Réunion, la première des Outre-mer.

S'il me revient l'honneur de prendre la parole, c'est parce que, ainsi que vous l'avez dit, dans votre discours, cet anniversaire, le 35^e de votre Agence, est aussi un peu le mien. Voilà effectivement 35 ans que nous nous connaissons et que votre agence nous accompagne dans la communication de nos entreprises.

Ce long partenariat a fait évoluer nos relations. Ce ne sont plus seulement celles de prestataire à client ; c'est devenu celles de deux partenaires engagés dans l'aventure du développement économique de La Réunion.

Vous avez retracé cet ancien compagnonnage et, notamment, ma fonction d'ancien président de l'ADIR, l'Association pour le Développement Industriel de La Réunion. Avec des chefs d'entreprise, nous avons voulu effectivement, par l'intermédiaire de cette association, développer un secteur industriel à La Réunion. Rappelons-nous. Jusqu'au début des années 1970, La Réunion n'avait

guère comme industries que celles de la canne et de ses dérivés, ainsi que le Bâtiment et les Travaux Publics. La population augmentait rapidement. Le chômage grandissait. Les jeunes étaient obligés d'émigrer pour trouver du travail. La Réunion importait presque tout ce dont elle avait besoin pour son équipement et sa consommation. Nous avons voulu, mes camarades chefs d'entreprise et moi, développer l'industrie de La Réunion en substituant, chaque fois que c'était possible, une production locale à l'importation. Ce n'était pas facile. Nous n'avions guère de tradition industrielle ; nous produisions cher et en petites quantités ; et le syndrome de la « goyave de France » faisait que la clientèle donnait sa préférence au « produit dehors ». Tout était à faire. Il fallait changer les mentalités ; il fallait mettre l'accent sur le produit pays ; il fallait créer des marques. Nous avons réussi. Un secteur industriel est né. Tout un monde des entreprises, jusqu'ici inconnu, a émergé. La Réunion apparaît aujourd'hui dans le Monde comme un modèle de réussite de la politique d'industrialisation par substitution aux importations.

Ainsi que je l'ai dit, il a fallu créer des marques. Et c'est là que vous avez joué un rôle décisif. Nous autres, industriels, nous savons fonder des entreprises ; nous savons réaliser des produits. Mais sans marques, nos produits existent par leur fonction pratique, technique, matérielle, mais restent muets ! Sans marques, pas d'identité pour les produits ; sans marques, pas de pénétration du marché local ; sans marques, pas de fidélisation de la clientèle. Nous avons pu, grâce à la créativité dont vous avez fait preuve, en créant des marques dont vous avez parlé dans votre discours, faire entrer nos produits dans les habitudes de consommation de la population ; nous avons pu faire en sorte que « productions locales » soient synonymes de qualité ; nous avons pu donner une dimension affective aux « produits pays » auxquels sont attachés les Réunionnais.

Mesdames et Messieurs,

Cher Alain Graulich,

Trop de chefs d'entreprises ne prennent pas suffisamment en compte cette donnée essentielle, l'importance de la marque dans le développement des entreprises. Ainsi que vous l'affirmez sans cesse, c'est la marque qui parle, s'exprime, développe un discours, s'engage, séduit le consommateur.

La marque fait partie intégrante des valeurs immatérielles de l'entreprise et à ce titre en tant qu'industriel, je peux vous assurer qu'il est essentiel de croire en elle, d'investir en elle. C'est une composante de l'identité de l'entreprise. La marque Mauvilac ne serait sans doute pas la même si nous n'avions pas cru en ces valeurs.

Ce 35^e anniversaire est donc celle d'une entreprise, Nautilus. J'ai dit tout à l'heure combien elle avait grandi et avait fini par s'étendre dans l'ensemble des Outre-mer. En nommant ses principaux collaborateurs, responsables de ses Agences ultramarines, Alain Graulich nous a fait voyager à Mayotte, à Maurice, dans l'océan Pacifique, aux Antilles et en Guyane. Il a su agir sur les leviers culturels et psychologiques de chacun des Outre-mer pour enraciner et faire des marques locales des marques de proximité. La société Nautilus elle-même a bien évolué, intégrant les nouvelles techniques, depuis le premier film publicitaire sur la télévision réunionnaise en 1984, jusqu'aux campagnes digitales inter-DOM en passant par le premier film en images de synthèse.

Mais si cet anniversaire est l'occasion d'un bilan, il marque aussi un nouveau départ. Celui-ci s'annonce radieux, symbolisé par ces beaux et nouveaux locaux. Il sera aussi marqué par la nécessité de réinventer les marques pour sortir du lot. Il sera marqué par l'intervention des réseaux sociaux qui rendent difficile la maîtrise de la communication et de l'image d'une marque. Il sera marqué par l'existence du Big Data qui permet une connaissance fine de la

clientèle et qui amène à s'adresser aux consommateurs non plus globalement, mais dans toute leur diversité.

Mais une entreprise comme Nautilus, ce sont aussi des hommes. Il s'agit d'abord des clients que nous sommes et vous en avez évoqué quelques-uns, parmi les plus prestigieux. Il s'agit aussi des collaborateurs qui font marcher l'entreprise, à La Réunion et partout où elle est implantée. Il s'agit enfin de ses dirigeants dont vous-même, Alain Graulich. Vous êtes un passionné qui savez écouter, mesurer, adapter, transmettre nos messages et nos valeurs. Vous vous êtes engagé à nos côtés pour les produits et le développement industriels de La Réunion. Vous avez réussi à faire de Nautilus la première agence de communication des Outre-mer. Vous avez présidé l'Association des Agences Conseil en Communication (AACC) des Outre-mer. Vous avez été nommé au Tecoma Arwards, en 2014, une initiative pour le soutien à l'entrepreneuriat.

Tout cela pour vous dire combien je suis heureux d'être ici parmi vous aujourd'hui. Et pour souligner combien Alain Graulich et son agence ont joué un rôle fondamental dans la prise de conscience du rôle de la marque, dans la valorisation des produits et de notre industrie à La Réunion.

Je vous remercie pour votre attention.