

Jeudi 20 Novembre, 17H25, Centre de conférences

Rédacteurs : Léo TREILLARD et Léa de CARVALHO, Lycée Saint Paul Bourdon Blanc - Orléans

Compte rendu de la conférence de Monsieur Philippe NAUCHE

Monsieur Philippe NAUCHE, actuellement directeur des Affaires publiques au groupe international SOPEXA a animé une conférence basée sur six campagnes de communication réalisées par l'agence.

La première campagne présentée était centrée sur la communication des bienfaits des fruits et légumes, notamment pour les enfants. L'objectif de cette campagne était faire redécouvrir aux enfants les fruits et les légumes de façon créative, ludique et attractive. La solution établie par le groupe Sopexa a été l'utilisation d'une mascotte dans une publicité, au côté d'une petite fille. Cette campagne a eu un résultat très positif, 1 enfant sur 2 a été touché par la publicité au niveau de la population française. De plus, 55 % de la population totale française a visionné le spot et se souvient de la campagne. Le groupe SOPEXA a été très satisfait par le résultat de cette campagne.

La seconde campagne présentée lors de cette conférence avait pour objectif d'inscrire le Calvados dans une tendance vintage afin de repositionner le Calvados comme ingrédient de choix dans la préparation des cocktails. Pour cela, le groupe SOPEXA a organisé des événements professionnels dans des bars à cocktails. Suite à cette action de communication, la vente de Calvados a connu une nette progression. Un concours sur Facebook a été également mis en place et a réuni 1 700 participants.

La troisième campagne publicitaire portait sur une communication réalisée au Canada pour la promotion des vins français de la région du Languedoc-Roussillon. L'objectif principal était de créer le buzz et de faire consommer des vins français aux canadiens. Ce spot était très humoristique et mettait en scène un bar mobile interrogeant des piétons dans les rues. La publicité, très atypique, a fait environ 17 000 vues en 10 jours, puis 1 500 000 vues en 5 mois.

La quatrième campagne de communication avait pour but de recruter des nouveaux consommateurs en élargissant la distribution de la moutarde Maille. SOPEXA a proposé une solution de développement d'échantillonnage dans des réseaux de boucheries en Grèce et en Espagne. La communication a eu de très bons résultats en Espagne notamment avec environ 600 boucheries qui ont participé activement.

La cinquième action de communication a été réalisée au Québec afin de repositionner les vins d'Alsace auprès des consommateurs québécois. Pour cela, la création d'une web-série a été faite et a ensuite diffusée sur le web et sur les vols longs courriers d'Air transat. Le résultat de cette campagne a également été très satisfaisant, avec plus de quatre millions de personnes touchées. Pour terminer la conférence « Best cases », M. NAUCHE a présenté la campagne Food and Wine à l'international qui avait pour objectif principal d'identifier le mix marketing de la marque « Reflets de France » à l'international en utilisant plusieurs méthodes, telles que des Benchmarks produits, des focus groups consommateurs ainsi que des interviews d'experts.

Interview de Monsieur Philippe NAUCHE

Suite à cet exposé, nous avons eu le plaisir d'interviewer Monsieur Philippe NAUCHE, qui a eu la gentillesse de répondre à nos questions, nous permettant, ainsi, de brosser un rapide portrait. Philippe NAUCHE a suivi des études au sein d'une école de commerce d'Amiens. Par la suite, il a effectué plusieurs années dans le milieu professionnel, notamment au Centre de perfectionnement des affaires (CPA).

Philippe NAUCHE a ensuite intégré le groupe international SOPEXA qui se charge de la promotion des produits agroalimentaires français à l'international. Il a occupé plusieurs postes, tels que Directeur des bureaux au Royaume-Uni, Directeur international, Directeur des ressources humaines ou bien encore Directeur marketing.

Depuis 2 ans il occupe le poste de Directeur des affaires publiques.

En tant que Directeur des affaires publiques, Philippe NAUCHE se charge des relations publiques avec le Ministère de l'agriculture, la Commission européenne, les collectivités territoriales et d'autres acteurs majeurs de ce secteur. Il exerce principalement son activité en France et à Bruxelles.

Selon lui, les qualités essentielles d'un bon directeur des affaires publiques sont une bonne connaissance de l'international, de l'agroalimentaire et du marketing ainsi qu'une grande curiosité afin de pouvoir comprendre au mieux les attentes des consommateurs. Monsieur NAUCHE a également affirmé qu'il fallait savoir discuter avec les entreprises pour maîtriser les différents aspects du marché.

En termes de difficultés, Philippe NAUCHE nous a informés qu'il était parfois difficile de faire collaborer les partenaires de divers horizons entre eux.

Monsieur NAUCHE évoque comme point positif, une grande satisfaction dans sa carrière, notamment dans les moments où il avait la possibilité de constater les résultats plus que satisfaisants des campagnes publicitaires élaborées par l'agence.

Ses journées au sein de l'agence SOPEXA, commencent toujours par du mailing, des notes et des réponses aux mails. Mais la suite de la journée n'est jamais la même, il n'y a pas de journée qui se ressemble vraiment au sein de l'agence SOPEXA. Les journées seront souvent animées par des déplacements et des réunions.

L'intervention de Monsieur NAUCHE au forum Agrifood avait pour objectif principal de participer aux débats sur la thématique du made in France. Le groupe SOPEXA a d'ailleurs développé un slogan sur ce thème « Made in France, Made with Love ». Il a d'ailleurs affirmé qu'il trouvait les approches du forum Agrifood sur le sujet, pratiques.

La fin de l'interview a été consacrée à des questions sur la réussite de l'agence. Monsieur NAUCHE nous a rapporté que l'atout majeur de SOPEXA était sa spécialisation dans le domaine agroalimentaire qui est un secteur très porteur aujourd'hui et qui le restera dans l'avenir en vue de l'augmentation de la population mondiale, et donc de la consommation.

Pour conclure cette interview, suite à notre demande, il nous a répondu que toutes les agences du groupe suivaient les mêmes lignes directrices afin de maintenir une homogénéité, ce qui est primordial pour la réussite d'un groupe tel que l'agence SOPEXA.