

## Bernard Fournier télécommuniqué à grande vitesse (La cuisine française à l'honneur en TGV de première classe)

Combien l'auront vu. Plusieurs dizaines ou centaines de milliers de personnes ? Difficile à dire, mais le nombre doit être très important, si l'on s'en tient seulement à celui de voyageurs, français mais aussi étrangers, prenant le TGV en ce mois d'octobre 2011. Mais de quoi et de qui parle-t-on ?

D'une publicité de Bouygues Telecom dans laquelle apparait Bernard Fournier, Pdg du groupe Fournier et de sa marque historique Mobalpa, leader du marché français, référentielle au sein de la filière sectorielle et comptant parmi les plus connues des consommateurs.

De son côté, Bouygues Telecom est un opérateur de télécommunication,

filiale du groupe Bouygues. Il est l'un des trois géants français la téléphonie mobile français avec plus de 11 millions de clients en téléphonie mobile et un chiffre d'affaires en 2010 de 5,6 milliards d'euros pour 9200 collaborateurs.

Certes, comme un million d'entreprises et de professionnels, le groupe Fournier est réellement client de Bouygues Télécom Entreprises. Mais avoir choisi son patron dépasse la simple valeur d'exemple en mettant à l'honneur toute la cuisine française au travers de cette publicité. D'habitude, ce type de communication d'image s'appuie soit des dirigeants de grandes firmes de secteurs

Publicité de Bouygues Telecom Entreprises. Le titre principal est "ILS ONT CHOISI BOUYGUES TELECOM ENTREPRISES". Le sous-titre est "Nos cuisines sont modernes, innovantes et personnalisées. Tout comme notre opérateur." Le portrait de Bernard Fournier, Président Directeur Général de Mobalpa, est au centre. Une petite photo de son badge "Bernard Fournier, Président Directeur Général, MOBALPA" est visible. Le texte principal dit "Être client Bouygues Telecom Entreprises, c'est pouvoir compter sur :". Les avantages listés sont : l'accompagnement (Service Clients dédié), la fiabilité (réseau IP national à très haut débit), et les solutions globales (convergence de services). Le slogan "1 MILLION DE PROFESSIONNELS ET ENTREPRISES NOUS FONT DÉJÀ CONFIANCE." est en gras. Le logo Bouygues Telecom Entreprises est en bas à droite, avec le slogan "EN FAIRE PLUS POUR VOUS".

appréciés pour leur valeur ajoutée (multimédias, automobile, haute-gastronomie, etc.), soit des commerçants ou artisans afin de montrer une proximité avec le tissu économique profond de notre pays. On peut gager que le choix du Pdg d'une marque à la fois populaire et quasi-institutionnelle de la cuisine traduit ces deux avantages. La cuisine se trouve en effet au cœur de deux tendances fortes et prégnantes actuellement dans les médias et les goûts consuméristes, toutes deux motivées par des émissions de TV sur des chaînes culturelles et (France 5) ou très grand public (TF1, M6) : celle de la décoration et celle de la gastronomie. La cuisine intégrée jouit donc d'une cote par le biais de la meilleure congruence de paramètres conjoncturelle de son histoire. Le fait qu'un sondage récent la classe au premier rang des dépenses des ménages pour leur habitat (en comptant ses diverses composantes, y compris électroménager Pem et arts de la table) n'est pas étonnant. Le choix de Bernard Fournier par l'agence de communication d'un grand opérateur de télécommunication, non plus...

✓ Jérôme [Alberola](#)