

Mots clés : communication, linguistique, naming, identité, UMP, Les Républicains, marketing

Avis d'expert

De l'UMP aux Républicains

Quelle symbolique derrière ce changement de nom ?

Jusqu'à présent ce parti de droite n'avait utilisé que des sigles, pratiques très courantes dans l'administration car il donne cette impression de pouvoir dire plusieurs choses en un seul nom.

Mais encore plus que l'acronyme (qui reprend quelques parties de chaque mot pour en faire un nouveau), le sigle est souvent très opaque, et implique peu de "lien affectif", il peine à porter du sens et donc à transmettre des valeurs pour construire un capital sympathie, élément clé pour conduire à l'adhésion.

Ce changement est donc une façon forte de souligner et de mettre en avant les valeurs républicaines mais c'est aussi un ancrage très fort à l'histoire de la droite : retour sur le RPR, qui mobilise l'ensemble des Français et des politiques finalement avec l'inéluctable "Vive la République, Vive la France".

Qui finalement peut être contre le mot "République", qui plus est en France ?

En revanche, changer de nom juste pour changer de nom risque de ne pas être suffisant. Il faut un message fort avec ce changement de nom : pour quoi, pourquoi, vers où ?

Les acteurs n'ont pas changé, il ne faudrait pas que ce soit perçu uniquement comme un coup marketing, nouvel effet d'une politique vide de sens et pleine d'effets publicitaires...

Les Républicains, c'est aussi un écho aux Républicains américains, qui ancre le parti plus à droite et le pluriel laisse entendre à la fois les possibles voix des partisans (plus de démocratie au sein du parti ?) mais l'emploi de pluriels, c'est aussi la diversité, point fort et/ou point faible...

Bref, ce changement de nom ne peut et ne doit pas faire croire à un coup de gomme magique qui effacerait les « ardoises » et les dissensions des derniers mois. Faire du neuf avec du vieux ne suffira pas, mais pourrait insuffler une nouvelle dynamique...

Affaire à suivre.

N'hésitez pas à nous contacter pour plus d'informations :

Contacts presse



Séverine Oger

severine@escalconsulting.com

01 44 94 95 71

Olivia Lebeauvin

olivia@escalconsulting.com

01 44 94 95 72

A propos de Namae Concept

Namae Concept est un éditeur de solutions logicielles intelligentes en *namings* et en identité.

Créée en 2010 par Bénédicte LAURENT, docteur en sciences du langage, la société Namae Concept est la concrétisation de plusieurs années de R&D, avec la mise au point du logiciel *Make My Name*.

Commercialisé depuis mars 2014, *Make My Name* est basé sur un processus cognitif permettant de rassembler en un écran tout ce qui se passe dans le cerveau lors de la création d'un nom de marque ou de produit et de raccourcir le temps entre service juridique et marketing. Le client s'assure en temps réel de la pertinence du nom et de sa disponibilité à l'international. Ce logiciel permet d'objectiver et de rationaliser la création en alliant la linguistique à l'informatique.

Prix et récompenses :

- juin 2013 : Prix de l'innovation Marketing - Connec'Sud, Challenge Marketing
- Mai 2012 : Espoir Talents Féminins – Objectif LR – La Tribune
- Fév. 2012 : parmi les « meilleurs entrepreneurs de l'année », Masters 2012 de la Création d'entreprise Paris
- Juin 2011 : Lauréate Concours Talents de la Création d'entreprise – « Innovation Technologique et Technique » LR
- 2010 : Coup de cœur 8ème prix TPE Montpellier
- Avril 2010 : Lauréate Oséo Emergence

Make-My-Name c'est :

- Plus de 2000 *users*
- Plus de **30 langues** disponibles
- **3 000 000** de mots et d'expressions
- **13 000** prénoms du monde entier & de toutes cultures religieuses
- Près de **700** noms de divinités
- **Des centaines** d'expressions familières, vulgaires, etc.
- Tests disponibilité noms de domaines, réseaux sociaux

Pour en savoir plus rendez-vous sur : www.namaeconcept.com