



AVEC SÉGOLÈNE® LA FEMME MARQUE,

*François Belley décode la naissance
d'une « marque » politique et propose
un regard radicalement neuf sur Ségolène Royal.*

Paris, le 6 novembre 2008

François Belley signe un premier essai, préfacé par Jacques Séguéla, dans lequel il analyse le façonnement, à l'instar des produits de grande consommation, d'une figure publique de premier plan. Convaincu que l'homme politique est devenu une marque comme les autres, il met en évidence le recours aux méthodes du marketing et de la communication qui a permis à Ségolène Royal de s'inscrire durablement dans le paysage politique français.

On pensait que tout avait été relaté sur l'ex-candidate à l'élection présidentielle et actuelle postulante au fauteuil de premier secrétaire du Parti socialiste. Pourtant, François Belley, formé à l'école de la communication et de la pub, offre un regard particulièrement original sur les coulisses de l'ascension de la présidente du Poitou-Charentes.

Ségolène® la femme marque apporte en effet un éclairage nouveau sur une stratégie politique inspirée des techniques publicitaires et ayant abouti à la création d'une véritable « griffe politique ». Pour l'auteur, Ségolène Royal « constitue (...) sur le marché politique, un véritable cas d'école tant elle a su gérer son image avec professionnalisme, sens du stratège et avant-gardisme, jusqu'à faire aujourd'hui de son seul prénom une marque forte. »

François Belley revient ainsi sur la naissance de la « marque » Ségolène, de l'appropriation de son territoire de marque - la proximité, l'écoute, l'affectif - et la construction de son identité - la figure maternelle - à son accession au peloton de tête des « marques politiques » préférées des Français. Il souligne notamment la parfaite adéquation entre l'offre politique développée par Ségolène Royal et les « tendances du marché », évoquant ce qu'il appelle « le temps des femmes » ou « l'ère du participationnisme ». Il livre également des clés sur l'avenir de celle qu'il va jusqu'à désigner comme un « produit de grande consommation », s'interrogeant sur les moyens à sa disposition pour dépasser l'échec de 2007.

De la lecture de cet ouvrage à la fois documenté et didactique, on retiendra, au lendemain du « one woman show » de Ségolène Royal au Zénith et à la veille du Congrès de Reims, que « l'homme politique moderne, tels Royal, Sarkozy ou encore Besancenot, s'est, en effet, inscrit dans une logique décomplexée de marketing total dont l'objectif assumé vise à ancrer son « nom » dans l'inconscient collectif ».

A PROPOS DE L'AUTEUR



Diplômé d'un Master en marketing et communication de l'école de commerce ESG Paris, François Belley découvre le conseil en communication chez **Burson Marsteller** où il intervient comme consultant sur des problématiques *corporate*, au service de clients tels qu'Heineken ou Kraft Foods. Fort d'une seconde expérience en communication chez **Euro RSCG**, il rejoint par la suite le monde de la publicité en intégrant **Ogilvy & Mather** en tant que commercial. Il y accompagne des marques comme Ford, Synthol, Caisse d'Epargne ou encore J&B.

Passionné de communication politique, il a suivi avec intérêt le parcours de plusieurs figures publiques. De cette observation minutieuse des mœurs politiques, il tire aujourd'hui la conviction que nos élus sont devenus des marques à part entière. Et c'est ainsi qu'il publie à 28 ans son premier ouvrage, *Ségolène*® la femme marque, un essai préfacé par Jacques Séguéla.

COMMENT SE PROCURER **SÉGOLÈNE**® LA FEMME MARQUE ?

Ségolène® la femme marque est également un portail participatif, selon les vœux de l'auteur qui souhaite pouvoir échanger avec ses lecteurs et poursuivre en ligne sa réflexion sur l'utilisation de stratégies de marque en politique. L'ouvrage, publié aux *Éditions Peau de Com*, est ainsi disponible à la vente sur www.lafemmemarque.com, au prix de **18 €**.

François Belley sera présent à Reims **le samedi 15 novembre**, à l'occasion du Congrès du Parti socialiste. Il participera notamment à une séance de dédicace à 16h, à la Librairie Guerlin Privat (70-82, Place Drouet d'Erlon - 51100 Reims - Tel : 03 26 88 40 30 - Email : reims@privat.fr)

CONTACT PRESSE

Clémence Choutet - Fleishman-Hillard
Téléphone : 01 47 42 48 12
Email : clemence.choutet@fleishmaneuropa.com