

**RÔLE DES FRANÇAIS DE L'ÉTRANGER POUR
FAIRE RAYONNER LA 'MARQUE FRANCE',
LES MARQUES DE FRANCE**

2014-02-19

Eliau CARSENAT, NamSor.com

À propos de NamSor

2

Un logiciel innovant qui reconnaît
les noms propres du monde entier, partout,
dans tous les alphabets/langues/régions/sources de données,
dans le 'Big Data'.

2012

- Russia/CIS(Cyrillic)
- Europe (Latin)

2013

- **World (Latin alpha.)**
- China (Kanji)

2014

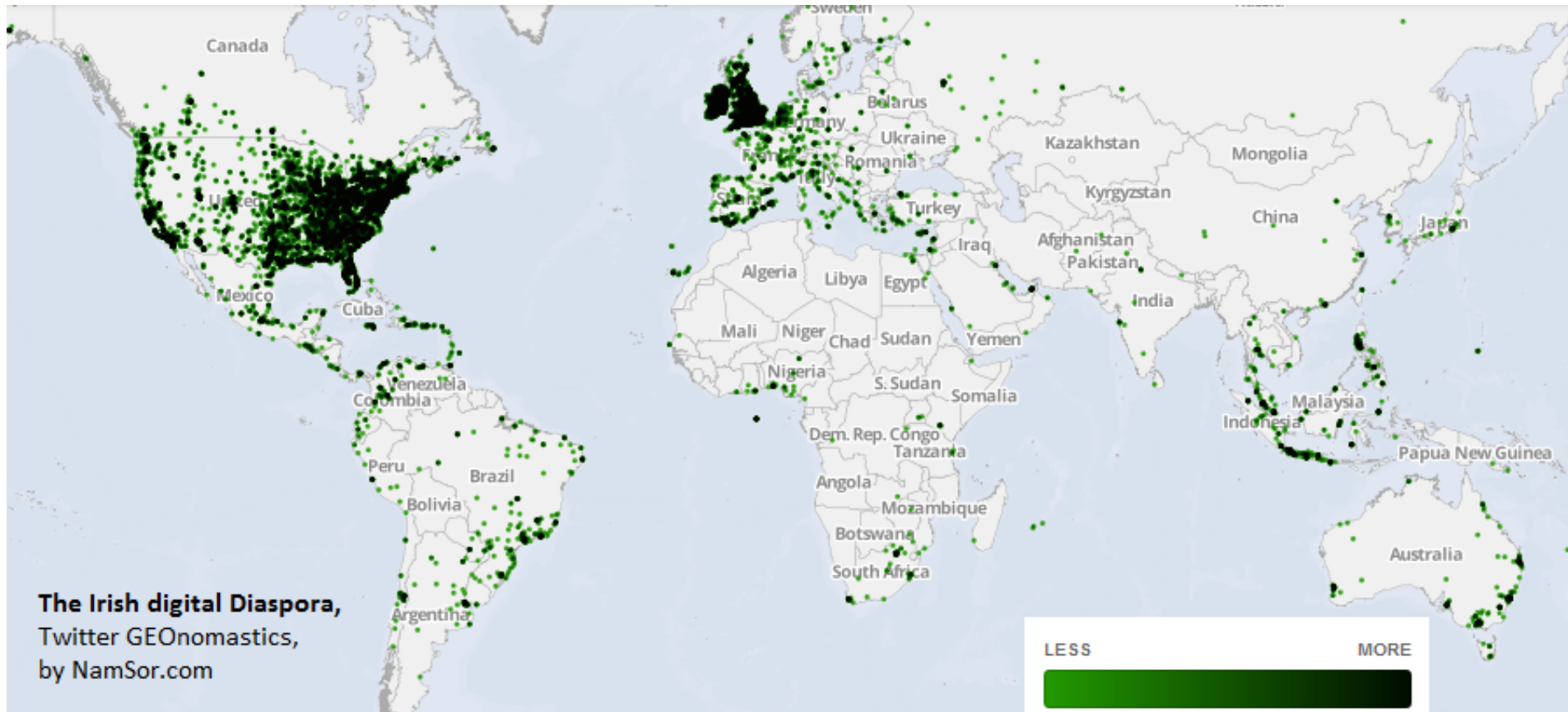
- Arab World (Arabic)
- Other

	Name
More Chinese	王和民
	王思齐
	王家林
	王家瑞
	王家贤
	王国强
	王胜俊
	王冠中
	王冠中
	王志强
	(...)
More Japanese	堀節子
	上静子
	上勝也
	中周子
	杉一郎
	谷和男
	長大作
	堀和世
堀和生	
朴栄子	
長和重	

□ L'onomastique = la science des noms propres

Exemple: les noms irlandais sur Twitter

3

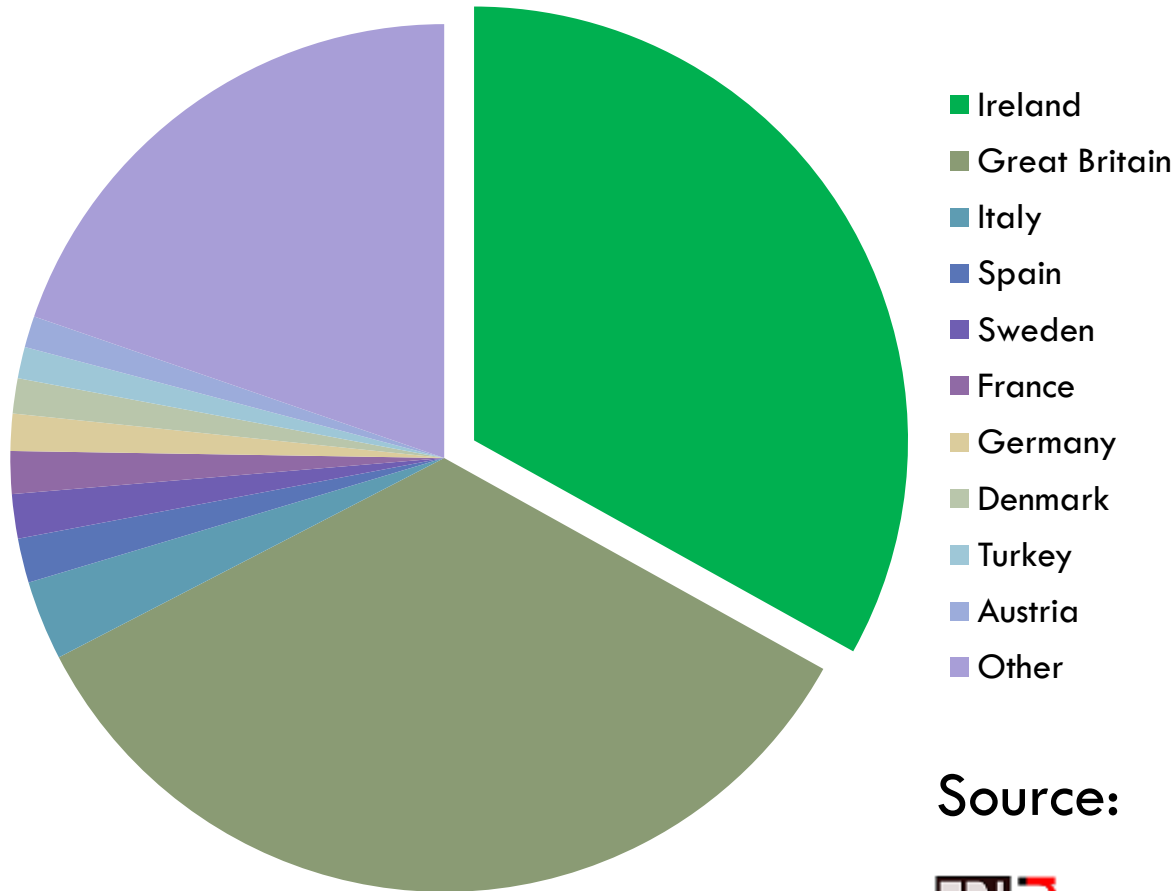


- Les irlandais utilisent les leviers de leur Diaspora (US,UK,Asia) pour attirer des **Investissements Directs Etrangers (FDI)**
- L'architecte de cette stratégie, Kingsley Aikins, irlandais et francophile

Sur Twitter, les premiers ambassadeurs du 'Invest In Ireland' sont les irlandais eux-mêmes

4

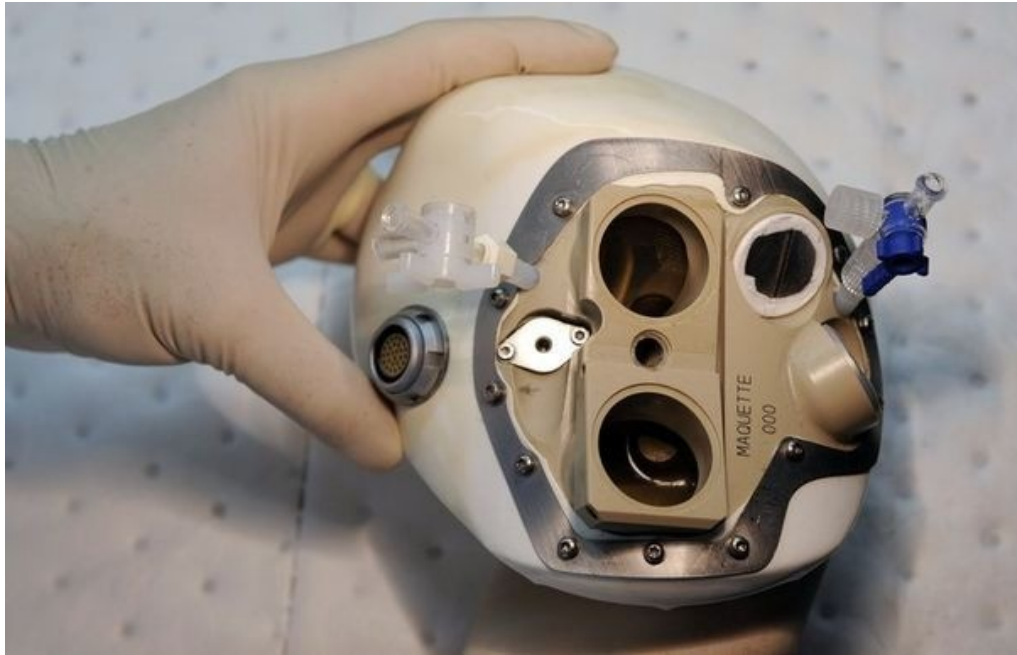
@IDAireland : 21k followers
(audience by origin / culture recognized by NamSor)



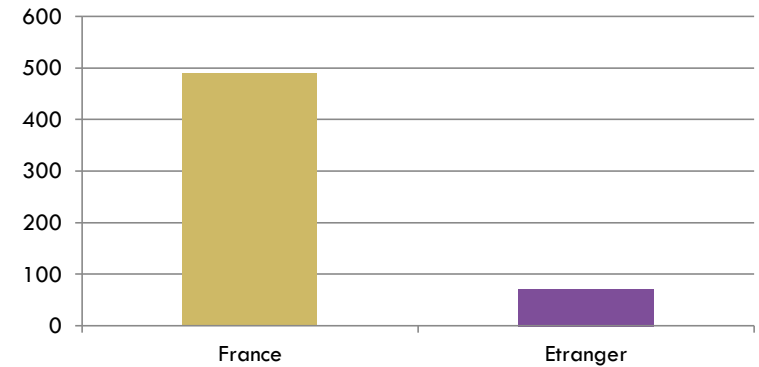
Source:

CARMAT: un cocorico sous une cloche digitale?

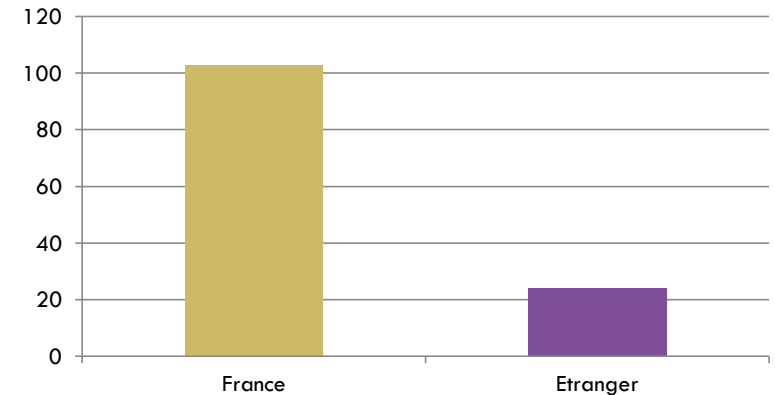
5



**Annonce CARMAT du 23/12 :
articles de presse au 06/01/2014
(source: factiva)**

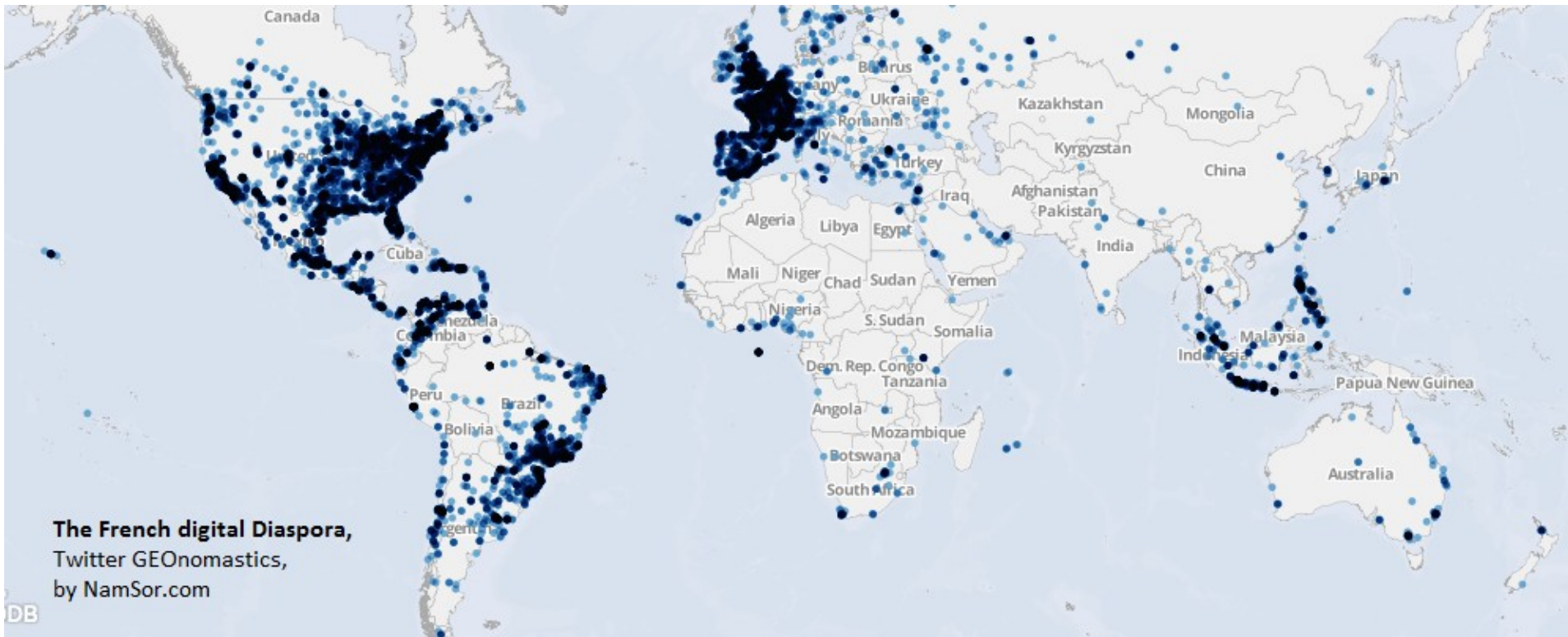


**Annonce CARMAT du 23/12 :
recherches google au 06/01/2014
(source: google trends)**



Les Français de l'étranger 'connectés', Que font-ils? Comment bénéficier de ce capital ?

6



- ❑ Flux migratoires en Europe: Londres, 4^e ou 6^e ville de France ?
- ❑ **Londres 2^e ville française connectée devant Lyon**
 - ▣ Et aussi: Silicon Valley, Israël, Suisse, Singapour, Dubaï...

Faire rayonner la 'Marque France'

7



MARQUE
FRANCE

ACTE I
LA CONSULTATION

Proposition n°4 : mobiliser toutes les énergies disponibles

'les Français de l'étranger jouent un rôle essentiel d'ambassadeurs individuels de la Marque France.'

- Qu'est-ce qu'être Français?
 - ▣ Sémantique des noms/prénoms/pseudo/graphes sociaux : origine, identité, langue, affinité, influence culturelle, réseau
- Où sont, qui sont les 'Français de l'étranger'?

'Marque France' ou Marques de France? (1)

8

- Mais qu'est-ce qui définit l'entreprise française?
 - Marque? Berceau? Produit? Capitaux? Fondateurs? Employés? Réseau?

- Marques Commerciales
 - 1999, ouverture d'une boulangerie **Poilâne** à Londres
 - 2010, ouverture d'une boulangerie **Paul** à Dubai
 - **Galeries Lafayette** à Pékin
 - **GUERLAIN**, Cour des Senteurs à Versailles

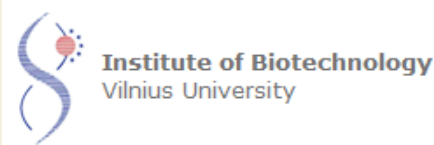
- Lire: *Diaspora Marketing*, Pr. Nirmalya Kumar, Harvard Business Review

'Marque France' ou Marques de France? (2)

9

- Villes et Régions de France
 - ▣ Attachement à une région et affinités de personnes

Ex.: animer les relation entre le cluster BioTech de Bretagne, les chercheurs bretons aux US?



Professor Daumantas Matulis, Head of Department of Biothermodynamics and Drug Design at the Institute of Biotechnology (Vilnius University) said *'NamSor did a pilot project for us and helped us better understand the depth and breadth of Lithuanian talent deployed internationally, in the field of BioTech and Medical Research.'*

- ▣ Initiative 'Home Sweet Home' de *InvestInProvence*, « La Provence, retour vers votre avenir »

Conclusions

10

- Départ des jeunes : hémorragie ou essaimage?
- les Français de l'étranger : un capital sous exploité
- encore faut-il les mobiliser : trouver la motivation pour **agir**, au niveau **national** et **régional**, engager l'évolution vers le **digital**
- NamSor est une innovation MadeInFrance, applicable pour
 - qualifier et activer une 'Diaspora'
 - reconnaître des affinités culturelles et promouvoir une marque territoriale ou commerciale
 - attirer des Investissements Directs, voir @FDIMagnet
 - retenir/attirer les Talents,
 - exporter

Merci !

11



- elian.carsenat@namsor.com
- +33 6 52 77 99 07
- Twitter @ElianCarsenat

□ <http://namsor.com/>

□ <http://fdimagnet.com/>

