

LE MAGAZINE DES SCIENCES PO

émile

dossier

L'HEURE MACRON,
QUE RESTE-T-IL
DE LA GÉNÉRATION 68 ?

Portrait

Fiction

Quizz de l'été

Actualités

Nominations



HISTOIRES DE FAMILLE(S)

Léa et Ghassan
SALAMÉ

Frédéric et Jean-Michel
BEIGBEDER

Nicolas et Philippine
BEYTOUT



COMMUNIQUER SUR LA HAUTE VALEUR AJOUTÉE DES MÉTIERS DE LA CONNAISSANCE

Imprégnés de culture franco-allemande, **Axel de Chavagnac (promo 92)** et **Pascal Jentsch (promo 98)** ont créé PPOOL, une agence de communication européenne, intégrant les meilleures expertises du conseil. Ils offrent ainsi de la stratégie et de la mise en œuvre à leurs clients opérant dans les « knowledge sectors ».

Quelle est la genèse de PPOOL ?

AdC. Pascal étant franco-allemand et mon épouse allemande, PPOOL est né d'une entente immédiate sur le rôle de l'amitié franco-allemande en Europe qui recèle mille opportunités pour aborder la communication des entreprises et institutions à l'échelle du continent. Passionnés par les domaines de la connaissance et persuadés que le contenu prime auprès des médias surtout digitaux, nous avons vu ses effets de levier sur la notoriété des organisations produisant de la haute valeur ajoutée intellectuelle... mais ceci à la condition



“L'Europe est notre terrain de jeu”

AXEL DE CHAVAGNAC ET PASCAL JENTSCHE

de maîtriser l'art du storytelling ! Mon expertise en communication d'influence complète l'expérience de Pascal dans la communication et le marketing des groupes industriels à l'échelle européenne. Nous réconcilions la vision pérenne de la communication des grands groupes et la créativité réactive des agences sur des thématiques d'éducation, de recherche et d'innovation, d'ingénierie et de consulting à haute expertise.

En quoi consiste votre offre de service ? Et à qui s'adresse-t-elle ?

PJ. Nous développons le fond autant que la forme en aidant nos clients à s'organiser comme de vrais médias : production de contenus avec argumentaires et démonstrations vers leurs publics cibles, construits dans la durée et porteur d'un fort niveau d'expertise. Nous intégrons ensuite toute la chaîne de valeur de la communication, notamment sa logistique particulière pour les publics externes, mais aussi internes des entreprises, en B2B comme en B2C. J'ai un engagement particulier pour le secteur de l'enseignement supérieur, universités et établissements

privés. Ce sont les acteurs d'un marché international émergent voulant attirer les meilleurs étudiants et chercheurs. Maîtrisant les biais culturels, nous offrons à tous des prestations paneuropéennes avec des prises de parole adaptées.

Comment s'articulent les dimensions européenne et internationale de votre offre ?

AdC. Notre socle est franco-allemand, mais l'Europe est notre « terrain de jeu ». Avec notre équipe multiculturelle basée à Paris et à Berlin, nous nous appuyons sur un réseau d'experts à travers toute l'Europe. Nous sommes ainsi capables bien sûr d'offrir des prestations bien calibrées pour des résultats mesurables comme les attendent les grands cabinets de conseil en stratégie et en organisation, les cabinets d'ingénierie ou des fonds d'investissement par exemple ; mais aussi nous pouvons écrire des points de vue à paraître dans les grands quotidiens.

Qu'est-ce qui fait votre spécificité sur le marché ?

PJ. Aux côtés des directions générales,

comités exécutifs ou directions de la communication et les présidents dans une démarche de conseil, nous les aidons à concevoir la meilleure stratégie de communication. À l'heure des réseaux sociaux, la réputation doit être à l'agenda de tous les comités exécutifs. Notre offre est complémentaire des services de communication de nos clients pour apporter un regard neuf extérieur et agir comme une extension paneuropéenne de leur équipe de relations presse, par exemple. Dans l'enseignement supérieur, nous intervenons davantage en délégation de services de communication, allant du conseil pur à la prise en charge de certains dossiers pour une montée en compétences. Il nous arrive, par exemple, d'auditer une équipe pour apporter un éclairage sur le dispositif existant face aux défis à venir.

Avec quatre associés de profils complémentaires (annonceur, agence, rédaction et cabinet de conseil) et un réseau d'experts de pointe, nous sommes en mesure de constituer des équipes projet ad hoc pour relever tous les défis de communication de nos clients.