

AutocreA News

T O U T E L ' A C T U A L I T É D U R É S E A U



PARIS : L'ÉMERGENCE D'UNE ENVERGURE NATIONALE.

“Paris n’a pas été bâti en un jour, et tout vient à temps à qui sait attendre”

PARIS \ FORT DE SON SUCCÈS DEPUIS PLUS DE 10 ANS, LE SET DE TABLE PUBLICITAIRE AUTOCREA PRÉSENTE SA PREMIÈRE ÉDITION À PARIS. AUJOURD'HUI DIFFUSÉ DANS PLUS DE 25 VILLES EN FRANCE, UNE IMPLANTATION CIBLÉE SUR LA RÉGION PARISIENNE ÉTAIT À LA FOIS INÉVITABLE ET INDISPENSABLE.

Véritable cœur du marché européen enregistrant près de 800 000 entreprises, 500 millions de consommateurs et plus de 28 millions de visiteurs, Paris et son agglomération offrent une forte attractivité et un véritable potentiel de développement aux entreprises. Les plus grands noms du CAC 40 y ont d'ailleurs établi leur siège social. On retrouve en effet L'Oréal, La Fnac, Sanofi, Allianz, Groupama, Société Générale..., signe de crédibilité et de prospérité.

Henry Cavelan, fondateur du réseau AutocreA, est conscient des avantages que procure une présence accrue dans cette région exponentielle. Il vise grâce à une implantation maîtrisée, de futures collaborations avec de grandes enseignes nationales. Assisté de la responsable du développement Olivia

Ortiz, le créateur de ce concept basé sur le « wait marketing » (publicité dans les lieux d'attente) a dessiné un maillage parfaitement élaboré qui distingue 4 éditions parisiennes : Ouest - Est - Centre - Sud,

POUR LA PREMIÈRE ÉDITION ACTUELLEMENT EN PLACE, 250 000 EXEMPLAIRES DE SETS DE TABLE SONT DIFFUSÉS AUPRÈS DE 130 RESTAURANTS DE L'OUEST DE LA CAPITALE

classant les 20 arrondissements ainsi que 22 villes limitrophes (de Saint-Ouen à Asnières-sur-Seine en passant entre autres par Bagnole, Vincennes, Issy-les-Moulineaux et Neuilly-sur-Seine).

L'objectif dans un premier temps fut de tisser un réseau de brasseries et restaurants partenaires acceptant de dresser quotidiennement les sets

de table AutocreA. Chose faite puisque pour la première édition actuellement en place, 250 000 exemplaires de sets de table sont diffusés auprès de 130 restaurants de l'ouest de la capitale. Les professionnels séduits par le concept pourront par conséquent être vues et lues par une partie des 6 millions d'actifs répartis sur la région d'Ile-de-France.

Une belle opportunité de communication pour vanter leurs offres de Noël, annoncer des exclusivités propices à cette période de fête ou bien accroître leur notoriété sur une zone territoriale riche et prospère.

Un démarrage encourageant et un avenir prometteur se profilent pour le set de table AutocreA à travers la ville lumière.

NANCY / STRASBOURG \\ ETIENNE DUGNY

ETIENNE DUGNY EST L'UN DES PREMIERS FRANCHISÉS À AVOIR REJOINT LE RÉSEAU AUTOCREA EN 2011. D'ORIGINE ALSACIENNE ET MAÎTRISANT LE POTENTIEL ÉCONOMIQUE LOCAL, C'EST À STRASBOURG QU'IL DÉCIDE DE DÉMARRER LE DÉVELOPPEMENT DU SET DE TABLE. EN QUELQUES MOIS LA COMMERCIALISATION DU CONCEPT S'EST RÉVÉLÉE POSITIVE, ETIENNE DUGNY ENTREPREND DONC D'ÉTENDRE SA ZONE D'EXPLOITATION SUR LA VILLE DE NANCY ET SON AGGLOMÉRATION.

Aujourd'hui le franchisé strasbourgeois est parvenu à imposer les sets de table Autocrea dans les régions d'Alsace et de Lorraine grâce à la collaboration d'annonceurs fidèles et à la diffusion chaque mois de 140 000 exemplaires distribués dans pas moins de 90 restaurants partenaires.

LE CHOIX DE MON AFFILIATION À UNE ENSEIGNE FRANCHISÉE A FACILITÉ LE DÉMARRAGE DE MON ACTIVITÉ

Malgré un contexte économique difficile, le statut d'entrepreneur le satisfait pleinement : « L'avantage principal est bien entendu l'indépendance, pouvoir

gérer son emploi du temps, son entreprise et ses priorités », nous avoue le franchisé, « le choix de mon affiliation à une enseigne franchisée a facilité le démarrage de mon activité et qui plus est m'a permis de minimiser les risques grâce à l'appui d'un savoir-faire solide ». Parallèlement et outre la formation et l'assistance, le franchiseur met à disposition de son réseau des outils commerciaux et informatiques ayant pour but de générer un soutien dans le développement du concept.

Etienne précise d'ailleurs à ce sujet que l'Autocrebox 2.0 (site intranet) lui apporte une aide significative au quotidien.



Vu la conjoncture actuelle l'ouverture d'une troisième ville n'est pas à l'ordre du jour dans le nord-est et malgré la collaboration fidèle et régulière d'enseignes du milieu de l'automobile, du bien-être, des loisirs...ce franchisé alsacien ajoute que sa priorité est de maintenir la récurrence de ses deux éditions courantes.



AUTOCREA DÉCIDE EN MARS 2010, LORS DU SALON FRANCHISE EXPO DE PARIS, DE PRÉSENTER SON CONCEPT DU SET DE TABLE PUBLICITAIRE AUX CANDIDATS À LA FRANCHISE. C'EST À CETTE OCCASION QUE CYNTHIA DEBATTY FIT LA RENCONTRE DU FRANCHISEUR HENRY CAVELAN.

Autocrea ? Cynthia nous dit avoir ressenti

UNE LIBERTÉ DE DÉCISION ET DE GESTION COMPLÈTE DES COÛTS

« une sympathie spontanée pour le support et un très bon contact avec le franchiseur ». L'édition diffusée dans les brasseries d'Aix-en-Provence et son agglomération est aujourd'hui parfaitement maîtrisée. Grâce à la collaboration de clients convaincus par la pertinence du concept et à la signature de contrats à l'année, comme Fiat Pro,

Cynthia estime avoir remporté le pari d'imposer le set de table publicitaire dans sa région. Côté assistance du réseau, la franchisée aimerait recevoir de plus amples visites de l'animateur afin de renforcer d'avantage le savoir-faire Autocrea inculqué lors de la formation initial. L'assistance c'est aussi et surtout la mise en place d'outils informatiques et commerciaux judicieux afin de favoriser l'échange et la cohésion de groupe. L'Autocrebox a ainsi été conçu puis amélioré sous une version 2.0 courant 2012. Il se révèle être absolument indispensable dans les démarches quotidiennes des

franchisé : forum de discussion, élaboration de devis et de factures simplifiée, book-set, listing de restauration, historique...un outil informatique précieux, adapté et complètement optimisé. Reste à chaque franchisé de rentrer ses propres prospects, clients, restaurants partenaires, planning de diffusion afin d'aboutir à un phénomène de synergie. Dans l'état actuel des choses Cynthia Debatty conserve et renforce son édition d'Aix-en-Provence et ne dispose pas suffisamment de visibilité pour une éventuelle extension territoriale.

LES ANNONCEURS PARLENT DE NOUS

SPORTY HONDA D3 NORMANDIE CHEVROLET Gwénael MIEVRE

LE HAVRE/ROUEN \\
GWÉNAEL MIEVRE EST DIRECTEUR DE 3 CONCESSIONS HONDA ET CHEVROLET EN SEINE-MARITIME.

Il faut savoir qu'Honda est un constructeur d'automobiles, de camions, de motos, de scooters mais aussi d'avions d'affaires. L'entreprise Honda Motor Company fut créée en 1948 mais ce n'est qu'à partir des années 60 que la marque se lance dans la production automobile. Quant à Chevrolet, devenue une division de la compagnie américaine General Motors en 1918, elle se positionne en quatrième position parmi les plus grandes marques automobiles, avec 4,95 millions de véhicules vendus à travers le monde en 2012.

Sporty Honda a été fondée en 1982 à Rouen et en 1984 au Havre. Gwénael MIEVRE prit la direction de ces 2

concessions respectivement en 2007 et 2003. Etant issu d'une famille de professionnels de l'automobile et de la moto, il a semblé naturel à ce jeune dirigeant de se lancer dans ce même milieu. Aujourd'hui le plan média

LA PUBLICITÉ EST IMPOSÉE SUR LE TEMPS D'UN REPAS ET TOUCHE UNE CLIENTÈLE PREMIUM DANS LES BRASSERIES

des concessions Sporty Honda et D3 Normandie se concentre sur le rapport presse / radio ainsi que sur des parutions régulières sur le set de table Autocrea. « La publicité est imposée le temps d'un repas et touche une clientèle Premium dans les brasseries », témoigne Gwénael MIEVRE, « le concept est innovant, qualitatif et des enseignes haut de gamme y affichent leurs actualités



» témoigne Gwénael MIEVRE. Le support est à la fois ludique et pertinent qui séduit bon nombre de marques automobiles sur l'ensemble du territoire.



ELGEA

Sophie MARION

RÉGION PACA \ ENTREPRISE EXPERTE ET PROFESSIONNELLE, NÉE DE PLUS DE 20 ANS D'EXPERIENCE DE LA CONSTRUCTION ET DE LA PROMOTION IMMOBILIERE. DEPUIS 2012 LE GROUPE A OUVERT UNE ANTENNE DANS LA REGION MEDITERRANÉENNE QUI COMPTE DÉSORMAIS UNE CENTAINE DE LOGEMENTS À SON ACTIF.

Sophie Marion est à la direction des programmes depuis un an et demi et a décidé d'inclure le set de table publicitaire Autocrea dans son plan de communication. En annexe d'internet, des 4/3, cette jeune femme considère le concept comme étant un complément intéressant. « Il est vrai que lorsque nous attendons notre repas dans un restaurant les informations figurant sur le set de table nous semblent distrayantes, de plus les établissements dans lesquels sont disposés les sets attirent des personnes actives et des commerçants qui relaient ensuite ces mêmes informations auprès de leurs proches et clients ». Actuellement le programme de villas et d'appartements situés à Garéoult (83)

UN BON MOYEN DE MARTELER L'INFORMATION ET « DE RENFORCER LA NOTORIÉTÉ D'ELGEA QUI EST ENCORE JEUNE DANS LA RÉGION »

est présent sur les sets de Marseille, Aubagne et Aix-en-Provence diffusés à 215 000 exemplaires dans pas moins de 115 restaurants. Un bon moyen de marteler l'information et « de renforcer la notoriété d'ELGEA qui est encore jeune dans la région », nous confie Sophie Marion. Cette dernière nous décrit le support Autocrea comme étant « dynamique, concis et compréhensible », grâce à la disposition des encarts aérée. « Nous envoyons généralement nos visuels aboutis mais si nécessaire le service de création Autocrea rectifie tout en respectant nos exigences ». Dans les prochains mois plusieurs programmes sont planifiés : logements sociaux, investissements locatifs et primo-accédants dans le Var principalement.



Alexandre Carré, directeur des programmes depuis juillet 2012 s'évertue à étendre la notoriété de l'enseigne et à faire connaître ses projets de construction auprès de la population régionale. C'est par l'intermédiaire d'une connaissance qu'Alexandre Carré découvrit l'existence du set de table publicitaire Autocrea. Rapidement conquis par le concept, il apprécie, dit-il, « pouvoir communiquer sur de nouveaux lance-

ALTITUDE LOTISSEMENT



Alexandre CARRÉ

ROUEN \ PROMOTEUR IMMOBILIER EN HAUTE-NORMANDIE, EST SPÉCIALISÉ DANS LA CONSTRUCTION DE LOTISSEMENTS À DESTINATION DES PARTICULIERS.

ments commerciaux qui chaque mois sont diffusés sur le set de table auprès des brasseries partenaires situées à proximité des bassins d'emplois. Nous pouvons ainsi toucher une clientèle de primo-accédants dans un périmètre de

TOUCHER UNE CLIENTÈLE DE PRIMO-ACCÉDANTS

20 km », nous précise ce responsable. Ayant régulièrement l'occasion de déjeuner sur sa publicité, le directeur régional, a pu noter l'attractivité du contenu du set de table sur la clientèle. D'ailleurs, régulièrement, Alexandre Carré nous confie

recevoir des commentaires de la part de ses confrères qui eux aussi prennent leur repas sur le support Autocrea.

Altitude Lotissement ne souhaite consacrer qu'un temps minime à la constitution de son plan de communication, raison pour laquelle l'équipe a jugé bon de se concentrer sur le set de table publicitaire Autocrea désigné comme étant « qualitatif, ludique et de proximité ». Bientôt les normands pourront d'ailleurs découvrir le nouveau programmes Altitude Lotissement : Les Jardins d'Amélie à Huest dans l'agglomération d'Evreux.

INFORM' BY VERT MARINE

Julie BURON



DIEPPE \ VERT MARINE GÈRE EN FRANCE LES ÉQUIPEMENTS À VOCATION SPORTIVE, TOURISTIQUE ET CULTURELLE À LA DEMANDE DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES. L'OBJECTIF ÉTANT DE FAVORISER L'ACCÈS À TOUS, À DES ACTIVITÉS SPORTIVES, AUX LOISIRS ET À LA CULTURE. AUJOURD'HUI VERT MARINE COMPTE 82 SITES RÉPARTIS SUR TOUTE LA FRANCE. LE SERVICE COMMUNICATION BASÉ À MONT SAINT AIGNAN GÈRE L'IMAGE ET LA NOTORIÉTÉ DE VERT MARINE.

Inform'by Vert Marine est un centre sportif situé à Dieppe et exclusivement dédié aux activités de remise en forme : aquagym, bébés nageurs, cours de natation ainsi que de nombreux cours de fitness. Julie Buron est directrice du site depuis un an.

Le set de table Autocrea répond intégra-

UN BON COMPLÈMENT AUX MAILINGS, FLYERS, ET RÉSEAUX SOCIAUX

lement aux attentes du centre de Dieppe,

en effet Julie Buron précise que « le support étant proposé dans les brasseries fréquentées par les actifs, l'impact ne peut être que positif ». Déjeunant elle-même dans les restaurants partenaires Autocrea, elle a pu remarquer l'intérêt des clients pour les publicités et les jeux affichés. « Concept ludique et aéré, il faut néanmoins insister sur la qualité du visuel afin d'attirer l'œil et susciter l'intérêt du lecteur », ajoute-t-elle. Le service création Autocrea gère parfaitement ce procédé, tout en respectant les priorités du client.

Les périodes de communication les plus denses sont principalement le mois de septembre et l'arrivée du Printemps, le set de table est par conséquent un bon complément aux mailings, flyers, et réseaux sociaux usuellement utilisés par le Groupe le but étant d'accroître la notoriété et la diffusion des actualités du site. Outre Inform'by Vert Marine, Les Bains des Docks au Havre (76) et Eurocécane à Mont Saint Aignan (76) collaborent également depuis plusieurs années et très régulièrement sur le set de table publicitaire.



NICOLE JOUBERT IMMO



Benjamin GAUTHIER

ANGERS \ IL Y A 20 ANS MADAME NICOLE JOUBERT OUVRAIT SA PREMIÈRE AGENCE EN PLEIN CENTRE VILLE D'ANGERS. AUJOURD'HUI 3 AGENCES SUPPLÉMENTAIRES SE SONT INSTALLÉES EN PÉRIPHÉRIE, À TRÉLAZÉ, MONTREUIL-JUIGNÉ ET SAINT BARTHÉLÉMY D'ANJOU.



Spécialisées dans la vente et la location de biens immobiliers dans le département Maine et Loire, Nicole Joubert Immobilier nomme à la direction de ses 4 établissements en 2010 Benjamin Gauthier. L'élaboration du planning de communication est prioritaire pour ce responsable, il accorde en effet une grande importance à l'image du groupe et vise à accroître sa notoriété. « Dans un contexte économique difficile il faut savoir se faire remarquer et sortir du lot »

révèle-t-il. Considérant l'Humain comme étant l'un des meilleurs supports publicitaires, ce directeur d'agence n'hésite pas à habiller ses conseillers aux couleurs de l'enseigne, à sponsoriser des événements, mener des opérations terrain et à innover en matière de communication.

David Lecomte, franchisé des villes de Nantes, Angers et Saint Nazaire a su convaincre Benjamin Gauthier de communiquer sur le set de table Autocrea que ce dernier définit aujourd'hui comme étant « pertinent, dynamique et ludique ». Il nous confie apprécier ce sup-

port qui touche l'ensemble de la clientèle déjeunant dans les brasseries puisque potentiellement acheteurs ou vendeurs de leur bien donc hypothétiquement

DANS UN CONTEXTE ÉCONOMIQUE DIFFICILE IL FAUT SAVOIR SE FAIRE REMARQUER ET SORTIR DU LOT

client d'une de ses 4 agences. De plus, le set de table publicitaire Autocrea diffusant 1 édition par mois, il permet de « changer de visuel et donc d'actualiser les annonces de nos agences », ajoute cet agent immobilier.

GROUPE AMPLITUDE AUTO TROYES

Gérald RICHARD

TROYES \ FONDATEUR DU GROUPE AMPLITUDE AUTO, MONSIEUR GÉRALD RICHARD OUVRE SA PREMIÈRE CONCESSION FORD, À TROYES EN 2002. AUJOURD'HUI LE GROUPE AUTO COMPTE PAS MOINS DE 17 CONCESSIONS RÉPARTIES SUR LES RÉGIONS CENTRE, BOURGOGNE, CHAMPAGNE-ARDENNE ET FRANCHE-COMTÉ, OFFRANT UNE LARGE GAMME DE VÉHICULES NEUFS ET D'OCCASION : FORD - LAND ROVER - KIA - RANGE ROVER - OPEL - MAZDA - FIAT - CHEVROLET - VOLVO

Il faut « sortir les véhicules des concessions, donc informer sur les nouveautés, les périodes de portes ouvertes et accentuer notre notoriété », nous précise le fondateur. C'est à travers le principe du cross-média que Gérald Richard nous dit « bâtir une stratégie de communication forte sur une période assez courte ». Le choix du set de table publi-

itaire Autocrea qu'il définit comme étant « modernisé, quantitatif et convivial » fait partie intégrante du planning

MODERNISÉ, QUANTITATIF ET CONVIVIAL

de communication. D'ailleurs l'établissement Chevrolet ouvert récemment et situé à Troyes, fait actuellement l'objet d'une campagne publicitaire intense, sur les éditions de

Romilly sur Seine et d'Auxerre. Au total 70 000 exemplaires de sets de table sont diffusés chaque mois dans 60 brasseries de la région.



AUTOCREA FRANCE

LE SET DE TABLE AUTOCREA POURSUIT SON ASCENSION EN BELGIQUE

Depuis plus de 6 mois, le set de table Autocrea a envahi les brasseries Liégeoises. Henry Cavelan souhaitait tester le concept hors du territoire national et avait jeté son dévolu sur le pays du chocolat, de la bière et de la bande-dessinée. Rapidement les annonceurs locaux ont été séduits par ce support de qualité et aujourd'hui 100 000 exemplaires sont diffusés chaque mois dans pas moins de 40 brasseries de Liège. Afin de renforcer et d'accélérer son développement en Belgique, Autocrea sera présent au salon Franchising & Partnership de Bruxelles les 19 et 20 mars 2014.

RENCONTRE RÉSEAU

Le 20 décembre, l'ensemble du réseau Autocrea se rassemble lors de la convention semestrielle à Paris. L'occasion pour le fondateur Henry Cavelan d'introduire les nouveaux franchisés et de faire le point sur le développement du concept dans chacune des zones territoriales exploitées. À l'ordre du jour seront également évoquées les nouveautés intégrées au sein de l'AutocreaBox 2.0, l'analyse des chiffres du réseau et la remise du Trophée pour le concours Autocrea Challenge. Qui a donc réalisé le meilleur chiffre d'affaires ces 4 derniers mois et remportera le Smartphone Samsung Galaxy S4 ?

SALON TOULOUSE

Jean-Christophe Escande franchisé Autocrea des villes de Toulouse et Albi et son fidèle collaborateur Vincent Prieur, ont participé le 21 novembre dernier à la 10^{ème} édition du Salon DEVCOM Midi-Pyrénées. Cet événement est destiné aux professionnels afin de leur permettre de dénicher des concepts de communication adaptés à leur secteur d'activité. Autocrea, lauréat du Challenge de la performance marketing, a été récompensé grâce à son support phare, le set de table publicitaire. Elu dans la catégorie « meilleurs outils, cas réels ou innovations permettant aux direc-



tions commerciales de développer leurs ventes, leur fidélisation et leur communication BtoB ».

Le binôme peut se féliciter d'avoir su se démarquer grâce à un concept fort : « Le Wait-Marketing ou comment optimiser les temps d'attente des consommateurs ? »

BRASSERIES PARTENAIRES

JAMES JOYCE

Jean-luc PANGRAZIO

TROYES \ DANS UNE AMBIANCE CONVIVIALE ET UNE DÉCORATION IRISH, JEAN-LUC PROPOSE UNE RESTAURATION DE QUALITÉ AINSI QUE DES SOIRÉES AFTER WORK TOUT AU LONG DE L'ANNÉE.

Le James Joyce est un pub/restaurant irlandais. Idéalement situé rue Champeaux en plein centre ville, ce restaurant offre une carte variée

LES ACTUALITÉS ET L'HOROSCOPE SONT TRÈS PRISÉS PAR LA CLIENTÈLE PENDANT LE TEMPS D'ATTENTE

et de qualité qui offrira d'ailleurs quelques nouveautés à partir de janvier 2014. (Flammekueches à volonté les dimanches soir de 19h

à 21h). Cédric Diaz, franchisé de la « ville d'art et d'histoire », fournit chaque mois ses sets de table publicitaires Autocrea. De quoi dresser les tables pour les 180 couverts journaliers réalisés. « Les actualités et l'horoscope sont très prisés par la clientèle pendant le temps d'attente », nous précise Jean-Luc Pangrazio qui juge le concept comme étant un « bon moyen de communication ».

JAMES JOYCE
(IRISH PUB ET RESTAURANT)

2, rue Champeaux
10000 - Troyes - France

03 25 73 22 18



Tous les jours et les jours fériés.

BRASSERIE LA PINÈDE

L. ALCOLEA



MARSEILLE \ LA BRASSERIE LA PINÈDE EXISTE DEPUIS UNE DIZAINE D'ANNÉES ET C'EST EN OCTOBRE 2013 QUE MONSIEUR LAURENT ALCOLEA DEVIENT LE GÉRANT.

L'établissement bénéficie d'une très bonne situation dans le 8^{ème} arrondissement de la ville Phocéenne et à quelques pas de la fameuse plage du Prado, les

pizzas y sont délicieuses et l'accueil toujours très sympathique. « Avec un total de 1000 à 2500 couverts par mois selon la saison, le service Autocrea est un réel atout », nous confie le gérant. « En effet la livraison chaque mois est entièrement gratuite et la quantité correspond au nombre exact de couverts ». Si besoin

LES CLIENTS SONT DIVERSIFISÉS ENTRE LES PLATS GRÂCE NOTAMMENT AUX JEUX ET À L'HOROSCOPE

une quantité supplémentaire est livré dans les plus brefs délais. Laurent Alcolea nous confie que ses « clients sont divertis entre les plats grâce notamment aux jeux et à l'horoscope,

interpelant tout particulièrement la gente féminine ». L'été 2014, des travaux de rénovation sont planifiés avec une amélioration certaine de la terrasse aujourd'hui ombragée.

LA PINÈDE
67 bd Piot
13008 - MARSEILLE

04 91 25 38 43

Tous les jours 11h-15h
Vendredi et samedi soir