

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



AÉROPORT / CAEN-CARPIQUET \

Maryline HAIZE-HAGRON



En 1939, la base aérienne 720 Caen-Carpiquet est inaugurée suite à la demande de création du ministère de l'Air. Reconstitué puis aménagé pour l'Armée de l'Air après la seconde guerre mondiale, l'aéroport n'enregistrera une activité commerciale que quelques années plus tard avec les premiers vols pour Jersey, Paris, Londres et Lyon.

La construction d'une nouvelle aérogare de 3 000 m², l'arrivée de nouvelles compagnies, l'ouverture de nouvelles destinations et l'accroissement des fréquences de vol permettent aujourd'hui à l'aéroport normand d'afficher un nombre de passagers en forte progression. (+ 9% en 2014 et +17% sur le 1^{er} trimestre 2015). Situé à 8 kilomètres du centre ville, l'aéroport propose de nombreux vols nationaux et internationaux au départ et à destination de Caen : Lyon, Nice, Ajaccio, Londres depuis 1 an ou encore Bastia depuis le 12 avril.

Maryline Haize-Hagron entame sa carrière à l'aéroport de Caen en tant que chef d'échelle, puis directrice d'exploitation avant d'être nommée en 2010 directrice du site.

Ses responsabilités s'articulent autour de la prise en charge de l'ensemble des services relevant de l'autorité aéroportuaire, du fret, de la maintenance des bâtiments et infrastructures, du développement commercial, mais aussi de l'intégralité du plan média.

« On cherche les meilleurs supports pour flécher le plus grand nombre, on cherche le côté innovant et le rdv avec le client », nous confie la directrice de l'aéroport. « Le set de table AutocreA correspond pleinement à nos attentes, très adapté à une communication de proximité nous parvenons grâce à sa diffusion à atteindre directement notre cible ».

Outre la clientèle d'affaires qui représente 70% du trafic, il est fondamental d'informer l'ensemble de la population régionale sur les nouveautés et les différentes offres des compagnies.

Actuellement l'aller simple pour Londres sur la compagnie FLYBE est accessible à partir de 39,99 €, le billet aller pour Bastia sur VOLOTEA est commercialisé à partir de 29,99 € et la compagnie HOP, filiale d'Air France, propose des nouveaux tarifs très attractifs sur Caen-Lyon.

« Nous orchestrans nos plans de communication au nom des compagnies aériennes mais pour l'aéroport de Caen-Carpiquet. Chaque mois je leur transmets un « book » répertoriant nos supports publicitaires de prédilection parmi lesquels nous plébiscitons largement le set de table AutocreA. Convaincue de l'efficacité du concept, lorsque nous demandons à Maryline Haize-Hagron quelques mots pour le définir, celle-ci nous répond spontanément : « Qualité, proximité et lisibilité ».

« CHRONIQUE D'UNE CONQUÊTE ! »



Les annonceurs ont besoin de véhiculer l'image de leur marque. Mais il n'est pas toujours évident de choisir parmi les multiples moyens de communication : presse, événementiel, web, affichage, ... Les maîtres mots d'une communication réussie sont **innovation** et **résultat**.

A nous de faire évoluer notre métier qui nécessite une grande ouverture d'esprit et une veille permanente.
A nous de proposer des supports pertinents.
A nous de contribuer à la prospérité d'une marque, d'une enseigne.

Les notions d'innovation, de wait marketing, de publicité contextuelle inspirent les publicitaires AutocreA et font ainsi naître la couverture de magazine publicitaire en mai 2014.

Avant même de lire le message véhiculé par l'entreprise, c'est le support qui doit séduire et attirer l'œil.

C'est ce qu'AutocreA s'évertue à développer depuis plus de 12 ans à travers la diffusion massive de son support phare : le set de table publicitaire. Distribué dans pas moins de 500 brasseries partenaires, imprimé à 900 000 exemplaires chaque mois et plébiscitant l'image d'annonceurs de renom tel que E.Leclerc, Intermarché, Mercedes, AUDI, Crédit Agricole, SNCF..., le set de table AutocreA est devenu un mode de communication incontournable.

Le désir de nouveauté se fait néanmoins sentir. Les notions d'innovation, de wait marketing, de publicité contextuelle inspirent les publicitaires AutocreA et font ainsi naître la couverture de magazine publicitaire en mai 2014. Le principe consiste à proposer aux annonceurs de communiquer sur l'une des 4 couvertures disponibles puis d'offrir et de diffuser gracieusement les revues auprès de l'ensemble du réseau de brasseries partenaires AutocreA en Normandie. Afin d'orchestrer un planning d'approvisionnement et une livraison chaque début de mois, un contrat de partenariat a été conclu avec un groupe de presse de renom représentant entre autres les magazines Men's Health, Marie-Claire, GQ, BE, Glamour, Psychologie, Auto Moto, ELLE Déco...

La couverture de magazine publicitaire est une nouvelle opportunité pour les annonceurs de la région. Un nouveau modèle de communication et un nouveau moyen d'asseoir leur image et leur notoriété.

Des avantages réels se traduisant par un réseau important d'établissements connus et fréquentés, une sélection d'audience maîtrisée, la diffusion de magazines nationaux prestigieux FEMME - DÉCO - HOMME, un seul annonceur par page ou encore une forte prise en main pendant 4 semaines.

Nos annonceurs accueillent ce nouveau concept avec enthousiasme et véhiculent ainsi leur image sur un support fort et innovant.

Henry Carlan

CÉLINE BERTHIN \ \

UNE NOUVELLE RECRUE CHEZ AUTOCREA !



DIEPPE, CAEN & CAEN AGGLO // Responsable de promotion auprès d'un éditeur national puis chargée d'affaires pour une agence de communication dans la région rouennaise, Céline Berthin a acquis en quelques années une expérience significative dans les domaines de la vente et de la gestion de projets publicitaires. Dotée d'un bon relationnel et d'une expertise aguerrie c'est au sein de l'agence AutocreA que cette jeune femme dynamique partage désormais son savoir-faire depuis quelques mois.

C'est donc avec détermination et pugnacité que chaque mois, Céline rencontre de nouveaux prospects afin de leur présenter le concept du set de table publicitaire et visite ses annonceurs pour leur proposer de nouvelles parutions sur ce support phare de la région.

« Les clients sont depuis quelques années beaucoup plus exigeants quant à la communication de leur entreprise, de leur marque. Les budgets sont moindres, le choix des supports est donc

primordial. Leur image doit être visible au bon moment et au bon endroit pour espérer plus de répercussions. Mon rôle est d'accompagner et de conseiller mes clients dans leur stratégie, il faut trouver le bon mixte entre promotion et notoriété, optimiser les coûts et accroître la visibilité »

Convaincue de l'efficacité du set AutocreA, Céline ne manque pas d'arguments : « une diffusion maîtrisée, une visibilité accrue, un support imposé aux lecteurs, un service création à disposition de nos clients ». Chargée des éditions de Dieppe, Caen et Caen agglomération, la jeune et néanmoins expérimentée commerciale maîtrise pleinement le potentiel économique de ces 3 secteurs normands et s'applique toujours plus à élargir la diffusion du set de table AutocreA dans la région.

« une diffusion maîtrisée, une visibilité accrue, un support imposé aux lecteurs, un service création à disposition de nos clients ».

NOS ANNONCEURS TÉMOIGNENT

VOLKSWAGEN / ALBATRAUTO



Roger RENKES



DIEPPE // Le 4 novembre 2014 c'est avenue Normandie-Sussex que la concession Volkswagen de Dieppe a ouvert ses portes.

Sur un terrain de 6 000 m², la superficie de l'établissement de 3000 m² offre un espace moderne et épuré mettant ainsi en valeur les nombreux modèles exposés. Composée d'une surface commerciale, d'un coin accueil chaleureux et d'un atelier équipé de neuf ponts élévateurs, cette nouvelle concession récemment inaugurée vient dynamiser la zone d'aménagement concerté Dieppe sud.

Roger Renkes, directeur d'Albatrauto, dirige les concessions VOLKSWAGEN d'Yvetot, de Fécamp et de Dieppe mettant un point d'honneur à la communication, vecteur de développement incontournable.

« Je souhaite raconter une histoire, communiquer en mettant en avant nos « sites de la Mer ». Les clients sont sollicités en permanence, à nous de savoir nous démarquer et de parvenir à capter leur attention. En humanisant les publicités, notamment sur le set de table AutocreA nous parvenons clairement à attiser l'intérêt des lecteurs ». Preuve en est avec cet exemple significatif : Un samedi, après avoir déjeuné dans l'une des brasseries diffusant le set de table, une jeune femme s'est rendue à la concession de Dieppe afin de commander le modèle Coccinelle, plébiscité par l'une des commerciales sur le visuel.

« Proximité, élégant, information, support construit » tels sont les mots venant à l'esprit du dirigeant.

Outre le set de table, c'est à travers des spots radio, le web ou des messages MVMS, que Roger Renkes tente d'accroître la notoriété de ses sites. « Je m'appuie sur ce que la marque propose au niveau national et adapte ensuite le message au local ». C'est par exemple à travers l'utilisation d'expressions du pays de Caux, la présence d'un collaborateur sur le visuel, ou encore l'intervention d'un acteur local, que le directeur d'Albatrauto souhaite personnaliser sa communication.

Les concessions Volkswagen de Rouen et du Havre font tout comme AUDI partis des annonceurs fidèles et privilégiés du set de table AutocreA.

Un seul objectif : Développer la notoriété de la concession et générer du trafic dans les garages.

DUCATI / DESMO



Guillaume MAHIEU



ROUEN // L'unique concession Ducati dans la région est basée à Déville-Lès-Rouen. Créée par Guillaume Mahieu en juillet 2009, ce magasin entrepose une multitude de modèles pour le plus grand bonheur des amateurs de deux roues.

A l'occasion de la sortie de la « Scrambler » fin février, le directeur DESMO Rouen opte pour une communication sur le set de table AutocreA. « Avec la sortie de ce modèle, notre gamme initialement sportive s'étend désormais à une clientèle

plus citadine, le set de table me semblait tout à fait approprié pour communiquer la nouvelle, il permet d'élargir notre cible, d'atteindre les CSP+, commerciaux, professions libérales, donc des personnes en déplacement déjeunant dans les brasseries ».

En effet, Guillaume Mahieu avait vu juste puisque dès les premiers jours une personne a contacté la concession désireuse d'effectuer quelques essais. « La bonne répartition des visuels, l'aspect local, de proximité et le côté inattendu de voir notre marque sur ce type de support renforcent l'efficacité du concept publicitaire », ajoute ce passionné de moto.

La multistrada, la Panigal 1299, 3 nouveaux modèles Scramble, un taux à 1,90% ainsi que la garantie étendue à une année supplémentaire font actuellement l'actualité de Ducati.

AUDI / AUTO CONCEPT



Franck LÉBOUCHER



ROUEN // Commercial, puis chef des ventes des véhicules neufs au sein de la concession AUDI de Rouen, Franck Leboucher est désormais directeur commercial du Groupe AUTO CONCEPT depuis trois ans.

En vue d'accroître les résultats et la notoriété de la marque dans la région, il élabore une stratégie de développement de l'entreprise et opte pour une visibilité accrue sur la région.

Le lancement de nouveaux modèles AUDI ou les offres exclusives enrichissent en permanence l'actualité de la marque.

Le directeur commercial tient donc à communiquer massivement en Seine-Maritime, pour les 3 concessions de Rouen, de Dieppe et du Havre. « La qualité et l'avant-gardisme » des couvertures de magazines AutocreA ont rapidement séduit Franck Leboucher. « La qualité et l'aspect « premium » du concept » correspondent pleinement à la clientèle CSP+ de la marque. Il ajoute que « sa diffusion dans les lieux de passage contribue aux objectifs de communication visant in fine à augmenter le volume de ventes ».

MÈRE ET FILLE

Samia BOUKHALFA

Mère et Fille



ROUEN // Cette jolie boutique de prêt-à-porter située en plein centre ville de Rouen propose une collection féminine mode à des prix très abordables.

Samia Boukhalfa, ancienne enseignante, décide en 2011 de se reconvertir dans la mode. Aujourd'hui c'est avec une once d'amusement et beaucoup d'assurance qu'elle relooke les mamans et les jeunes femmes de la région.

« Je n'ai jamais songé à faire de publicité pour la boutique, jusqu'ici le bouche à oreilles fonctionnait très bien, mais il est vrai que lorsque Guillaume de la société AutocreA est venu me présenter le concept des couvertures de magazine, j'ai trouvé le support de très belle qualité et je me suis dit que cela me permettrait d'étoffer ma clientèle ». En dernière de couverture des magazines Marie-France et Glamour, sur une pleine page, le visuel sobre et épuré Mère et Fille était visible par un grand nombre tout au long du mois de mars. Certaines de ses nouvelles clientes lui avouent d'ailleurs s'être rendues dans la boutique après avoir vu la publicité sur les magazines.

Des retours encourageants et concrets qui amènent Samia Boukhalfa à songer à une nouvelle collaboration sur les couvertures de magazine très prochainement.

Franck Leboucher connaît très bien la société AutocreA puisque depuis le lancement du Q7 en 2006, Auto Concept communique sur le set de table publicitaire dans les villes de Rouen, de Dieppe et du Havre. Cette présence intense dans les restaurants et brasseries de la région confère clairement au Groupe Automobile une forte renommée régionale.

« sa diffusion dans les lieux de passage contribue aux objectifs de communication visant in fine à augmenter le volume de ventes »



BOGEY TRUCKS

Séverine PAUBEL



CHIGNIN // Société familiale, fondée en 1979 à Bonneville (74), l'établissement BOGEY BONNEVILLE est distributeur de véhicules industriels et utilitaires, neufs et d'occasions des marques MAN, ISUZU, NISSAN, mais aussi de pièces détachées et équipements spécifiques pour les poids lourds.

L'ouverture du deuxième site à Chignin en juillet 2014, permet à ce professionnel d'étoffer sa zone de chalandise en couvrant désormais les départements de la Haute-Savoie et de la Savoie.

Afin d'accroître la notoriété de cette nouvelle adresse, Séverine Paubel chargée du marketing et de la communication a choisi de diffuser l'image de la société sur le set de table publicitaire AutocreA.

Support imposé aux lecteurs, donc aux professionnels, pendant leur pause déjeuner, l'enseigne se félicite d'être vue et remarquée de manière non intrusive. « Nous avons planifié plusieurs parutions affichant une seule marque à la fois, le but étant de présenter l'intégralité de notre gamme », nous confie la jeune femme. Les clients déjeunant sur les sets sont naturellement attirés par la partie ludique et les publicités. « Notre positionnement sur le bandeau gauche du set est visible tout au long du repas », ajoute t-elle.

L'enseigne se félicite d'être vue et remarquée de manière non intrusive

« Clair, offrant une bonne visibilité, pratique et original », Nicolas Eckly, franchisé AutocreA diffuse chaque mois 55 000 exemplaires de sets de table dans pas moins de 44 restaurants de Chambéry et Aix.



AGENCE RUPPÉ-ROLLAND

Antoine RUPPÉ-ROLLAND

Ruppé-Rolland
IMMOBILIER
VENTE - LOCATION - ESTIMATION



ROUEN // L'agence immobilière basée à Rouen depuis 2011 est spécialisée dans la vente, la location et l'estimation de biens immobiliers.

Afin de se différencier, Antoine Ruppé-Rolland, le fondateur, a opté pour une communication attractive et innovante, mettant à

l'honneur l'ensemble des collaborateurs.

Outre l'utilisation de médias généraux tels que le web, l'affichage ou encore les flyers, l'agence diffuse depuis quelques mois son image sur les couvertures de magazine Autocrea.

« La bonne visibilité, le côté classe, la qualité du support nous ont immédiatement séduits ». Les magazines sont diffusés auprès d'un réseau de partenaires haut de gamme générant beaucoup de passage. Les magazines sont ainsi « facilement consultables » dans pas moins de 150 adresses rouennaises telles que le restaurant Erisay au Golf de Mont Saint Aignan, l'Hôtel de Bourgtheroulde, l'Echiquier, AUDI, Le Lanchon, Jacques Dessange et même certains cabinets médicaux.

Chaque mois les visuels sont imaginés par les graphistes Autocrea permettant ainsi à l'agence Ruppé-Rolland de dévoiler son panel de biens immobiliers à travers une charte graphique unique et dynamique.



MAISONS ENEC

Denis REICHERT



FRANQUEVILLE SAINT PIERRE // Directeur régional du Groupe CORIHN (Compagnie Régionale Immobilière de Haute-Normandie) mais aussi créateur de la filiale Maisons EneC à Franqueville-Saint-Pierre en 2001, Denis Reichert mène tout au long de l'année une campagne de communication structurée et optimale visant à promouvoir les programmes en cours et à intensifier la notoriété des Maisons EneC.

Depuis 1973, cet acteur de renom dans la construction de maisons individuelles en Normandie et en Picardie offre son expertise au service des personnes désireuses d'accéder à la propriété.

Ce professionnel de l'immobilier décide de mettre à l'honneur son savoir-faire en exposant l'une de ses nombreuses réalisations sur les couvertures de magazine Autocrea. « Ce concept élégant et dynamique touche directement notre cible CSP+, le format

pratique est facilement consultable par tous et le côté classieux est en totale adéquation avec le standing de nos réalisations ». Preuve en est puisque Denis Reichert nous confie avoir vendu 3 maisons depuis le mois de janvier grâce aux parutions sur les couvertures.

« Ce concept élégant et dynamique touche directement notre cible CSP+, le format pratique est facilement consultable par tous et le côté classieux est en total adéquation avec le standing de nos réalisations »

Les 17, 18 et 19 avril derniers le constructeur a participé au salon de l'immobilier du Neuf à Rouen. L'occasion de présenter ses programmes actuels : rue Boucicaut à Mont Saint Aignan, Les terrasses Sainte Catherine à Bonsecours et les Rives de Careville à Saint Léger du Bourg Denis.

FIAT PROFESSIONNAL / MARTENAT

François JOERGER



ROUEN // La concession Fiat Pro située sur la Zone Industrielle de Sotteville-lès-Rouen est dirigée depuis sa création en 2009 par François Joerger.

Cette marque développée sur le réseau Iveco rencontre un franc succès auprès des professionnels de la région. « Le chiffre d'affaires a plus que doublé en 5 ans » nous révèle le directeur du site.

« Nous avons conçu le magasin telle une concession automobile premium, avec des véhicules en exposition, des automobiles de prêt et un espace accueil. Nous parvenons à être particulièrement réactifs grâce à un parc d'une centaine de véhicules neufs disponibles pour nos adresses de Rouen, de Caen et du Havre ».

Afin de renforcer la notoriété et d'accroître son volume de ventes en Normandie, Fiat pro communique sur 5 éditions du set de table Autocrea : Rouen, Rouen aggro, Caen, Caen aggro et le Havre.

« La clientèle des brasseries correspond pleinement à notre cible, nous ne travaillons qu'en BtoB » précise François Joerger qui définit d'ailleurs le support comme étant « convivial, de qualité et efficace ». Les retombées sont mesurées, « **les gens viennent nous voir à la concession avec le set de table** », nous dit-il, « **c'est une façon différente de communiquer, Fiat pro est forcément remarqué puisque dans l'utilitaire nous sommes très peu à communiquer sur le set** ».



**LA TABLE D'ERISAY /
GOLF DE MONT SAINT AIGNAN**
Golf de Rouen – Mont Saint Aignan
rue Francis Poulenc, 76130 Mont Saint Aignan.

Tél. 02 35 74 05 41 – contact@latablederisay.fr
Restaurant ouvert tous les jours de 11h45 à 14h30

LA TABLE D'ERISAY / GOLF DE MONT SAINT AIGNAN

Victoria SOUBRANE

ROUEN // Au cœur du Golf de Mont Saint Aignan, Erissay Traiteur inaugure en septembre 2014 son nouveau restaurant, « la Table d'Erissay », brasserie contemporaine située dans un cadre exceptionnel aux portes de Rouen.

Une salle de restaurant moderne, épurée et lumineuse accueille quotidiennement une cinquantaine de couverts à l'heure du déjeuner.

La clientèle est majoritairement composée de CSP+, allant du golfeur, aux hommes et femmes d'affaires en passant par les amateurs de cuisine raffinée. La carte est renouvelée chaque trimestre et propose des plats et des menus savoureux.

Il faut dire que le traiteur Erissay est une maison

connue et reconnue dont la notoriété n'est plus à faire dans la région.

Guillaume Guérain chargé du développement de la couverture de magazine AutocreaA dans la région, diffuse chaque mois ses revues auprès de 150 partenaires (cafés, brasseries, salons de coiffure, médecins...). Au total 6 magazines dans 3 thématiques : Homme, Femme et Déco Bien-être tels que Men's Health, Auto Moto, Vogue ou encore Mode & Travaux.

Victoria Soubrane, directrice de l'établissement, apprécie de pouvoir proposer à ses clients cette gamme de magazines dont la couverture est renouvelée chaque mois affichant divers annonceurs locaux haut de gamme comme l'agence immobilière Ruppé-

Rolland, les Maisons Enec, Lignes, Le Lanchon... Disposés à l'entrée du restaurant à proximité du bar, les personnes déjeunant seules ou venant faire une « pause café » accompagnent naturellement ce moment de détente d'un magazine. « Le concept se prête très bien à notre établissement et à notre clientèle », avoue Victoria Soubrane, « j'ai d'ailleurs pu remarquer que les hommes sont majoritairement attirés par le magazine « Auto Moto ».

Un lieu prestigieux pour un support haut de gamme, l'Alchimie opère donc naturellement.

Un salon est également disponible pour tout type d'événements et en mai une soirée sur le thème du Jazz est planifiée.

BRASSERIE L'ÉCHIQUIER

William EVREVIN

Laure GERMAIN - GUILLIER

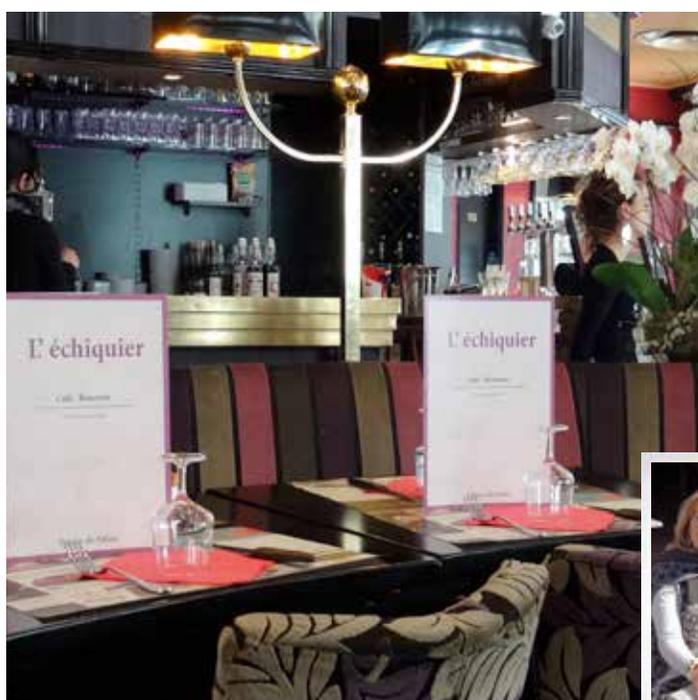
ROUEN // Depuis le 1^{er} février dernier, William Evrevin et Laure Germain - Guillier sont les nouveaux propriétaires de l'Échiquier, brasserie de renom située en plein centre ville de Rouen.

Avec les Camélias à Tourville-La-Rivière et l'Entracte à Grand-Quevilly, ce binôme gère désormais 3 restaurants dans la région, tous partenaires exclusifs de la société AutocreaA.

Au total près de 10 mille sets de tables publicitaires sont diffusés chaque mois. Les deux associés nous confient avoir observé les clients face au concept publicitaire : « ils sont dans un premier temps attirés par les jeux et l'horoscope et régulièrement nous entendons parler automobile ».

Le livreur met à disposition du brasseur quelques paquets supplémentaires en cas de forte affluence et reste disponible pour toute demande de réassort.

L'Échiquier enregistre en moyenne 150 couverts par jour sans compter la terrasse qui dès les beaux jours pourra accueillir 150 clients supplémentaires.



L'Échiquier

L'ÉCHIQUIER
8, Allée Eugène Delacroix
76000 Rouen
02 35 71 71 35

Du lundi au samedi 8h30 - 21h30

