

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

UN NOUVEAU CONCEPT POUR 2014 ! La couverture de magazine publicitaire



ÉVÉNEMENT \ LE PREMIER SET DE TABLE PUBLICITAIRE AUTOCREA A VU LE JOUR EN MARS 2003. SUITE À UN DÉVELOPPEMENT MAÎTRISÉ PENDANT 7 ANS SUR L'ENSEMBLE DE LA NORMANDIE, HENRY CAVELAN DÉCIDE EN 2010 D'ÉTENDRE SON CONCEPT AU NIVEAU NATIONAL VIA LE SYSTÈME DE LA FRANCHISE.

Aujourd'hui présent dans une vingtaine de villes en France, y compris la région Île-de-France depuis décembre 2013, le set de table AutocreA fait partie intégrante des plans de communication des enseignes E. Leclerc, BUT, Alain Afflelou, Crédit Agricole, Citroën, Audi... tant au niveau locale que national.

En quête d'un concept nouveau et performant, l'équipe AutocreA s'inspire, à l'instar du set de table publicitaire, des notions actuelles de Wait Marketing et de Publicité contextuelle.

Le défi : dénicher un support imposé au lecteur pendant un moment d'attente et de détente et diffusé dans les restaurants.

Suite à une étude de marché approfondie et une concertation visant une émergence rapide,

le choix de la couverture de magazine sera voté et vite adopté.

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 AutocreA en Normandie et autres partenaires ciblés.

Chaque mois, afin d'organiser un planning d'approvisionnement assuré, un contrat de partenariat a été conclu avec un distributeur représentant entre autres les magazines GQ, Marie-Claire, Psychologie, ELLE Déco, BE, Glamour, Auto Moto...

Si des entreprises locales telles que Altitude

lotissement, les concessions Volkswagen, la marque de prêt-à-porter Strellson ou encore la Mairie de Rouen décident de communiquer sur la couverture de magazine AutocreA c'est

UNE PRÉSENCE EXCLUSIVE PAR PAGE, REVUES PRESTIGIEUSES ET UNE COMMUNICATION DE PROXIMITÉ DANS UN LIEU DE CONVIVIALITÉ

tout simplement pour profiter des avantages certains de cette exposition : une forte prise en main de la part des clients, une présence exclusive par page, une sélection de revues prestigieuses et une communication de proximité dans un lieu de convivialité.

RECRUTEMENT DE FRANCHISÉS : UNE STRATÉGIE DE «PULL»



L'utilisation du web 2.0 et des réseaux sociaux s'est largement rependue ces dernières années. Facebook, LinkedIn, Twitter, sont incontestablement les leaders de cette vague déferlante. A titre informatif 15 millions de français possèdent aujourd'hui un compte Facebook.

Les entreprises profitent de cet enthousiasme avec une présence accrue sur la toile permettant de booster leur image à travers la diffusion de messages réguliers auprès de clients et de partenaires.

Ce nouveau canal de communication développe ainsi la notoriété et la visibilité de l'entreprise à moindre coût via l'acquisition de fans, d'amis ou de followers. Facebook ou Twitter sont ainsi inévitables pour annoncer la sortie d'un nouveau produit ou le lancement d'une opération.

Diffuser un contenu original, de qualité et attractif est fondamental pour séduire les membres du réseau, lesquels se chargeront ensuite naturellement de relayer l'information tout en suscitant l'intérêt de nouveaux prospects.

AU SEIN DE SES PUBLICATIONS, L'ENTREPRISE PEUT AUSSI INTÉGRER DES LIENS VERS LES ARTICLES DE SON BLOG OU/ET DE SON SITE AFIN D'ACCROÎTRE LE NOMBRE DE VISITES ET DE BOOSTER LE RÉFÉRENCIEMENT.

Autre avantage et non des moindres, les réseaux sociaux deviennent un canal prisé pour le recrutement. Le gain de temps et la richesse d'informations sont les principaux atouts. De plus ce mode de communication interactif, de dialogues instantanés, génère une convivialité certaine.

La puissance des réseaux sociaux est indéniable mais attention comme tout mode de diffusion il est capital de bien gérer sa présence et de maîtriser son e-réputation.

Henry Carlaw

NOUVEAU FRANCHISÉ

CHAMBÉRY / AIX-LES-BAINS \\ NICOLAS ECKLY

« LE DÉSIR DE SE REMETTRE EN CAUSE AFIN D'ACQUÉRIR UN NOUVEAU SAVOIR-FAIRE ET DE BÉNÉFICIER DE L'EXPERTISE DE PROFESSIONNELS » A FORTEMENT ORIENTÉ LE CHOIX DE CE CHAMBÉRIEN POUR LA FRANCHISE ET PLUS PARTICULIÈREMENT POUR LE RÉSEAU AUTOCREA.

« Le concept a du sens », nous dit-il. Il est vrai que ce support de communication basé sur les notions de « wait marketing » (publicité pendant les moments d'attente) séduit particulièrement les secteurs de l'automobile, de l'immobilier, de la grande distribution et autres acteurs locaux divers. L'objectif est de capter l'attention des lecteurs pendant un moment de détente. Et en effet, tout au long du repas, c'est à dire en moyenne 30 à 45 minutes, la publicité est placée directement devant le client. Difficile d'y échapper... Le franchisé de Chambéry précise également qu'appartenir à un réseau de franchise est sécurisant. La formation, l'accompagnement continu, les outils

commerciaux et informatiques mis à disposition optimisent et facilitent indéniablement le travail au quotidien.

« À PLUSIEURS, ON EST PLUS FORT ! ». APPARTENIR À UN RÉSEAU DE FRANCHISE EST SÉCURISANT

Malgré une conjoncture difficile, Nicolas Eckly se dit satisfait de cette aventure dans la création d'entreprise, « l'expérience et le contact avec les acteurs locaux sont très enrichissants ».



Depuis Janvier 2014, 55 000 sets de table Autocrea sont donc distribués chaque mois dans une cinquantaine de restaurants partenaires de Chambéry et Aix, la prochaine étape vise le renforcement de la zone de diffusion vers la ville d'Aix-les-Bains.



JS CONSTRUCTIONS / CHAMBÉRY
VIRGINIE ESCOFFON

Société savoyarde de construction de maisons individuelles intervenant sur tout le territoire de la Savoie et dans les départements limitrophes.

Nouveaux programmes et journées portes ouvertes rythment les campagnes de communication de cette société chambérienne. Afin de présenter l'ensemble des actualités et événements, le set de table AutocreA, dont les éditions sont gérées localement par le franchisé Nicolas Eckly, a clairement été adopté par Virginie Escoffon. Cette dernière s'accorde à dire que « la large diffusion du support correspond pleinement à la zone de chalandise ». C'est en 3 mots que la responsable de la communication nous définit le concept :

« clarté, notoriété et proximité ».



BREMOND IMMOBILIER / CAEN
SÉVERINE CHATARD

Développement de grands projets urbains aux immeubles d'habitation, aux bureaux et à l'aménagement foncier

L'aspect « ludique », l'esprit de « convivialité et d'échange » que suscite le set de table AutocreA a rapidement séduit Séverine Chatard. La diffusion auprès des restaurants de la région est également un facteur prépondérant. En effet les clients CSP+ déjeunant dans les brasseries se retrouvent « nez à nez » avec les publicités et ce pendant 30 à 45 mn à plusieurs reprises dans le mois. Basé sur les notions de « wait marketing », (publicité dans les moments d'attente), le set de table publicitaire génère un « retour de notoriété certain et renforce ainsi le nombre de contacts ». Présent sur les éditions de Caen et Caen agglomération, le Groupe Brémont est satisfait de l'image véhiculée par ce média tactique.



E-PROMOTION / TROYES
SÉBASTIEN PARIS

Gestion de programmes immobilier neufs, d'aménagement, de construction.

Présent sur les 3 éditions du franchisé Cédric DIAZ, l'agence e-promotion a intégré ce support de communication au plan média annuel : « Nous souhaitons renforcer la notoriété du Groupe dans la région et dévoiler l'ensemble de nos nouveaux programmes, le set de table AutocreA est un concept innovant, ludique, et très largement diffusé sur les régions Champagne-Ardenne et Bourgogne ». Le visuel e-promotion est en effet vu et lu quotidiennement dans l'ensemble des restaurants les plus fréquentés de Troyes, Romilly sur Seine et Auxerre.



RÉSEAU HABITAT / AMIENS
ANTOINE PENEZ

Propose aux propriétaires des solutions adaptées en terme de chauffage, d'isolation, de menuiserie et d'énergies solaires.



Afin d'optimiser sa notoriété, le spécialiste de l'économie d'énergie décide d'orchestrer un plan de communication d'envergure auprès des propriétaires de la région. Afin de cibler une clientèle active et potentiellement intéressée par les services de la société Réseau Habitat, une présence sur le set de table publicitaire AutocreA semblait évidente. « Pratique, octroyant une forte visibilité, les clients des brasseries voient notre logo à maintes reprises et s'imprègnent par conséquent de notre image », nous confie Antoine Penez.

VINCI IMMOBILIER
ALICE ROCHE

Promoteur immobilier, spécialisé en programmes immobiliers neufs dans les logements et les résidences à Toulouse.



Depuis avril 2013, le franchisé AutocreA des éditions de Toulouse et Albi, Jean-Christophe Escande travaille en étroite collaboration avec le promoteur. « Les périodes denses de communications s'opèrent en fonction de la commercialisation de programmes immobiliers », nous explique Alice Roche. « Notre présence sur le set de table publicitaire est essentielle afin d'informer le plus grand nombre de primo-accédants de la région. » Diffusé dans pas moins de 100 établissements à 140 000 exemplaires par mois, Vinci Immobilier peut être assuré d'imposer son image de façon optimale.

ALAIN RENO
BENJAMIN STUPAR

L'entreprise normande est spécialisée dans la rénovation de l'habitat pour particuliers, la conception et la maîtrise d'œuvre.



« Innovant, dynamique et dans l'ère du temps » tels sont les termes employés par le professionnel de la rénovation pour décrire le set de table publicitaire AutocreA. Le concept touche une clientèle active, CSP+ et permet ainsi à l'entreprise Alain Reno de cibler des prospects intéressants et correspondant pleinement à sa propre clientèle. Benjamin Stupar nous avoue d'ailleurs avoir eu un retour concret dès le premier mois de diffusion. C'est en effet en déjeunant dans l'un des 35 restaurants partenaires du Havre que ce client a pu remarquer le visuel Alain Reno. Preuve que le support est impactant !



SALON DE LA FRANCHISE



Comme chaque année depuis quatre ans, l'équipe Autocrea était présente au Salon Franchise Expo de Paris du 23 au 26 mars. Quatre journées consécutives pour présenter le concept du set de table publicitaire et renseigner les visiteurs en quête d'informations sur les conditions d'adhésion de la franchise et de ses avantages.

Cette année le stand était volontairement situé parmi les plus grandes enseignes de la restauration.

Un choix stratégique entrepris par Henry Cavelan qui souhaitait naturellement être positionné dans le hall 3, considéré comme étant le plus fréquenté.

D'une surface de 16 m², entièrement sur la longueur, l'espace était optimisé, l'accueil chaleureux et la décoration épurée.

Le bilan est plutôt satisfaisant, les demandes de candidatures ont été moins importantes que les années précédentes mais très qualitatives.

LE SITE FAIT PEAU NEUVE \\\

Après plus de 10 ans d'expertise dans la conception et la commercialisation du set de table publicitaire, Autocrea inaugure son nouveau site web. Conçu et réalisé par l'agence Publipress, le nouveau site est facilement accessible depuis la navigation. Il est plus ergonomique, plus clair et affiche des fonctionnalités de navigation plus simples. Annonceurs, prospects, candidats à la franchise ou médias, chacun retrouve en quelques clics la rubrique souhaitée offrant un maximum de détails. Outil pratique : l'onglet « Réservez votre encart » est dorénavant disponible dès la page d'accueil. Les clients réservant régulièrement sur le site pourront ainsi procéder rapidement à leur commande pour bloquer le format et l'emplacement de leur choix. Prenant en considération la mobilité d'internet depuis quelques années, Publipress a construit le site Autocrea en responsive design, il s'adapte en effet selon l'appareil utilisé : tablette, Smartphone, ordinateur. Toujours dans un souci de proximité et de mobilité, Autocrea partage l'actualité du site sur les réseaux sociaux.



BRASSERIE PARTENAIRE

LA COSTA PAVADA

Guillaume GALZIN

**TOULOUSE **
OUVERT DEPUIS PLUS DE 2 ANS EN PLEIN CŒUR DU QUARTIER DE LA CÔTE PAVÉ, LA COSTA PAVADA PROPOSE UNE CUISINE TRADITIONNELLE DE QUALITÉ.

Dans une ambiance chaleureuse, une décoration raffinée où la présence accrue de briques rappelle la « ville rose », les toulousains se retrouvent avec plaisir le temps d'un repas. Guillaume Galzin, avoue que ses clients sont ravis de retrouver le set de table Autocrea quotidiennement. « Ils jouent, regardent les annonces et râlent si par hasard les sets ne sont pas encore dressés sur les tables ».

De plus « la courtoisie, le sérieux, la réactivité et le côté amical du franchisé Jean-Christophe Escande a permis d'établir une véritable relation de confiance. »

« ILS JOUENT, REGARDENT LES ANNONCES ET RÂLENT SI PAR HASARD LES SETS NE SONT PAS ENCORE DRESSÉS SUR LES TABLES. »



LA COSTA PAVADA

52 avenue Jean Rieux
31500 Toulouse

09 82 43 47 26

Lundi au Samedi 11h45 à 14h
Mercredi jusqu'à 19h30-21h30
Samedi jusqu'à 22h30

LA PRESSE EN PARLE...

