

AutocreA News

TOUTE L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU



AUTOCREA sera présent au Salon Franchise Expo du 18 au 21 mars 2012.

AutocreA est présent tout au long de l'année sur les différents salons de la franchise et de création d'entreprise. Conservant une perspective de développement accrue, l'entreprise normande exposera au Salon Franchise Expo, Porte de Versailles à Paris durant 4 jours.

Henry Cavelan, créateur et dirigeant de la société, Olivia Ortiz, animatrice réseau et chef de publicité présenteront les avantages du concept AutocreA en franchise : faible investissement, support imposé au lecteur, cible CSP+... Ils seront accompagnés entre autres de David Lecomte, franchisé de Nantes & Saint-Nazaire qui exposera son savoir-faire et son expérience quant à la création et au développement du concept.

AutocreA compte aujourd'hui en France 29 implantations, 8 en propre et 21 en franchise, avec pas moins de 1.600 brasseries partenaires et 1.950.000 sets de table édités chaque mois.

NANTES & ST NAZAIRE

David LECOMTE

Après avoir obtenu un BTS Force De Vente en Alternance avec Axa, David Lecomte a pu exercer et acquérir 15 ans d'expériences commerciales diverses, dans l'assurance d'abord (Axa), puis la publicité (Top Annonces, puis Kompas) et l'immobilier comme conseiller en défiscalisation (Nexity).

« J'ai eu très envie de me lancer seul, peut-être par sentiment d'avoir acquis suffisamment d'expérience pour réussir, une certaine maturité professionnelle, la recherche d'autonomie ainsi que l'envie de construire une entreprise en partant de zéro. Je me suis dirigé vers la franchise afin de bénéficier de la force, de l'expérience et des conseils d'un réseau éprouvé. »

Pourquoi AutocreA ? « Concept rodé, expérience du franchiseur, optimisme des premiers franchisés contactés, sérieux de l'entreprise, très bonne presse (Prix du meilleur espoir de la franchise), outils d'aide à la vente très au point (autocreabox, book sets...). »

Le set de table publicitaire est, d'une part, un support utile pour le restaurateur et d'autre part, il divertit le client en attendant son plat : les publicités sont bien accueillies à ce moment là et bien plus efficaces que noyées dans un journal ou mélangées avec le courrier dans nos boîtes aux lettres. »

Avec 6 ans d'expérience dans la communication d'entreprise, David a le sentiment de bien connaître le métier et a souhaité s'engager dans un domaine où il se savait compétent.

l'originalité de ce concept. « Lorsque j'ai décidé de me lancer en franchise, j'ai appris que la société AutocreA souhaitait s'implanter en Loire Atlantique, je me suis donc rapidement mis en relation avec le franchiseur Henry Cavelan.

J'ai aujourd'hui le sentiment d'être un véritable partenaire pour les annonceurs, je leur apporte une solution efficace afin d'augmenter et d'optimiser leur visibilité.

Le plus difficile est de lancer le 1^{er} set, il faut prévoir 2 à 3 mois de prospection intense mais une fois sur les tables des brasseries locales, le concept devient très séduisant et rapidement les annonceurs nous contactent pour réserver une ou plusieurs parutions dans l'année. »

Il est donc essentiel d'être doté de la fibre commerciale et de faire preuve d'organisation, surtout avec 2 éditions.

Il est également préférable de connaître le milieu de l'automobile puisqu'il représente une importante partie des clients. Avant d'ouvrir une ville, la bonne connaissance du tissu économique local et le choix affiné des brasseries partenaires sont primordiaux.

Un concept éprouvé..., un soutien permanent

Originaire de Dieppe en Normandie, David avait déjà eu très souvent l'occasion de déjeuner sur les sets AutocreA (Rouen, Le Havre, Dieppe, Caen) et avait remarqué la qualité et

« Avec 10 années d'expérience et une trentaine d'implantations en France, le réseau AutocreA renforce en permanence notre savoir-faire. Une bonne organisation m'a permis



de gagner du temps. Evidemment, la création d'une entreprise nécessite une implication à 200% mais il faut savoir aller à l'essentiel. Je suis également rigoureux et toujours en veille pour savoir qui communique sur mon secteur et sur quel support.

Je suis convaincu de l'efficacité du set de table et par conséquent, très convaincant. Dynamisme et enthousiasme sont mes principales qualités professionnelles.

Ma première édition sur Nantes est quasiment bouclée pour l'année. Certains mois, je n'ai plus qu'un ou deux encarts encore disponibles. J'ai donc ouvert une 2^{ème} édition début mars, sur le littoral 44, Saint Nazaire / Littoral, avec 40 restaurants partenaires de Pornic à La Baule. Si cela se passe aussi bien que pour Nantes, j'envisagerai rapidement d'ouvrir une 3^{ème} et 4^{ème} édition avec l'aide d'un commercial. »

VERSAILLES & ST GERMAIN EN LAYE

Jérôme BROCHOT

Après une expérience de 6 ans en tant que délégué pharmaceutique, Jérôme Brochot a décidé de se lancer seul dans l'aventure de l'entrepreneuriat. Il a opté pour la franchise afin de suivre un modèle éprouvé et d'être accompagné dans son développement personnel.



C'est après quelques recherches sur les sites spécialisés à la franchise que Jérôme a fini par jeter son dévolu sur le concept AutocreA.

« Le set de table publicitaire m'a immédiatement séduit tant au niveau de l'activité, du challenge, du contact humain qu'en terme de coût. L'investissement global correspondait à mon budget. »

La seule condition requise était d'être doté de la fibre commerciale, ce que Jérôme a acquis durant ses 6 années passées dans le milieu pharmaceutique. « Il est également essentiel de faire preuve de rigueur, d'organisation et de ténacité », témoigne Jérôme Brochot.

Il faut en effet étudier le potentiel économique de notre ville, faire connaître le concept auprès des annonceurs locaux et tisser un réseau de brasseries partenaires fidèle. Chaque franchisé peut compter sur le soutien d'une équipe compétente et dynamique. « J'ai reçu une formation complète et suis quotidiennement suivi par Olivia Ortiz, l'animatrice du réseau.

Le réseau AutocreA est en pleine expansion

Aujourd'hui, mon objectif est d'imposer le set de table AutocreA sur mes villes et de le rendre incontournable auprès des annonceurs. »

Le réseau AutocreA étant en pleine expansion, les franchisés pourront très rapidement profiter de la notoriété de ce support innovant et l'imposer comme étant le mode idéal de communication. »

IMPEX

François MARADAN



LYON \ \ Fondée en 1970, la société Impex, expert en accessoires de marques pour automobiles, motos et cycles, rejoint le Groupe Monnoyeur en 1989.

Depuis 2002, le Groupe détient la licence Michelin et se concentre sur l'accroissement des accessoires 2 roues et auto.

François Maradan, responsable marketing et développement depuis 10 ans chez Impex, est entre autres en charge de la gamme accessoires auto et 2 roues Michelin.

« Il s'agit d'une marque Premium et il fallait opter pour un support en adéquation avec cette image. »

Le message que Michelin souhaite véhiculer est "une mobilité en toute sécurité tout en respectant l'environnement".

« Le set de table AutocreA correspond pleinement à nos attentes tant en terme de visibilité que d'impact. »

Les sets sont vus par une clientèle CSP+ que nous considérons comme étant également la clientèle Michelin. »

Un support en adéquation avec l'image Premium Michelin

Il est vrai qu'AutocreA collabore depuis maintenant 10 ans avec le milieu de l'automobile, qu'il s'agisse de concessions, de centres d'entretien ou location.

Grâce au set de table, les concessions

prennent le relais de la communication nationale au niveau local afin de promouvoir leurs produits et services.

« Nous avons communiqué sur le "pack Hiver" Michelin donc sur les chaînes, raquettes, gratte-givre... »

Le set étant diffusé dans un grand nombre de villes en France et notamment dans les zones "d'achat blanches" comme Grenoble, Lyon ou Chambéry, nous touchons directement une clientèle susceptible de partir au sport d'hiver et de s'équiper avec les solutions Hiver Michelin. »

Il y a de grosses thématiques sur les accessoires Michelin, François Maradan se concentre d'ailleurs actuellement sur le "pack Eté" qui offrira des solutions optimum aux contraintes estivales tant au niveau de l'entretien que de la sécurité.

Pour la petite histoire, Bibendum est né en 1898 de l'étroite collaboration des frères Michelin et du talentueux affichiste Marius Rossillon. C'est en 1854 lors de l'Exposition universelle de Lyon qu'une pile de pneus les inspira.

MOBALPA



MOBALPA

Olivier ROMAN

ROUEN \ \ Marcel et Paul Fournier lancent en 1949 la marque Mobalpa en se spécialisant dans le meuble de cuisine.

Dans les années 80, la marque s'ouvre à l'international en créant son département export et en proposant sur le marché, 40 modèles de cuisine avec un choix de 189 façades.

Dans les années 90, Mobalpa étend son offre avec une gamme de salles de bain puis de meubles de rangement. Aujourd'hui, le Groupe tend vers une image de qualité et de respect de l'environnement.

Le set innovant... et dans l'ère du temps

Le magasin Mobalpa de Rouen existe depuis une trentaine d'années et Olivier Roman s'est associé à cette marque depuis plus d'un an.

Il a décidé de communiquer sur les sets de table AutocreA car « la clientèle des brasseries correspond à 100% à notre cible. »

Nous ne communiquons que rarement et notre choix s'est porté sur le set de table que nous trouvons innovant et dans l'ère du temps.

Il faut savoir se diversifier et se démarquer en terme de communication. De plus, le budget de 3 parutions d'un mois chacune me semble raisonnable comparativement à d'autres supports existants.

En collaborant avec AutocreA, nous prenons le relais sur la publicité nationale entreprise par le Groupe Mobalpa. Le set de table est un bon complément de communication au niveau local, il nous permet d'entretenir une image moderne et d'asseoir notre notoriété dans la région normande. »

SOLMUR

Guillaume MARTIN

**GRAND OUEST NORMANDIE - BRETAGNE \\
Michel Martin crée en 1957 la société Solmur et se lance dans la distribution des revêtements de sols et murs. C'est en 1967 que la première agence ouvre à Caen. Aujourd'hui, 16 agences sont réparties dans le grand Ouest sur la Normandie et la Bretagne.**

Guillaume Martin est responsable Marketing du Groupe depuis 6 ans. « Le set de table AutocreA est un support de qualité à la fois éphémère car les sets sont renouvelés tous les mois et récurrent car tous les jours, les visuels sont disposés sur les tables des brasseries.

Le message véhiculé est donc vu et lu quotidiennement. Le ciblage est très précis, on sait vers qui on communique. Les personnes déjeunant dans les restaurants sont en effet dotées d'un pouvoir

d'achat certain et donc sensibles à notre communication sur le set de table.

Ce qui me satisfait tout particulièrement est la communication de proximité et les sets étant distribués dans les brasseries locales, ce sont les personnes habitant ou travaillant aux alentours des agences, les premières touchées.

Un support de qualité

L'objectif est de construire et d'améliorer l'image de Solmur avec un message récurrent.

Certaines de nos agences sont récentes. Nous avons donc besoin, d'une part, de notoriété et d'autre part, de promouvoir notre activité parallèle qui est le carrelage. C'est typiquement le cas des villes de Saint Lô et d'Evreux. »

SOLMUR



PEUGEOT AZUR

Joël VERANY



PEUGEOT



**ANTIBES \\
PSA innove sans cesse et axe sa force et sa communication sur des véhicules à faible émission en CO2, sur la sécurité routière avec « l'appel d'urgence » qui est un système destiné à améliorer l'intervention des secours et sur la politique d'un dialogue social permanent.**

Peugeot Azur compte 6 points de vente dans la région : Antibes, Cagnes-sur-Mer, Grasse, Mougins, Nice et Nice Riquier. Joël Verany est le Directeur du site d'Antibes depuis un an et demi et a choisi de diversifier son mode de communication en optant pour le set de table AutocreA.

« **L**e set est un moyen direct de communiquer en terme d'image et à titre informatif sur nos actualités. La diffusion mensuelle, la durée déterminée et la distribution auprès de nombreuses brasseries de qualité locales sont les atouts majeurs qui nous ont séduits. »

Le set AutocreA cible ainsi une large clientèle grâce aux divers établissements dans lesquels il est implanté dans la ville et génère donc une visibilité récurrente et régulière. Une équipe de commerciaux et de graphistes est quotidiennement à l'écoute des multiples demandes de leurs clients.

Peu d'encarts publicitaires pour une bonne visibilité

« Les graphistes nous font des propositions qualitatives. Ils savent être réactifs et font preuve de professionnalisme. »

AutocreA n'en est pas à son coup d'essai avec les concessions automobiles, la société collabore entre autres avec Peugeot dans 90% des villes dans lesquelles elle est implantée : Caen, Versailles, Antibes, Nice, Ajaccio...

Cela permet aux franchisés ainsi qu'aux commerciaux AutocreA d'échanger, d'avoir une totale maîtrise des actualités Peugeot et de les traiter de façon optimale.

GROUPE HESS

Florent PIERRON



NANCY \ \ Le Groupe Hess existe depuis 60 ans et s'étend sur le quart Est du territoire. Florent Pierron, Directeur du site de Nancy depuis mai 2011 représente les concessions Nissan, Suzuki et Chevrolet et consacre et axe son plan média sur la diversification de supports de communication.

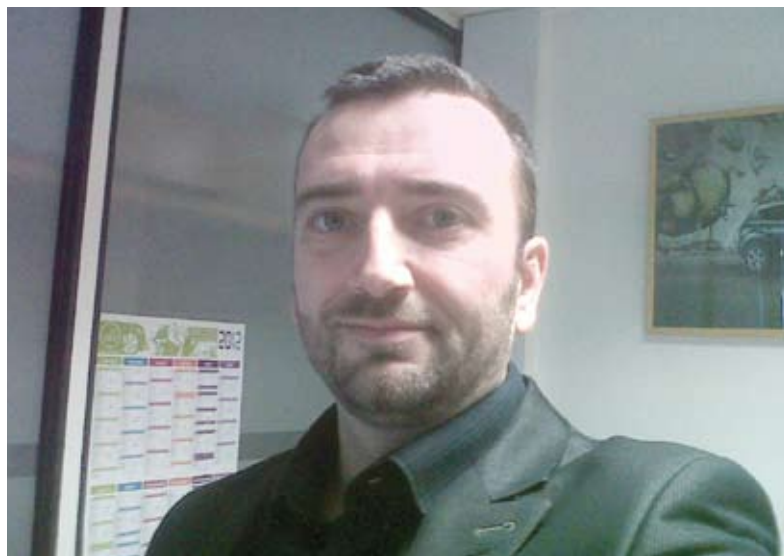
Son dernier choix s'est dirigé vers le set de table AutocreA. Florent Pierron apprécie le concept du « Wait Marketing » (publicité pendant les moments d'attente).

«Wait Marketing : Publicité dans les lieux d'attente»

En effet, « le déjeuner est un moment pri-

vilégié, l'occasion de discuter de la publicité que l'on a sous les yeux. Cela occupe et distrait les clients qui attendent de passer leur commande.

Le choix des brasseries dans lesquelles s'effectue la distribution des sets est optimisé. La cible correspond totalement à notre clientèle. Un monsieur intéressé par un utilitaire s'est d'ailleurs présenté à la concession avec le set de table. Nous communiquons 6 mois de l'année



sur ce support innovant pour la période des portes ouvertes ainsi que pour les nouveaux modèles ou nouvelles motorisations. »

BSA CHEVROLET NORD ATLANTIQUE

Stéphane GUYOMARD



ORVAULT \ \ Chevrolet Europe a entamé son développement il y a maintenant 6 ans en France. La progression est intense depuis ces 3 dernières années et les modèles de la marque ont été adaptés au marché européen. Distributeur et réparateur agréé Chevrolet à Orvault, la concession BSA Atlantique vous propose les meilleurs conseils et les meilleures offres sur les Chevrolet neuves ou d'occasion, ainsi que sur les services et entretien de toute Chevrolet.

Stéphane Guyomard, Responsable Commercial Chevrolet de la concession de Orvault (ZI de Nantes), avoue avoir un grand besoin de communiquer afin de mettre en avant la marque et les modèles en constante évolution. « Le set de table AutocreA nous propose une très bonne visibilité, un coût tout à fait raisonnable et ceci pour une durée d'un mois et une diffusion intense et large dans les brasseries locales. » Stéphane Guyomard se concentre entre autres sur l'expansion du service « Chevrolet Business » qui s'adresse exclusivement aux sociétés. Les modèles AVEO et CRUZ ont tous deux été réajustés aux besoins des professionnels : sièges 2 places, faible émission en co2... L'objectif commercial pour ce Responsable des Ventes est donc volumineux sur Nantes et sa région.

La communication est indispensable

La communication est indispensable à des fins promotionnelles certes, avec trois Week-ends Portes ouvertes par an, mais également afin de faire évoluer l'image de Chevrolet dans l'esprit des Français. Donc, plus la marque sera vue par l'intermédiaire du set de table AutocreA, plus les répercussions se feront sentir.

SKODA

Philippe CERVONI



AJACCIO - BASTIA \ \ Marque du Groupe Volkswagen depuis 1991, Skoda couvre la majeure partie du territoire français avec 138 points de vente et 206 points de service en France. Depuis 2004, le volume des ventes a plus que doublé. Il faut dire que Skoda propose une gamme complète et entièrement renouvelée. Le prochain lancement est prévu pour le 24 mai 2012 avec la Citigo, petite citadine et « cousine » de la Volkswagen Up !



Depuis 10 ans, Philippe Cervoni partage sa passion et son expérience au sein des deux concessions Skoda de Bastia et Ajaccio.

« Le set de table AutocreA est fort appréciable puisque la diffusion est large et notre visuel est vu et lu tous les jours par les clients des brasseries de la Corse du Sud et de la Haute Corse.

Notre objectif de communication concerne à 70%, les actualités et les offres promotionnelles et à 30%, l'image et la notoriété de nos deux points de vente.

Notre visuel est vu et lu quotidiennement par les clients des brasseries

Nous réservons dans notre plan média 6 à 7 mois par an pour le set AutocreA. Le reste du temps nous utilisons la radio et la presse gratuite.

Il faut se diversifier pour se faire entendre, il y a une réelle volonté de "Turn Over" dans nos recherches de supports de communication. »

CITYA IMMOBILIER

Jean-Régis ALBOUY



CAEN - ROUEN \ C'est en 1990 que Philippe Briand achète son premier cabinet à Tours. Au fil du temps, il rachète d'autres cabinets et lance l'enseigne Citya en 2003 qui est un réseau de 90 agences immobilières et administrateurs de biens en France.

Avec l'acquisition du Groupe LA SIT en juin 2010, Citya adopte un développement accru et une forte croissance externe.

Les agences proposent divers services tels que la location, la gérance locative, les transactions immobilières, la défiscalisation, la gestion et syndic de copropriété et l'immobilier d'entreprise.

L'enseigne recrute environ 200 personnes par an et c'est en partenariat avec l'Institut International de l'Immobilier, la FNAIM, Multiscore et Vincent Levandier que le Groupe assure un programme de formation permanent et intense.

Jean-Régis Albouy est gérant de 3 agences : Caen depuis 2007, Rouen et Rambouillet depuis 2011. Il élabore un plan média annuel conséquent et aime diversifier les modes de communication.

« Le set est un support de communication parfait pour la notoriété de nos agences. Il permet d'atteindre une cible locale et régionale.

Deux éditions : Caen Centre et Caen Agglo

Depuis quelques mois, la distribution s'est étendue à Caen puis deux éditions de sets sont dorénavant diffusées : Caen Centre et Caen Agglomération. Nous profitons de cet élargissement pour communiquer toujours plus.

Nous optons pour l'édition "Caen Agglo" pour nos produits excentrés et celle de "Caen Centre" pour notre marché intra-muros. »

Actuellement, sur le set de Caen Agglo, l'agence Citya plébiscite le Vivaldi, résidence de standing du studio au 4 pièces (TVA 7% - Loi Scellier).

Sur une année, Jean-Régis Albouy s'engage en moyenne pour 6 parutions mensuelles avec la société AutocreA et ce, pour chacune des trois agences.

Il nous avoue accorder beaucoup d'importance à la publicité et la visibilité de ses agences. « Nous avons pour projet de déménager nos cabinets de Caen et de Rouen afin d'améliorer l'accueil de nos clients et d'optimiser l'image de Citya. »

BÉBÉ NEUF

David DEBATY



AIX-EN-PROVENCE \ Bébé 9 est le spécialiste de l'équipement de la naissance depuis 1966 et compte aujourd'hui 185 implantations en France. Il est également le deuxième réseau français de magasins spécialisés dans la puériculture.

David Debaty a ouvert son propre magasin en 2005 sur la Zone Commerciale de la Pioline à quelques kilomètres du centre d'Aix-en-Provence.

au sein de notre boutique et avons donc effectué un sondage afin de connaître la façon dont ils nous avaient connu. Tous avaient déjeuné au moins une fois sur le set AutocreA.

Les retours sont donc positifs et concrets.

De nouveaux clients grâce au set AutocreA

« La diffusion des sets de table AutocreA dans les brasseries du centre-ville, le temps passé avec notre visuel sous les yeux sont les principales atouts de ce concept. Nous avons vu arriver de nouveaux clients

Notre clientèle se renouvelant en permanence, nous sommes contraints de communiquer très régulièrement afin de faire découvrir notre point de vente aux nouvelles futures mamans. Nous optons pour la radio en complément du set, ce qui nous permet à la fois d'être

vu et entendu.

La fréquentation ayant considérablement augmentée, nous agrandissons notre surface de vente et passons de 400 à 800m². »





MÉDITERRANÉE AUTOMOBILES Caroline MAURIN

NÎMES \ Le Groupe Maurin représente 17 marques : Volvo, Hyundai, Fiat, Jaguar, Suzuki, Nissan... et une cinquantaine de concessions en France avec entre autres Annecy, Chambéry, Aix, Toulon, Valence.

Responsable Marketing et Internet depuis deux ans, Caroline Maurin a choisi le set de table AutocreA pour bénéficier d'une visibilité optimum.

De plus, le set est diffusé à un moment opportun dans la journée et dans un lieu de convivialité.

C'est effectivement lors d'un instant de détente que les clients des brasseries se retrouvent « nez à nez » avec ce support. Ils prennent le temps de le lire et donc d'intégrer les visuels.

Le set est diffusé à un moment opportun de la journée

« Notre objectif est de créer du trafic au sein de la concession. Le set étant diffusé pendant un mois complet, cela nous permet de communiquer sur des offres promotionnelles sur certains modèles ou à l'occasion des portes ouvertes ou à titre informatif comme par exemple, pour le lancement d'un nouveau véhicule. Il s'agit actuellement de la Ford B max.

Nous entretenons de très bons rapports avec AutocreA tant au niveau commercial avec Cynthia qu'au niveau création. L'équipe est réactive et nous propose régulièrement des visuels en rapport direct avec nos actualités. »

LIGNE ROSET-CINNA Julian GRIMIGNI

ligne roset



BASTIA \ Julian Grimigni a ouvert en juillet dernier le magasin Ligne Roset-Cinna à Bastia. Il faut savoir que Ligne Roset est le seul fabricant / éditeur / distributeur de meubles français en France.

Tout débute en 1860 lorsque Antoine Roset, l'arrière-grand-père des dirigeants actuels crée une fabrique de cannes pour ombrelles. Par la suite, il utilisera son savoir-faire afin de fabriquer et de développer la réalisation d'une gamme de mobilier en bois.

À partir de 1968, associé à Michel Ducarroy, Roset révolutionne le monde du meuble et de la décoration d'intérieur et crée en 1975, la seconde marque du Groupe, CINNA.

Le support idéal, des visuels dynamiques et créatifs

Julian Grimigni souhaite à son tour révolutionner le monde du meuble et de la décoration à Bastia.

« Il est indispensable de communiquer, de se faire connaître et reconnaître », nous dit-il.

« Le set de table AutocreA est le support idéal, les visuels sont dynamiques et créatifs, à l'image de notre enseigne.

La diffusion des sets est localement

très bien étudiée, l'objectif est de voir le set dans un maximum de brasseries et un maximum de fois.

La communication est un lourd budget en terme de développement et malgré cela, le set de table AutocreA reste un support innovant et moderne.

Il est imposé aux lecteurs et est en totale adéquation avec la cible que nous souhaitons atteindre.

Les clients des brasseries qui dépendent en moyenne 15 euros par repas sont considérés comme étant CSP+ et par conséquent, susceptibles de consacrer un budget non négligeable dans la décoration et l'aménagement de leur intérieur.

Le magasin n'existe que depuis le mois de juillet 2011. Nous avons donc besoin de faire parler de notre enseigne.

Le set est un complément indispensable aux autres modes de communication que nous utilisons. »

CITROËN

Sébastien VINCANT



AMIENS \ La marque a toujours eu une forte image sur le plan publicitaire. André Citroën, fondateur de la marque en 1919 attachait beaucoup d'importance à la communication. Selon lui, la marque devait être connue de tous, dès le plus jeune âge et disait que « Les premiers mots d'un enfant devront être : Papa, Maman et Citroën ».

Sébastien Vincant, Chef des ventes de la concession Citroën de la ville d'Amiens depuis janvier 2006. Il communique très régulièrement sur le set de table AutocreaA.

« Le concept est original et nous permet de toucher une clientèle déjeunant sur le set dans les brasseries du centre-ville.

Notre volonté est bien sûr de faire parler de notre concession mais aussi de communiquer sur nos nouveaux produits.

En ce moment, nous axons notre information sur la gamme DS.

Nous communiquons 10 mois dans l'année

Nous sommes fidèles au set de table et consacrons une belle part de notre communication à ce support innovant. Cette année encore, 10 parutions sont planifiées notamment pour la sortie de la C4 Aircross en avril. »



JARDINERIE

BOTANIC

Eric BERTA



STRASBOURG \ L'entreprise Botanic a été créée en 1995. Très impliquée sur les sujets de l'environnement, c'est en 2005 que le Groupe a décidé d'adopter une démarche volontaire et responsable visant à augmenter les actions moins polluantes et plus écologiques en supprimant totalement les pesticides et les engrais chimiques. Il existe aujourd'hui 66 jardinerie Botanic en France.

Eric Berta, Directeur de La Jardinerie Botanic de Strasbourg depuis 23 ans et demi.

« Le set de table AutocreaA est un bon moyen de communication tant au niveau de la notoriété que des périodes promotionnelles. L'avantage est le grand nombre de sets diffusés sur une longue période et pour un coût raisonnable.

Plus la publicité est vue, plus vite elle est intégrée

Plus la publicité est vue, plus vite elle est intégrée. Nous communiquons toute l'année avec un renforcement important au Printemps, au moment de "l'Eveil des Jardins". »

BRASSERIE PARTENAIRE



L'AGORA

Julien MIRALLES

15, rue de Madrid - Vitrolles - Tél. 04 42 10 41 39

VITROLLES \ Rendez-vous connu du Parc d'activités de Vitrolles, où cadres et chefs d'entreprise viennent régulièrement déjeuner.

Julien Miralles est gérant de cet établissement depuis deux ans et c'est avec entrain qu'il accueille chaleureusement ses clients au quotidien.

Après avoir été gérant d'une brasserie à Marseille, Julien Miralles, jeune entrepreneur de 29 ans a décidé d'ouvrir L'Agora à Vitrolles, située

à mi-chemin entre Marseille et Aix-en-Provence.

« Nous faisons 4.000 couverts par mois. Notre équipe est réactive et efficace ; par conséquent nous fidélisons notre clientèle. Nous dressons les sets AutocreaA depuis deux ans et cela nous permet certes de faire des économies puisqu'ils nous sont livrés gracieusement mais nous remarquons également que les clients apprécient de pouvoir se distraire en attendant leur commande.

Cynthia Debaty, de la société AutocreaA, livre tou-

jours les sets en temps et en heure. Nos rapports sont très agréables. Il s'agit d'un partenariat basé sur la confiance puisque nous nous engageons à dresser les sets tous les jours en respectant les nouvelles éditions chaque mois et Cynthia nous garantit une livraison correspondant au nombre de couverts mensuels.

Je suis ravi que l'Agora ait été sollicitée pour faire partie du réseau de brasseries local AutocreaA, cela lui permet d'élargir son panel de diffusion. »