

AutocreA News

TOUTE L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU



CRÉDIT AGRICOLE NORMANDIE SEINE



Myriam HENRI

CHARGÉE DE COMMUNICATION EXTERNE

ROUEN \ LA CAISSE RÉGIONALE DU CRÉDIT AGRICOLE NORMANDIE SEINE, DONT LE SIÈGE EST SITUÉ À BOIS-GUILLAUME (76), COMPTE PAS MOINS DE 350 COLLABORATEURS. L'INTÉRIEUR DES BUREAUX A ÉTÉ ENTièrement RÉNOVÉ, PLACE À DES ESPACES OUVERTS AVEC DES PÔLES DÉDIÉS À CHAQUE SERVICE ET UNE AMBIANCE DE TRAVAIL CONVIVIALE. UN JOLI PATIO FLEURI TRÔNE AU CENTRE DE L'ÉTABLISSEMENT, VÉRITABLE PUTTS DE LUMIÈRE ET LIEU IDÉAL POUR UN PETIT INSTANT DE DÉTENTE.

riat dans le milieu associatif et sportif. Il faut équilibrer et répartir notre plan média sur les villes de Rouen, Evreux et du Havre », nous explique Myriam Henri.

« Depuis un an et demi, le site www.lempreintedunebanque-regionale.fr est en ligne, l'objectif étant d'apporter une preuve et du concret à nos campagnes de communication », ajoute-t-elle.

« Normandie Seine est la première banque des professionnels dans la région », nous confie Myriam Henri, « et afin de perpétuer ce niveau, nous devons entretenir une image appropriée auprès de notre panel de clientèle : les jeunes, avec l'organisation d'événements comme le " CA Musik Game dans les Universités rouennaises ", le " Summer Musik Show " (karaoké géant, place Saint Marc), ou notre partenariat pour le concert de " Skip the Use ", le 8 novembre prochain au Havre.

C'est aussi auprès des CSP+ et des professionnels que nous devons conserver une image de proximité et de disponibilité.

Le set de table est tout à fait en accord avec nos besoins en terme d'impact pour les CSP+ et les profes-

siomels. Il s'agit d'un support imposé au lecteur sans pour autant être intrusif.

Les clients des brasseries peuvent voir notre visuel une multitude de fois dans le mois et ce, dans un environnement convivial et non financier ».

LE SET DE TABLE EST UN SUPPORT IMPOSÉ AU LECTEUR SANS ÊTRE INTRUSIF

Il y a certes l'aspect innovant et impactant du set AutocreA, mais Myriam Henri met également un point d'honneur à collaborer avec les entreprises locales. Cette jeune femme déterminée et débordante d'idées défend avec ardeur ses opinions et ses objectifs de communication.

De belles années de collaboration sont à présager entre La Caisse Régionale du Crédit Agricole Normandie Seine et AutocreA. Ce fut captivant et très enrichissant de découvrir en détail les missions de communication menées par cette femme de choc et l'équipe de communication externe qui, de surcroît, a rendu cette interview intéressante et constructive.

Un parcours atypique pour cette jeune femme dynamique et pétillante. Elle nous avoue être au Crédit Agricole depuis 30 ans.

« J'ai commencé au guichet puis j'ai découvert le métier de Conseiller en Risques, Crédit, puis pour les professionnels pendant 8 ans. Relayée ensuite à la Formation Risques et Crédit pendant 3 ans, j'ai également fait de l'audit bancaire pendant 6 ans et ma carrière à la communication a débuté il y a maintenant 7 ans ».

Cinq personnes sont chargées de la communication du Crédit Agricole pour la région et le travail ne manque pas : animations jeunes, réseaux sociaux, relations presse, événements musicaux, partena-

GRENOBLE & CHAMBÉRY \\ Michel DOUROU

SPECIALISTE DE LA ROUTE & RETAIL PENDANT PLUS DE 15 ANS, PUIS RESPONSABLE SECTEUR PENDANT PRÈS DE 4 ANS CHEZ UN DES LEADERS DE LA DÉCORATION ET DES FLEURS ARTIFICIELLES, MICHEL DOUROU A RESENTI UN GRAND BESOIN D'ÉVOLUER PROFESSIONNELLEMENT.

Pourquoi la franchise ? À cela, Michel Dourou nous répond que « bénéficier de l'appui d'un groupe permet de minimiser les risques d'échec ». C'est suite à la lecture d'une publicité AutocreA dans « l'Automobile Magazine » que Michel décide de se mettre en relation avec le réseau. Il nous confie avoir eu de bons échanges avec les franchisés AutocreA installés depuis plusieurs mois.

« Le développement d'un jeune réseau, d'un concept innovant et générant des perspectives intéressantes à moyen terme m'a fortement motivé à m'engager dans cette nouvelle aventure », déclare-t-il. Une fois les démarches administratives entreprises, le candidat a pu suivre la formation AutocreA afin d'entamer la pros-

pection auprès des brasseries et des annonceurs locaux. C'est en juin 2012 que ce nouveau franchisé a sorti sa 1^{ère} édition à Grenoble grâce, entre autres, aux différents outils mis à sa disposition par le franchiseur : le book de lancement (présentation du concept, argumentaires de vente...), l'Autocreabox (logiciel intranet permettant d'accéder aux informations administratives et commerciales du réseau en temps réel) et le book set (ensemble des éditions de sets de chaque ville).

LES RAPPORTS ET LES ÉCHANGES AVEC L'ENSEMBLE DES FRANCHISÉS AUTOCREA SONT DES POINTS POSITIFS

De plus, « les rapports et les échanges avec l'ensemble des franchisés AutocreA sont des points positifs », souligne Michel Dourou. « J'ai certes débuté par Grenoble, ville qui m'était quasi inconnue tant au niveau du tissu économique que géographique mais je m'efforce de



tenir mes engagements et compte ouvrir ma 2^{ème} ville (Chambéry) avant fin 2012 », affirme-t-il. Un bilan plutôt positif pour ce tout jeune franchisé qui ne manque ni de motivation, ni de détermination.



Yannick Vanloo reconnaît avoir été interpellé par le réseau AutocreA lors de sa prospection sur Internet, sur le site de l'Observatoire de la Franchise.

« L'originalité du concept et la possibilité de bénéficier d'un savoir-faire éprouvé depuis plus de 10 ans m'ont immédiatement rassuré », nous dit-il. Il est vrai que le set de table AutocreA créé en 2003 par Henry Cavelan, a pu être testé sur 7 unités pilotes pendant 7 ans avant d'opter pour un développement en franchise.

LILLE & VALENCIENNES \\ Yannick VANLOO

DOTÉ D'UNE EXPÉRIENCE DANS LA LOGISTIQUE ET LE COMMERCIAL, YANNICK VANLOO ASPIRE À UNE CARRIÈRE PROFESSIONNELLE PLUS PERSONNELLE. IL NOUS AVOUE SON « ENVIE DE VOLER DE SES PROPRES AILES ».

Selon Yannick Vanloo, les principales difficultés du métier sont de « réussir à s'implanter et à s'imposer dans les grandes villes auprès des annonceurs ayant déjà leurs habitudes en terme de communication ».

BÉNÉFICIER D'UN SAVOIR-FAIRE ÉPROUVÉ DEPUIS PLUS DE 10 ANS

Mais doté de la fibre commerciale et appréciant le contact humain, le franchisé lillois nous confie sa volonté et sa détermination à suivre le fil conducteur instauré par le réseau AutocreA.

Il rajoute que « chaque franchisé peut compter sur une assistance permanente et très utile et que le franchiseur

répond toujours présent lors de sollicitations ».

La tête de réseau respecte donc son engagement quant à l'aide et à la formation de ses franchisés.

« Si je devais conseiller un nouveau candidat à la franchise AutocreA », profère Yannick Vanloo, « je lui recommanderais de prendre son temps pour l'élaboration du réseau de brasseries ainsi que pour l'étude du fonctionnement des différentes enseignes locales. »

Yannick Vanloo s'est fixé comme objectif la signature de contrats à long terme sur sa première édition lilloise.

LES ANNONCEURS PARLENT DE NOUS

VOLKSWAGEN Rodolphe TOUQUET



**LE HAVRE \\
COMP-TANT LES PRESTIGIEUSES MARQUES AUDI, SKODA, SEAT, VOLKSWAGEN GROUP FRANCE ENREGISTRE UN RECORD DES VENTES EN 2011 AVEC PAS MOINS DE 300 000 VÉHICULES ÉCOULÉS.**

Après avoir été absent pendant 7 ans au Havre, la marque Volkswagen a pu revoir le jour grâce à Rodolphe Touquet, fondateur de la concession havraise depuis 2006.

« Il a fallu se faire connaître dans la

ville et dans la région. Depuis 2007, date officielle de l'ouverture, je communique très fréquemment sur le set AutocreA », nous dit Rodolphe Touquet.

« Ce concept permet une grande visibilité, il est original et innovant ».

PERMET UNE GRANDE VISIBILITÉ, ORIGINAL ET INNOVANT

Outre les supports classiques type 4/3, radio ou presse spécialisée,



Rodolphe Touquet nous avoue que le set AutocreA lui apporte un complément concret au niveau de la communication de sa concession. Les répercussions sont réelles puisque « bon nombre de personnes me font régulièrement la

CAFPI Mickaël MAILLET



**NICE \\
AUJOURD'HUI N°1 DES COURTIERSEN PRÊTS IMMOBILIERS, LA CAFPI COMPTE PAS MOINS DE 63 AGENCES RÉPARTIES SUR LE TERRITOIRE.**

Après avoir été responsable de l'agence de Nice pendant plusieurs années, Mickaël Maillet se voit confier la responsabilité de la région PACA. Véronique Iannone, franchisee AutocreA de la ville de Nice l'a rencontré afin de lui présenter le set de table publicitaire. Immédiatement séduit par



le concept, les notions de « Wait Marketing », le côté novateur du support et les retours positifs de la CAFPI de Mougins, fidèle partenaire AutocreA, ont encouragé Mickaël Maillet dans sa décision.

« Il s'agit d'un support adapté à nos attentes. Pour la notoriété de la CAFPI dans la région, le set AutocreA est idéal », nous confie-t-il.

EN ADÉQUATION AVEC NOS ATTENTES

« Nous communiquons sur des supports classiques type 4/3 ou presse régionale et le set nous apporte de la nouveauté, du dynamisme et un plus en terme d'image ».



PLANÈTE YAM Stéphane YAMAHA CARMOINE

RENNES \ YAMAHA, SOCIÉTÉ JAPONAISE FONDÉE EN 1887 PAR TORAKUSU YAMAHA, INITIALEMENT HORLOGER ET MÉCANICIEN. L'ENTREPRISE SPÉCIALISÉE DANS LES INSTRUMENTS DE MUSIQUE ET NOTAMMENT LES PIANOS SE DIVERSIFIE ET SORT EN 1955 SA 1^{ÈRE} MOTOCYCLETTE. AUJOURD'HUI, YAMAHA EST L'UN DES DEUX PLUS GRANDS FABRICANTS DE PIANO ET UN DES LEADERS DU DEUX ROUES.

Stéphane Carmoine a repris le magasin Planète Yam de Rennes il y a 14 ans. Dans un souci permanent de notoriété, il n'hésite pas à tester les supports dans l'ère du temps et souhaite se démarquer en communiquant sur les sets de table AutocreA.

MOMENT DE DÉTENTE, LECTEUR PLUS RÉCEPTIF

Olivier Pillon, franchisé de Rennes, a su lui prouver que le concept basé sur le « Wait Marketing » (publicité dans les lieux d'attente) était idéal pour la notoriété ou l'annonce de promotions éventuelles. Stéphane Carmoine acquiesce et confirme que « lors du repas, notre regard se pause indéniablement sur le set et donc sur les publicités. Il s'agit d'un moment de détente pendant lequel le lecteur est plus sensible et donc plus réceptif au message publicitaire. De plus, le rapport qualité/prix est satisfaisant et la distribution dans les brasseries locales est large et bien répartie ».

Le set AutocreA convient parfaitement à ce chef d'entreprise rennais et lui procure un réel regain de notoriété.



Vincent Perfettini, basé à Bastia et Directeur Général de la filiale, nous fait part des raisons l'ayant conduit à intégrer le set de table AutocreA dans son plan média : « Il s'agit d'un concept abouti, gage de sérieux et de fiabilité. Le set touche un public a priori actif pendant un moment de détente et de



VITO - CORSE Vincent PERFETTINI

BASTIA \ VITO CORSE, FILIALE DU GROUPE RUBIS EST EN CHARGE DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS PÉTROLIERS EN CORSE DEPUIS NOVEMBRE 2009. À CE JOUR, 41 STATIONS VITO SONT RÉPARTIES SUR L'ÎLE.

convivialité, les clients sont donc plus réceptifs aux publicités figurant sous leurs yeux », nous dit-il.

CONCEPT ABOUTI, GAGE DE SÉRIEUX ET DE FIABILITÉ

Fidèle annonceur sur le set AutocreA depuis mars 2012, Vito renouvelle une dizaine de parutions pour l'année en cours sur les éditions de Bastia et d'Ajaccio. « Le set est distribué auprès de bonnes adresses au niveau

local, il nous procure une certaine notoriété en touchant directement une clientèle touristique et régionale ».

Vincent Perfettini conclut cette interview en nous rappelant l'importance des relations humaines. En effet, « la collaboration avec la société AutocreA, et notamment avec Angélique Mathieu, se déroule à merveille. Son dynamisme et son professionnalisme apportent une valeur ajoutée au concept ».

ELLIPSE Guillaume BRAHIC



DIEPPE \ LE GROUPE ELLIPSE A ÉTÉ FONDÉ EN 2009. L'ACTIVITÉ EST BASÉE SUR LA GESTION D'ÉQUIPEMENTS POUR LES COMPLEXES AQUATIQUES, LES SPA, LES ESPACES WELLNESS, FITNESS ET LES PATINOIRES. IL EXISTE AUJOURD'HUI 30 SITES EN DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC SUR L'ENSEMBLE DU TERRITOIRE.

Guillaume Brahic est l'un des fondateurs de cette entreprise. Il gère entre autres le Complexe de Dieppe depuis sa nomination en mai 2012.

« L'image globale du Centre est à revoir », nous confie-t-il. Autrefois appelé les « Bains de Dieppe », Ellipse a décidé de transformer la Thalasso en Spa et de rebaptiser le Complexe dieppois, « le Carré ». Le set de table AutocreA a donc été voté afin de promouvoir ce nouvel espace.

« Le côté direct avec le client pendant

un moment de loisir tel que le déjeuner est idéal pour capter son attention. La clientèle touristique est également directement concernée. Nous constatons une très bonne réception aux offres et éventuelles promotions, en particulier pendant la période estivale », précise Guillaume Brahic.

UN RÉEL PARTENARIAT ENTRE AUTOCREA ET ELLIPSE

Parallèlement, Ellipse est en relation avec Étienne DUGNY, franchisé



AutocreA de Strasbourg. « Plusieurs parutions sur l'espace « Iceberg » ont été signées ces derniers mois », ajoute Guillaume Brahic.

Un réel partenariat s'est donc instauré entre l'enseigne AutocreA et la société Ellipse, de nouvelles parutions sont d'ailleurs en cours de négociation.



LYNX OPTIQUE Mickaël DECOUACON

CAEN \ LYNX, CRÉÉ EN 1968, A ÉTÉ RACHETÉ PAR LE GROUPE GULDINVEST EN 2003 QUI DÉTIENT ÉGALEMENT LES ENSEIGNES KRYS, VISION PLUS ET VISION ORIGINALE. AVEC ENVIRON 30% DES PARTS DE MARCHÉ, LE GROUPE EST LEADER DE L'OPTIQUE EN FRANCE.

Caen Mondeville et le second à Cherbourg.

COLORÉ, DE BONNE QUALITÉ ET AVEC UNE BONNE DIFFUSION

Afin de perpétuer les valeurs de Lynx considérées comme étant imaginatives et innovantes, c'est à travers un support de communication lui-même innovant et dynamique que son choix s'est porté. Après avoir mis en avant

grâce au set AutocreA des marques prestigieuses et tendances comme Dior, Chanel ou Pepe Jeans, Mickaël Decouacon décide de communiquer ce mois-ci sur une offre promotionnelle de « 50% sur la 2^{ème} paire de marque ». Il nous définit le set de table AutocreA comme étant : « Coloré, de qualité et avec une bonne diffusion ». Ce dernier est en effet distribué à Caen à 80 000 exemplaires par mois, dans 35 restaurants partenaires.

SUZUKI / PGA MOTORS

Vincent MÉTAIS

NANTES \ VINCENT MÉTAIS, RESPONSABLE DU SITE SUZUKI DE NANTES DEPUIS DEUX ANS, FUT AUPARAVANT RESPONSABLE MARKETING VOLKSWAGEN ET AUDI DES CONCESSIONS DE RENNES ET DE NANTES. TRÈS IMPLIQUÉ DANS L'ÉLABORATION DU PLAN MÉDIA, IL NOUS AVOUÉ CONSACRER BEAUCOUP DE TEMPS QUANT AU CHOIX DES DIFFÉRENTS SUPPORTS.

À l'affût de concepts innovants, Vincent Métais a immédiatement été tenté de tester le set de table publicitaire. Suite à plusieurs parutions depuis janvier 2012, il nous confie aujourd'hui que « le set touche une cible dynamique, active

et Premium ». Il est vrai que les personnes dépensant en moyenne 12 € par jour dans les brasseries sont considérées comme des CSP+. Elles constituent une cible "d'urbansetters" influente, captive et incontournable pour les marques.

Cette population active apprécie de s'octroyer une pause quotidienne pendant laquelle elle est « attentive et réceptive ».

INDISPENSABLE À UNE BONNE CAMPAGNE

En plus des modes de communication traditionnels, ce responsable Suzuki définit le set de table AutocreaA comme étant « un complément indispensable » à une bonne campagne. « Plus on est vu, lu et entendu, plus le message que nous véhiculons est imprégné. Nous avons



sans cesse de nouvelles actualités, entre les portes ouvertes et les nouveaux modèles, nous communiquons donc toute l'année avec des pics d'avril à juin et de septembre à octobre. Le prochain grand rendez-vous aura lieu du 29 septembre au 14 octobre 2012 pour le Mondial de l'Automobile ».



AUTOCREA FRANCE

SALONS DE LA FRANCHISE \

Dans un souci perpétuel de développement, le réseau AutocreaA participe chaque année aux différents événements liés à la Franchise.

La rencontre avec les candidats désireux de créer une franchise est fondamentale. L'équipe AutocreaA se tient à leur disposition afin de leur exposer les avantages et les atouts du concept du set de table publicitaire. Les prochaines implantations prioritaires souhaitées sont : Cholet, Annecy, Annemasse, Avignon, Orange, Bayonne, Pau, Besançon, Pontarlier, Bordeaux, Arcachon, Brest, Quimper, Calais, Dunkerque, Clermont-Ferrand, Limoges, Dijon, Beaune, La Rochelle, Royan, Le Mans, Laval, Lens, Douai, Lorient, Vannes, Metz, Thionville, Montpellier, Béziers, Mulhouse, Colmar, Perpignan, Narbonne, Poitiers, Niort, Reims, Chalons-en-Champagne, Toulon, Hyères, Agen, Tours, Orléans, Troyes, Nogent-sur-Seine, Valence, Montélimar.

LYON \

Le 18 octobre prochain, AutocreaA sera présent au Forum de la Franchise de Lyon, 4^{ème} édition organisée par la CCI de Lyon et ses partenaires. Plus de 70 exposants seront présents.

MARSEILLE \

Le salon de la Création d'Entreprise en Franchise aura lieu les 12 et 13 novembre 2012, au Palais de la Bourse dans le quartier du Vieux Port de Marseille. L'occasion de rassembler des dizaines d'exposants, de banquiers partenaires et d'experts prêts à répondre aux diverses questions des visiteurs. Des conférences et des ateliers seront également planifiés afin de renforcer les connaissances des futurs entrepreneurs à la franchise.

AUTOCREA CHALLENGE \

Lors de la convention AutocreaA du 12 juillet dernier, Etienne Dugny a remporté le prix de l'Autocrea Challenge. Le franchisé de Strasbourg et Nancy, talonné de près par Angélique Mathieu, franchisée de l'Île de Beauté, a, en effet, réalisé le meilleur chiffre d'affaires du réseau sur les mois d'avril, mai et juin. C'est donc avec un magnifique bagage Longchamp qu'il est reparti, motivé et confiant dans sa région.



BRASSERIE PARTENAIRE



DÉTENDS-TOI ENCORE Schauffeur MOGNY

LYON \ BRASSERIE ORIGINALE, AMBIANCE DÉCALÉE ET CARTE ARBORANT DES NOMS DE PLATS SURPRENANTS, SCHAUFFEUR MOGNY EST À L'ORIGINE DE CE LIEU ATYPIQUE ET CHALEUREUX DEPUIS UNE QUINZAINE D'ANNÉES. D'ABORD INSTALLÉ SUR LES QUAIS DES CÉLESTINS, C'EST AU CŒUR DE LYON ET À QUELQUES PAS DE LA RUE MERCIÈRE, LA RUE DES RESTAURANTS, QUE CET ÉTABLISSEMENT S'EST IMPLANTÉ IL Y A 4 ANS.

« Emmenez-moi danser ce soir », « Besoin de rien, envie de toi », « Capri, c'est fini », tels sont les noms de plats proposés par la brasserie. « Nous changeons la carte tous les

4 mois afin de surprendre et de satisfaire notre clientèle », nous

LES CLIENTS RÉCLAMENT... UN STYLO... POUR... FAIRE LES JEUX

précise le gérant.

« Nous effectuons environ 2500 couverts par mois et j'avoue que la mise en place et l'organisation est plus simple et plus rapide depuis que Laurent Couturier (franchisé AutocreaA de Lyon et Saint-Etienne) nous livre les sets tous les mois. Chauffeur Mogny ne manque pas de nous préciser que les sets sont qualitatifs tant au niveau du papier que de la mise en page et il ajoute que « les clients réclament très souvent un

stylo pour pouvoir faire les jeux figurant sur le set ».

Ils ont au choix un Sudoku, des Mots Mélangés ou le Fubuki, dernier jeu dérivé du Sudoku.

Le set AutocreaA procure donc pleine satisfaction aux restaurateurs ainsi qu'à leurs clients. Ce n'est donc pas un hasard si ce lieu atypique est partenaire d'un support publicitaire innovant !

Détends-toi encore

6, Rue Petit David
69002 LYON
Tél. 04 78 42 54 51

Du lundi au samedi
de 12:00 à 15:00

AutocreA News

TOUTE L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU

Édito

RENTRÉE DES ENTREPRENEURS : COMMENT LIMITER LES RISQUES ?

AVOIR L'ESPRIT D'ENTREPRENDRE, C'EST AVOIR ENVIE DE CRÉER, ENVIE D'APPRENDRE.
UNE FOIS LE SECTEUR D'ACTIVITÉ TROUVÉ ET LE CONCEPT DÉBUSQUÉ, IL EST FONDAMENTAL DE FAIRE PREUVE DE DÉTERMINATION ET DE TÉNACITÉ.



Avec de l'audace on peut tout entreprendre ! Néanmoins afin de limiter les risques en cette période « houleuse », mieux vaut miser sur une forme d'entrepreneuriat structurée et stable.

La franchise semble représenter en tous points cette analyse. Le produit ou le concept ayant été testé plusieurs années sur des unités pilotes, l'avantage est de pouvoir bénéficier d'un savoir-faire éprouvé, de récolter les bases d'une expérience solide ainsi que d'une notoriété certaine.

Tout franchisé reçoit en prémices, une formation intense, théorique et pratique dans le but d'être imprégné du mode de fonctionnement du réseau.

AVEC DE L'AUDACE, ON PEUT TOUT ENTREPRENDRE

Ensuite, le secret de l'ascension réside dans la cohésion et la synergie de l'équipe. Il faut avoir une vision globale et partagé des objectifs.

Rejoindre un réseau de franchise, c'est vous offrir l'opportunité de créer votre propre entreprise. Afin de réaliser le projet de milliers d'entrepreneurs dans leur reconversion ou dans leur création, de nombreuses manifestations liées à la création d'une franchise sont organisées toute l'année en France. L'occasion d'aller à la rencontre des différentes enseignes, de discuter avec les experts et de participer aux conférences animées par des professionnels.

Ce n'est pas un hasard si de nouveaux concepts se lancent en franchise. La formule prouve une résistance réelle et certaine face à une conjoncture difficile.

Henry CAVELAN
Fondateur & Dirigeant AutocreA France

Henry Cavelan

