

Autocrea News

TOUTE L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU

DES RÉSEAUX DE DIFFUSEURS HAUT DE GAMME.



COMMUNIQUER AU BON ENDROIT ET AU BON MOMENT

RESTAURANT, CAFÉ, SALON DE COIFFURE, BAR, CLUB, HOTEL, SALLE DE FITNESS, COMMERCE...

La distribution permet de mettre à disposition du consommateur final les biens et services. Cette démarche consiste à sélectionner et à gérer un ensemble de moyens pour que les produits soient disponibles et visibles au bon endroit, dans les quantités voulues et dans les conditions matérielles les plus propices à susciter un intérêt. Les intermédiaires constituent alors les éléments fondamentaux du canal de distribution de l'entreprise.

Par exemple dans le cadre d'une distribution sélective, l'agence choisit un nombre restreint de partenaires, en fonction de certains critères : taille du magasin, de l'établissement, emplacement, agencement, image de marque... Le canal de distribution est alors intégré à l'image de marque du produit.

Autocrea, spécialisée dans la création de supports de communication innovants, a recouru à ce système de diffusion depuis plus de 12 ans.

Les établissements dans lesquels sont accueillis les sets de tables publicitaires, le guide Move'On et les couvertures de magazine sont en parfaite adéquation avec l'objectif final : communiquer au bon endroit et au bon moment.

- le set de table publicitaire, diffusé dans 630 restaurants en France
- le guide Move'On distribué auprès de 200 partenaires à Rouen
- la couverture de magazine est accueillie par 150 établissements de l'agglomération rouennaise

Les annonceurs Autocrea souhaitent véhiculer leur image auprès d'une clientèle CSP+. Le choix des restaurants pour le set de table est donc fondamental, autant que les commerçants ou les bars pour le Move'On. La composition de la liste

des points de distribution pour les couvertures de magazine a également fait l'objet d'une étude stratégique optimale.

Afin de fidéliser et de s'assurer de l'assiduité de son réseau de distribution, Autocrea s'efforce d'entretenir de bonnes relations avec chaque acteur. Des passages réguliers de contrôle et de courtoisie sont orchestrés. L'objectif de ces 3 supports de communication étant une visibilité accrue, les listings de diffusion sont en perpétuel accroissement.

Plus le réseau de distribution sera conséquent, plus les annonceurs seront vus et lus par un nombre important de clients.

Pour l'ensemble du réseau Autocrea, les diffuseurs constituent un maillon fondamental au sein de la chaîne logistique. En résulte une diffusion intense, une visibilité maximale et totalement maîtrisée.

Autocrea News

TOUTE L'ACTUALITÉ DU RÉSEAU

Édito

« LA COMMUNICATION DE PROXIMITÉ »



Les difficultés économiques rendent les entreprises soucieuses de rentabilité et de résultats alors que les consommateurs restent plutôt frileux.

Le professionnel cherche à être au plus proche du public et de ses valeurs afin de mieux répondre aux spécificités des attentes locales. Priorité donc aux relations face à face afin de conquérir et de fidéliser ses clients et prospects. La médiatisation ciblée de proximité est une solution de plus en plus prisée par les professionnels. Malgré une audience moins importante, ce type de communication se veut être très captive car plus concernée et qui plus est moins coûteuse.

AUTOCREA SE CONCENTRE SUR LA CRÉATION DE SUPPORTS PUBLICITAIRES EFFICACES AFIN DE RÉPONDRE AUX DÉSIRES DES ANNONCEURS EN QUÊTE DE NOUVEAUX OUTILS APTES À RENFORCER LEUR STRATÉGIE MARKETING.

Le set de table publicitaire, le guide Move'On ainsi que les couvertures de magazines sont de véritables vecteurs de communication de proximité. Ils permettent aux enseignes de parfaire ou d'accroître leur notoriété par zone d'exploitation, et d'intensifier la diffusion ciblée de leurs offres commerciales.

La distribution des sets de table, des guides Move'On et des couvertures de magazine est orchestrée auprès d'entreprises locales, (restaurants, cafés, salons de coiffure...). Les annonceurs connaissent la majorité de ces partenaires et peuvent ainsi toucher leur zone de chalandise, en jauger la qualité et donc déterminer leur degré de visibilité.

Henry CAVELAN
Fondateur & Dirigeant

Henry Cavelan

GUILLAUME GUERAIN \

RESPONSABLE DÉVELOPPEMENT DES COUVERTURES DE MAGAZINE

Suite à un cursus scolaire axé sur la communication des entreprises, le jeune rouennais de nature dynamique et ambitieuse fait ses premiers pas au sein du Groupe Publicis. C'est ensuite pour le magazine Stratégies qu'il commercialisera les espaces publicitaires auprès d'annonceurs prestigieux, puis peaufinera son savoir-faire pendant plus de 10 ans pour le grand quotidien régional Paris Normandie, tant dans le domaine de la vente que dans l'encadrement et l'animation des équipes commerciales. Parallèlement depuis plusieurs années c'est avec un œil professionnel et une certaine curiosité que l'ascension de la société Autocrea suscitait chez lui un vif intérêt.

Il y a quelques mois, Henry Cavelan adepte d'innovation en matière de communication, mûrissait alors la conception d'un nouveau projet original. Une rencontre fortuite mena les deux hommes à s'entendre et c'est avec une grande confiance que le créateur du set de table publicitaire en Normandie confia au jeune homme pétulant, la responsabilité du développement de son nouveau concept : les couvertures de magazine publicitaires.

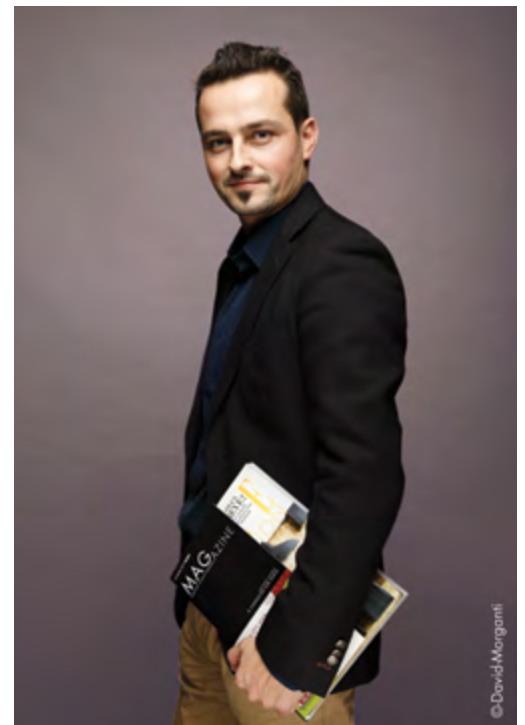
Aujourd'hui Guillaume nous confie mener cette mission comme sa « propre entreprise ». Intimement convaincu de la force du support, il se targue de

pouvoir proposer aux annonceurs locaux un support permettant d'être présent sur « la couverture d'un magazine d'envergure nationale, tel que le ELLE DÉCO, Auto Moto, Glamour... ».

«AUTOCREA EST UNE ENTREPRISE COMME JE LES AIME, EN MOUVEMENT, EN CRÉATION PERMANENTE AVEC UNE VRAIE DYNAMIQUE POSITIVE D'ENTREPRISE QUI RÉVÈLE SES TALENTS ET LES FAIT AVANCER »

Distribués dans des « établissements très fréquentés, ciblés CSP+ », les enseignes s'assurent ainsi une visibilité optimale, les restaurateurs bénéficient d'une mise à disposition de magazines de qualité, quant aux clients des brasseries, ils savourent un moment d'attente distrayant. Avec des débuts très prometteurs, Guillaume Guerain ambitionne une conquête « encore plus rapide que celle du set de table ». C'est d'ailleurs avec une bonne dose d'humour et un soupçon de véracité qu'il vise :

« un bureau aussi grand que celui de » son « patron ! »



© David Morganti

NOS ANNONCEURS TÉMOIGNENT

OPTIQUE RIVE DROITE AUXERRE

Loïc VIGNET



Spécialistes des verres progressifs et des lunettes de créateurs depuis 15 ans, Loïc Vignet et son frère Baptiste proposent au sein de leur magasin d'optique une large gamme de lunettes de vue, solaire, de sport, de protection... Le duo d'opticiens s'évertue à accueillir leurs clients avec professionnalisme tout en prodiguant conseils et assistance, du choix de la monture jusqu'à sa réception en passant par la bonne adaptation de verres correcteurs. En terme de communication, les deux frères comptent sur le bouche à oreille. « Nous ne faisons aucune publicité », nous dit Loïc Vignet.

Néanmoins, c'est en déjeunant dans une brasserie d'Auxerre diffusant le set de table, qu'ils prirent l'initiative de contacter Cédric Diaz, franchisé Autocrea dans l'Yonne. Si l'opticien opte pour le set de table publicitaire c'est naturellement pour ses qualités en terme de fréquence et de diffusion. Il le qualifie d' « original comparé aux supports classiques », et ajoute « ça change du 4/3 ». L'édition est diffusée chaque mois à 50 000 exemplaires dans pas moins de 40 restaurants sur Auxerre.



AGENCE PLUVINAGE ROUEN

Guy PLUVINAGE



Fondateur du groupement immobilier rouen-immobilier.com, Guy Pluinage décide de mettre son expérience de plus de 30 ans à profit en ouvrant sa propre agence en 2011. Afin de rayonner principalement sur les secteurs de Rouen, Mont Saint Aignan, Bois-Guillaume et Bihorel, c'est rue

Verte, au dessus de la gare SNCF de Rouen qu'il choisit de s'installer. Pour présenter au plus grand nombre les affaires à louer ou à vendre dans la région, Guy Pluinage affirme une présence importante sur le web et s'affiche conjointement sur les couvertures de magazine Autocrea. Concept « simple, chic, court » c'est à dire concis et efficace, ce type de communication permet « d'aller droit au but », nous précise-t-il. Il est vrai que ce support haut de gamme et innovant permet aux annonceurs locaux de cibler des lecteurs CSP+ pendant des moments d'attente et de détente. Tout au long du mois d'octobre, les annonces de l'agence rouennaise étaient positionnées sur la 3^{ème} de couverture des magazines Automobile Magazine et Men's Health, chez pas moins de 150 diffuseurs locaux. Une communication de proximité efficace pour un impact optimal.

UNE CLASSE A PART / ROUEN

Guillaume Nollet

Une classe à part



La boutique Une Classe à Part existe depuis 1989. Idéalement située dans le quartier historique de Rouen, à deux pas de la Cathédrale, cette adresse est une véritable référence en matière de prêt-à-porter pour Hommes dans la région. Proposant des marques haut de gamme telles que Strellson ou Hugo Boss, Guillaume Nollet, riche d'une expérience dans la mode depuis plus de 20 ans, met son savoir-faire et

son expertise au service de ses clients.

Chaque saison, à l'occasion de l'arrivée de la nouvelle collection, un plan de communication s'organise. L'objectif : informer les normands sur ces nouveautés et accroître toujours plus la notoriété du magasin.

D'ailleurs dès la première édition de la couverture de magazine Autocrea, Une Classe à Part s'affichait en première de couverture. « Ce support haut de gamme, arborant une belle mise en page et une bonne prise en main correspond pleinement à ma clientèle » affirme le commerçant. Grâce au travail accompli par les graphistes Autocrea, « les visuels sont optimisés et l'image de la boutique est naturellement mise en valeur ». A la question

« citez-nous 3 mots ou adjectifs qualifiant la couverture de magazine publicitaire » ce rouennais nous répond spontanément : « Lisible, qualitative et bonne sélection de magazines ». Il précise néanmoins qu'un titre plus Femme viendrait résolument parfaire ce choix. Afin d'étendre son offre et dans une volonté de satisfaire davantage ses clients, une nouvelle adresse a vu le jour il y a tout juste 10 jours, rue Saint Romain. La marque Alain Figaret y est mise à l'honneur et conduira avec certitude ce professionnel de la mode à plébisciter cette actualité sur une première de couverture !



LIGNES / ROUEN

Laëtitia LEVEQUE

LIGNES
CONCEPTEUR D'ESPACES



Après l'obtention de son diplôme d'architecture d'intérieure à l'école nationale Olivier de Serres, Laëtitia décide de rejoindre l'entreprise familiale en 1996 dont William, son papa fut le fondateur en 1969. Spécialisé dans le conseil, le mobilier haut de gamme et mettant à l'honneur des designers de renom tels que Cassina, Knoll ou Fantoni, Lignes est depuis 45 ans une référence en matière de conception d'espaces

dans la région. Un showroom de plus de 500m² ré agencé chaque mois qui inaugurera dans quelques semaines de nouveaux univers dédiés au textile, au bureau ou aux designers dans l'ère du temps comme Lago.

Si cette chef d'entreprise a immédiatement souhaité être présente sur le nouveau concept publicitaire Autocrea c'est afin d'informer ses clients sur les nouveautés, les périodes de solde mais aussi pour renforcer la notoriété et la fréquentation du magasin. « La couverture de magazine Autocrea est chic, élégante, esthétiquement qualitative et les visuels créés par les graphistes sont très beaux » souligne Laëtitia. Elle ajoute que « cette idée de diffusion dans les lieux d'attente est très bien pensée ». Ses horaires de commerçante particulièrement étendus ne lui laissent pas le temps de lire la presse. Le seul moment propice à cette distraction, Laëtitia nous avoue le rencontrer chez son coiffeur. Lieu d'attente dans lequel Autocrea diffuse naturellement ses couvertures de magazine.



VISION STORE / CAEN

Grégory NARLIAN

VISION STORE
LA VUE EST UN ART

Opticien diplômé depuis 2002, Grégory Narlian a rejoint le réseau de franchise Vision Store en mai 2013. C'est à Caen, au coeur du Centre Commercial « Les Rives de l'Orne », qu'il décide de mettre son expertise à profit, dans un environnement convivial et spacieux de 400 m². Spécialiste des montures optiques, des solaires, des lentilles, des solutions d'entretien, de la vérification de la vue, Vision Store propose une collection de grandes marques telles que Hugo Boss, Dior, Chanel, Police, Ray Ban... et bien d'autres encore. Le « plus » : le client repart dans la majeure partie des cas, le jour même équipé d'une monture adaptée à sa vue et à son style.



Les campagnes de communication, Gregory Narlian ne les ordonne que lors de moments spécifiques comme la Saint Valentin, la période estivale ou pour des offres promotionnelles. C'est d'ailleurs à cette occasion que les Caennais ont pu remarquer la présence du magasin d'optique plébiscitant une « 2^{ème} paire de marque à 1€ » sur les sets de table dressés dans les 35 restaurants partenaires de l'agglomération de Caen. « Nous communiquons afin de booster la fréquentation en lien direct », nous confie l'opticien et ajoute que la satisfaction de cette « présence locale sur le set de table Autocrea (diffusé à 80 000 exemplaires) fut proportionnelle au résultat escompté. Certains clients ont précisé être venus grâce à cette parution. « Diffusion, message, original », sont les trois mots venant à l'esprit de Grégory Narlian, adepte de supports de communication générant un « bon rapport qualité/prix ».

AMIENS MÉTROPOLE

Cécile DUMONT



Le cirque Jules Verne, Pôle Régional des Arts du Cirque et de la Rue d'Amiens Métropole (Picardie), accueille depuis 125 ans de nombreux artistes au talent incroyable (la Famille Morallès, Mario Luraschi, Pirates of the Carabina...) et s'investit depuis 2004 dans diverses collaborations culturelles territoriales à travers Confluences nomades et le Festival des Arts de la rue.

Cécile Dumont est chargée de la communication et des relations publiques depuis 2010 et s'efforce à travers des plans

médias bien ficelés à promouvoir ce lieu mythique sur la région.

Si le set de table publicitaire Autocrea fait partie intégrante des supports de prédilection du cirque Jules Verne c'est grâce à « une diffusion intense et maîtrisée dans les brasseries et restaurants d'Amiens, (65000 exemplaires/mois) permettant à l'ensemble des locaux, plus ou moins sensibles à la culture, de prendre connaissance

des différents événements initiés par le pôle Régional des Arts du Cirque et de la Rue en Picardie. Cécile Dumont qualifie ce concept de « pratique, efficace et procurant une notion de plaisir ». Basé sur les notions de Wait Marketing, il est en effet imposé aux lecteurs pendant un moment de détente. Favorisant les rapports humains à travers les relations publiques, cette professionnelle de la communication retrouve dans le set de table Autocrea ces notions de convivialité et de partage qu'elle privilégie tout particulièrement.

ROUEN EXPO EVÉNEMENTS

Laure AUBERT



Créée en 1951, Rouen Expo Événements est spécialisée dans la création d'événements et l'organisation de manifestations.

L'entreprise met à disposition les halls d'exposition du Parc rouennais, les salles de conférences et de réception tout en offrant des services d'intendance et de conseils. Chaque année Rouen Expo Événements est à l'initiative de manifestations d'envergure telles que la Foire Internationale de Rouen, les Pucés Rouennaises, le salon Créativa, Auto Moto Rétro, Esprit d'entreprendre en Normandie... et bien d'autres encore.

Depuis 2001, Laure Aubert travaille chez Rouen Expo Événements. Nommée Responsable Commerciale et Communication en 2009, elle combine naturellement son temps entre l'équipe commerciale chargée de la production d'événements et la mise en place de la stratégie de communication de ces événements. Parmi les supports traditionnels comme l'affichage, la radio ou la PQR, cette professionnelle décide de

plébisciter le programme du Parc des Expositions sur le nouveau concept publicitaire Autocrea : les couvertures de magazines. Un support que Laure Aubert caractérise comme étant « qualitatif et original » et qui plus est, diffusé auprès de plus de 120 partenaires en centre ville de Rouen et de son agglomération : cafés, restaurants, salles de fitness, salons de coiffure... Le visuel détaillant le calendrier positionné en troisième de couverture sur les magazines ELLE DECO et MODES & TRAVAUX, octroie ainsi une visibilité optimale à la société Rouen Expo Événements.

MUSÉE ANDRÉ MALRAUX LE HAVRE

Laurent BONE



Intégralement détruit pendant la seconde Guerre Mondiale, le Musée des Beaux-Arts du Havre sera reconstruit puis inauguré par André Malraux en 1961, alors Ministre de la Culture. Particulièrement réputé pour sa collection de peintures modernes, notamment des mouvements impressionniste, post-impressionniste et fauve, le Musée compte de nombreux artistes peintres de renom tels que Monet, Renoir, Pissarro, Marquet ou Eugène Boudin.

Des espaces consacrés à la sculpture et aux Arts graphiques (aquarelles, pastels, dessins) rendent ce lieu remarquable et attrayant. Le MuMa organise aussi chaque année des expositions temporaires mettant à l'honneur des artistes prestigieux. La dernière en date fut celle de Nicolas de Staël, « Lumières du Nord, Lumières du Sud » organisée en l'honneur du 100^{ème} anniversaire du peintre. Plus de 104 000 visiteurs, un record d'affluence détenu jusqu'à présent par l'exposition

« Pissarro dans les ports » en 2013.

Afin d'informer et de susciter l'intérêt des locaux et des touristes, Laurent Boné met en place en amont de chaque exposition une stratégie de communication associant les insertions publicitaires et les relations presse. S'il choisit le set de table Autocrea c'est pour « sa large diffusion et la visibilité des publicités par un grand nombre de personnes, dans des lieux où ces derniers prennent le temps de lire. Ils sont disponibles pour réceptionner le message », insiste-t-il. Associé à l'affichage, ce support « accessible touche un public très divers tant au niveau géographique que social », ajoute Laurent Boné. Un moyen efficace pour accroître la fréquentation du Musée André Malraux.



Hangar 10 - Quai Ferdinand de Lesseps
76000 Rouen
02 32 76 76 50

Brasserie
Du lundi au dimanche de 11h45 à 22h30
Sauf vendredi et samedi 23h30

Bar
Du mardi au dimanche de 19h à minuit
Sauf vendredi et samedi 2h

ALL SPORT CAFÉ

Anne-Claire MOREL

ROUEN\

UN RESTAURANT TYPE BRASSERIE PARISIENNE PROPOSANT DES MENUS DE QUALITÉ ALLANT DU RISOTTO, AUX MOULES MARINIÈRES EN PASSANT PAR LA PIZZA OU LE HAMBURGER.

Chaque dimanche un brunch est dressé de 11h30 à 18h et pour les inconditionnels de crustacés, le Banc d'Ecailler

suggère les plateaux de fruits de mer du jour, disponibles sur place ou à emporter.

Le coin bar affiche une déco contemporaine et organise concerts et soirées chaque week-end. Les matchs de football, de rugby, les grands prix de Formule 1 ou tout autre type de sport y sont également diffusés sur des écrans géants dans une ambiance chic et branchée. A titre indicatif, le All Sport Café accueille une moyenne de 550 clients par jour le week-end. Lieu de rendez-vous devenu incontournable à Rouen

et idéalement placé sur les quais de Seine, il semblait évident d'y positionner un présentoir de magazines Autocrea, à disposition de l'ensemble de la clientèle. Une large clientèle active en semaine et plus familiale le week-end. La visibilité des couvertures publicitaires y est ainsi assurée. Anne-Claire Morel, chargée de la commercialisation et de la communication du All Sport Café « approuve ce concept » qui force est de constater idéal pour ses clients « pendant les moments d'attente » et profitable aux annonceurs communiquant.

RESTAURANT OUCÉDON

Jérôme CALLET

CHAMBÉRY\

JÉRÔME CALLET ET SON ÉQUIPE PROPOSENT UNE CUISINE TRADITIONNELLE AGRÉMENTÉE DE PRODUITS FRAIS ET DE QUALITÉ DANS UNE AMBIANCE MODERNE ET CHALEUREUSE.

Un lieu de détente où le mélange des saveurs éveille les sens tant au niveau visuel que gustatif. Un exemple de repas à la carte : salade italienne, mitonnée de grelots de Savoie servie avec des frites maison, nougat glacé aux noisettes et marmelade d'agrumes.

Depuis quelques mois, le restaurateur habille son établissement de sets de table publicitaires Autocrea, qu'il qualifie de « pratique, économique et convivial ».

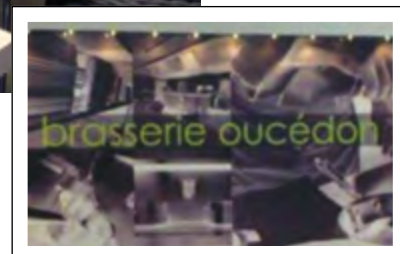
GRÂCE À SA PARTIE LUDIQUE LA DIFFUSION DU SET RÉVÈLE ÉGALEMENT UN FORT ENGAGEMENT DE LA PART DES CLIENTS : « ILS S'INTÉRESSENT D'ABORD À L'HOROSCOPE ».

Les jeux permettent de patienter agréablement, ensuite le regard est indéniablement attiré par les différentes publicités et provoque ainsi un échange, une discussion, autour des thèmes affichés (automobile, optique, grande distribution...). Chaque mois Nicolas Eckly, franchisé Autocrea à Chambéry approvisionne gratuitement la brasserie en sets de table. Et si le restaurateur enregistre une fréquentation plus importante, alors Autocrea s'engage à ravitailler la brasserie au plus vite. Un avantage certain pour Jérôme Callet, aussi bien en terme de temps



que de budget.

Le restaurant accueille en moyenne 2000 couverts par mois et planifie régulièrement dans l'année des soirées à thème.



350, avenue Louis Armand

LA RAVOIRE

04 79 44 48 36

Du lundi au jeudi de 11h30 à 15h / Vendredi : de 8h30 à 15h et de 18h à 23h.