

Des sets gagnants

Véronique lanone a lancé la franchise Autocréa de Nice en mars 2012 qui propose des sets de table publicitaires.

Le concept de cette société créée en 2001 par Henry Cavelan est simple : proposer aux annonceurs un encart publicitaire sur des sets de table, que l'on retrouve dans les brasseries. A Nice, cinquante brasseries sont partenaires d'Autocréa, et chaque mois ce sont 75 000 exemplaires qui sont distribués. Ces brasseries sont triées sur le volet, Autocréa choisit des lieux haut de gamme. Ce sont en effet les catégories socio-professionnelles élevées qui sont visées par les annonceurs de proximité. Véronique lanone, épanouie dans le développement de ce nouveau concept sur le bassin niçois donne des conseils de communication aux annonceurs. «Je veux que cela fonctionne pour eux. Je propose une publicité, un visuel». Cette femme dynamique n'hésite donc pas à agiter la boîte à idées pour ses clients. Après avoir travaillé pendant un an et demi dans l'affichage publicitaire, Véronique a lancé sa franchise en démarchant entre cent et deux cents annonceurs. En proposant des visuels, Véronique suscite l'intérêt de nombreux annonceurs. «Mon but n'est pas de vendre à tout prix», assure-t-elle. Le set doit selon être aéré, modernisé et convivial. Il comporte chaque mois des jeux et un horoscope. Autocréa ne fait donc pas dans la publicité encombrante.

Ce concept basé sur le «wait marketing» fonctionne à merveille. On n'impose pas une publicité, on la glisse naturellement sous les yeux du client qui attend patiemment son déjeuner.

Véronique lanone souhaite développer le nombre de brasseries partenaires entre Nice et Menton, sans toutefois trop s'éparpiller.



Véronique lanone devant l'un des sets d'Autocréa