

ET LA LUMIÈRE FUT!

Manger dans le noir reste un concept. La lumière habille un lieu et contribue pleinement à son ambiance. Les responsables de CHR ont bien assimilé que la lumière fait partie intégrante de la déco de leur enseigne. La société Ambiance Lumière, présente sur le marché de la décoration lumineuse et de l'éclairage depuis plus de trente ans, imagine pour eux une multitude de solutions: « Une ambiance lumineuse dans un CHR peut se jouer à l'extérieur comme à l'intérieur, explique Karine Perez, responsable marketing. Sur la façade, elle véhicule une image, anticipe sur l'animation intérieure. Elle prend la forme souvent de lignes lumineuses positionnées sur les pourtours de l'entrée ou sur les arêtes des murs. À l'intérieur, la lumière fidélise la clientèle et donne une identité au lieu. On peut, sur les jupes des bars, créer des ambiances lumineuses avec des changements de couleurs. L'autre grande tendance, ce sont les bars lumineux. Derrière une plaque de polyméthacrylate de méthyle, appelé couramment PMMA, on installe un système de leds en ruban qui va diffuser une couleur selon une pré-programmation ». Des ambiances qui peuvent se décliner du sol au plafond: « Les plafonds tendus lumineux sont très en vogue, poursuit Karine Perez, ils créent un volume de lumière dans tout l'établissement. On peut également imaginer un balisage au sol en illuminant les barres de seuil ou les nez de marche. »

Dans un autre registre, l'entreprise Crealum'In conçoit depuis 1996 des luminaires décoratifs sur mesure pour les CHR: « Nous travaillons en amont avec des décorateurs, des architectes et avec notre designer qui s'inspirent de l'ambiance générale du lieu pour imaginer l'esprit des luminaires à créer, détaille Sébastien Bevierre, directeur de la société. La lumière et le support qui la diffuse sont deux éléments fondamentaux pour un établissement car c'est ce qui attire l'œil du client. » Des luminaires qui peuvent changer de couleur, baisser ou augmenter en intensité selon les envies et les besoins du restaurateur puisque leur gestion peut se faire à partir d'une simple télécommande.

La société Musique et Enseigne a choisi, quant à elle, de commercialiser un juke-box tendance qui peut s'installer au cœur de l'espace client: « C'est un automate musical interactif (AMI), résume Emmanuel Kéloglian, directeur du développement. Il s'agit d'un lecteur

MP3, comprenant de 500 à 750 titres, relié à un amplificateur qui se fixe au mur et peut, seulement si le gérant le souhaite, être accessible au consommateur. Le client peut ainsi visualiser le titre de musique en cours de diffusion mais aussi sélectionner le suivant. Ce système

permet une vraie interactivité. » Interactif et intuitif aussi, le procédé de Musique et Enseigne a été pensé afin que le client ne puisse pas interférer sur la diffusion en cours d'un titre afin de préserver la cohérence musicale de l'établissement.

Valérie Anton



« Le Keo » et d'une collection musicale personnalisée d'un minimum de 1 000 titres sélectionnés par notre directeur artistique et le gérant lui-même. Celle-ci est définie selon la typologie de la clientèle, du cadre, de la déco et de l'esprit général de l'établissement. Notre solution informatique leur permet de disposer d'un agenda modifiable, afin de gérer au plus près et surtout d'affiner leur diffusion musicale à tout moment. « Le Keo » est mis à jour mensuellement afin que nos clients puissent télécharger, sans supplément et quand ils le désirent, de nouveaux titres. »



© CREALUM'IN

LUMIÈRE, MUSIQUE

Créez votre ambiance, votre identité!

Difficile aujourd'hui, concept à part, de plonger un établissement dans le noir ou dans le silence. La lumière et la musique sont devenues pour les CHR des éléments incontournables au même titre que le mobilier ou la décoration. Entre procédés techniques innovants et ludiques, le marché offre aux professionnels une multitude de solutions originales pour créer ou renforcer leur image.

Les lieux commerciaux ont le pouvoir de solliciter nos cinq sens en même temps. La musique et la lumière qui en émanent les exacerbent. Les responsables de CHR ont compris très tôt l'enjeu commercial que ces derniers pouvaient représenter pour leur établissement et ont adopté depuis longtemps tout le marketing qui les valorise. À commencer par la musique. Remisée aux archives, la diffusion musicale via la radio est aujourd'hui totalement dépassée. Les établissements sont entrés de plain-

pied dans une nouvelle ère gouvernée par des procédés techniques toujours plus performants. La société Gavino Music se démarque sur ce point avec ses systèmes de diffusion non informatisés : « Les systèmes informatiques réclament beaucoup trop de SAV, explique Pascal Gavino, directeur de l'enseigne. Ils sont fragilisés par des problématiques liées au PC : connexion internet défaillante,

virus... Nous avons donc opté pour des lecteurs raccordés directement à la sonorisation existante du client. Ces appareils dédiés ne disposent pas de système d'exploitation mais sont équipés d'un disque dur ou d'une flash card de 16 Go sur lesquels des titres de musique, déterminés en amont avec le client, sont préchargés. » Des playlists évolutives que le responsable de l'établissement va

pouvoir à la fois adapter aux moments de la journée, aux lieux de diffusion dans son établissement mais aussi aux horaires de son choix à partir d'une grille de programmation prédéfinie : « Car la musique d'ambiance n'est pas la même pour un instant petit-déjeuner, pour un accueil, un spa ou encore pour un repas d'affaires », argumente Pascal Gavino.

RADIO METRO

Depuis 2006, Metro Cash&Carry France dispose de sa propre radio. Une idée pensée et conçue par la société Gavino Music : « L'ambiance musicale de l'enseigne dépendait de la radio FM, explique Pascal Gavino. Le problème, c'est qu'ils passaient la publicité de leurs concurrents et une musique inadaptée. Nous avons donc imaginé un concept qui leur permet de diffuser leurs spots commerciaux, accompagnés d'un jingle créé spécialement pour eux, et d'offrir à leur clientèle une sélection musicale choisie. » Chaque semaine, l'entreprise Gavino Music, en collaboration avec la direction marketing du groupe, travaille à l'élaboration d'une nouvelle programmation en tenant compte de l'actualité de l'enseigne : « Cela renforce toute la PLV en place et cela a un impact évident sur les ventes, poursuit Pascal Gavino. Metro Cash&Carry France dispose aujourd'hui d'un outil de communication cohérent qui lui permet de renforcer son activité, son accueil client et d'améliorer ses performances commerciales. »

Des solutions interactives et clés en main

Une souplesse d'utilisation et une interactivité, en adéquation avec les besoins du client, généralisées à tout le marché. Ainsi l'entreprise Keo Interactiv propose un concept global et personnalisé : « 85 % de nos clients aujourd'hui sont des CHR, explique Richard Szewczyk, directeur général de l'entreprise, et leurs attentes musicales sont très variées. Notre offre comprend l'installation d'un PC tactile équipé de notre logiciel

© RESTAURANT LE PARADIS DU FRUIT



© PHILIPPE MAIDENBERG ARCHITECTE



© BAR LE BABOTO

