

13 janvier 2016

LES EXPERTS



2016, L'ANNÉE DES EXPERTS FEU VERT

FeuVert



L'ANNÉE DE TOUS LES DÉFIS

“ 2016, c'est l'année du foot en France et de mes 10 ans. Alors chez Feu Vert, ils ont décidé de relever des défis incroyables toute l'année autour de la passion du foot et de l'expertise.

C'est pourquoi j'accueille à mes côtés un nouvel expert que vous connaissez tous : Pierre Ménès, journaliste et chroniqueur sportif. Et croyez-moi, avec Pierre, du sport, il y en aura !

Pour vous mettre dans la confiance, tout a démarré début décembre. J'ai pris l'avion avec lui, direction l'Afrique du Sud, pour tourner les nouveaux spots publicitaires de Feu Vert. Et je dois dire que sur le stade et dans les cages, Pierre en impose.

Mais j'ai assuré avec malice, car quelque soit le défi, je retombe toujours sur mes pattes ! Vous verrez, j'ai apporté tout de même au foot, ma touche très personnelle...

Chez Feu Vert, on aime les challenges ! Toute l'année nous allons partager la vedette avec humour et complicité. Je suis sûr que vous adorerez nous retrouver durant tous ces défis.

Bref, vous l'aurez compris, c'est parti avec Pierre pour une aventure sportive qui sera marquée par de nombreux événements. Je tenais à travers ce numéro à vous faire découvrir les « coulisses » de ce partenariat.

Bonne lecture et à bientôt. ”

Ramsès,
Rédacteur en Chef



VISION MARKETING



L'EXPERTISE ET LE GOÛT DES DÉFIS, DES VALEURS QUE NOUS PARTAGEONS TOUS

Pour Jean-Philippe Hénaff, directeur Marketing Clients et Communication chez Feu Vert, l'idée est parfaitement adaptée à la stratégie marketing de l'enseigne. Pour preuve, elle a tout de suite obtenu l'adhésion du réseau des franchisés et des directeurs de succursales.

Feu Vert compte aujourd'hui près de 6 000 clients par an en France, des clients de

tous âges et une majorité de jeunes : 28 % des clients Feu Vert ont moins de 35 ans. L'image de Pierre est donc en totale adéquation avec la cible.

Une idée adoptée par le réseau

“ L'arrivée de Pierre dans la grande famille Feu Vert a non seulement été appréciée mais applaudie ! » nous confie Jean-Philippe Hénaff. “ Dans la foulée, Pierre participera au prochain congrès des franchisés qui aura lieu à Dublin et à la réunion nationale des directeurs de centres à Lyon (tous deux, fin janvier) pour donner l'élan nécessaire à ce projet ”.

L'aventure peut donc commencer et Jean-Philippe Hénaff se montre très confiant sur l'impact de ces prochaines campagnes TV sur la valeur d'agrément de la marque et sur la viralité du dispositif : “ Le partenariat avec Pierre rythmera le plan d'actions digital et va générer du buzz positif pour l'enseigne. Il faut savoir que Pierre Ménès a beaucoup d'audience dans les médias et au travers des réseaux sociaux via son compte Tweeter, c'est un vrai relai d'opinion ”.

UNE PASSION PARTAGÉE

En tant qu'enseigne populaire, proche des gens et des valeurs du sport, Feu Vert a souhaité intégrer l'événement foot 2016 dans son plan d'actions de communication avec pour fil conducteur : l'expertise. C'est sur un ton décalé avec sa "patte" bien particulière que Feu Vert va rebondir sur l'actualité foot en se tournant naturellement vers Pierre Ménès, l'expert français du ballon rond au franc-parler légendaire.

POUR EN SAVOIR PLUS, RAMSÈS A INTERROGÉ GILLES PONT (RESPONSABLE MARKETING CROSS CANAL CHEZ FEU VERT) ET PIERRE MÉNÈS :

Ramsès : " Comment est née cette idée ? "

Gilles Pont : Reconnaisant la totale expertise de Pierre dans son domaine, l'idée était trop belle : pourquoi ne pas associer l'expertise de Pierre à celle de notre chat Ramsès pour soutenir l'image de Feu Vert sur le terrain de l'expertise ? Et pourquoi ne pas lancer cette idée en 2016 à l'occasion d'une actualité foot et des 10 ans du Chat ? L'agence conseil en communication Altavia a organisé la première rencontre avec le célèbre chroniqueur. Le ton décalé de Pierre et la malice de notre chat, d'un expert à l'autre, le chemin était tout tracé...

Ramsès : " Merci, un beau cadeau pour mon anniversaire ! Et comment va se dérouler ce partenariat ? "

Gilles Pont : Comme nous partageons avec Pierre les mêmes valeurs et la même passion, les contours du partenariat ont été rapidement ébauchés. Il faut dire que Pierre apprécie particulièrement l'image populaire de Feu Vert, dans le bon sens du terme, l'état d'esprit de cette



entreprise et son sens de l'humour. Le côté "cocardier" de Feu Vert a également séduit Pierre. Promouvoir l'image d'une entreprise française qui s'est développée en Europe et qui met en avant les produits français... donne aussi beaucoup de sens à son engagement. Nous le retrouverons d'ailleurs, tout au long de l'année, en véritable ambassadeur des savoir-faire français développés par Feu Vert.

Ramsès : " Et vous Pierre, pourquoi avez-vous eu envie de vous mettre dans la peau du chat ? "

Pierre Ménès : On ne va pas tout dévoiler... Je deviens expert pour Feu Vert aux côtés d'un chat. Mais quel chat ! Un chat qui met des lucarnes, qui chambre, qui rigole.

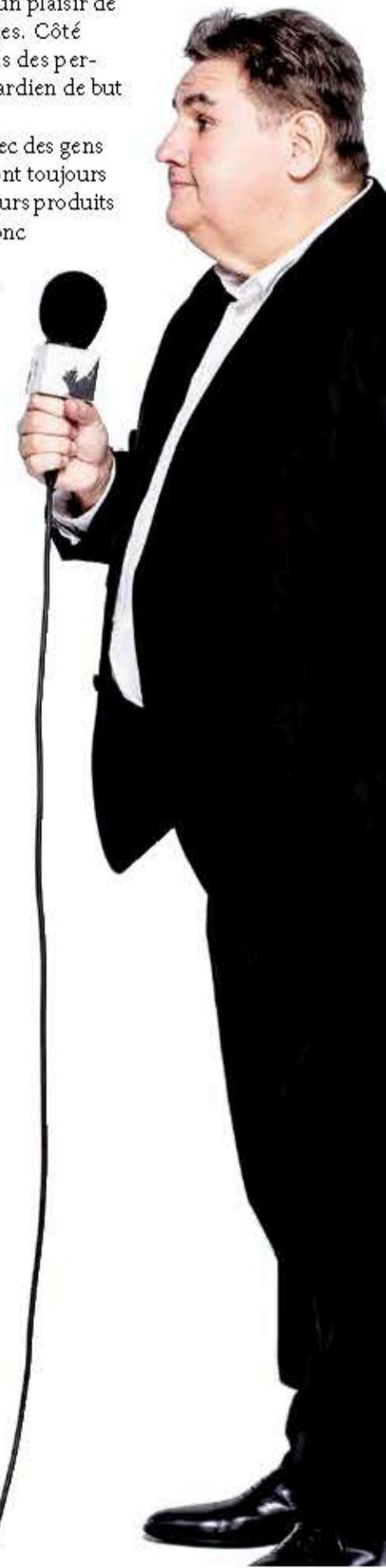
Ramsès : " Avez vous appris des choses sur Feu Vert ? "

Pierre Ménès : J'ai pu constater que de nombreux produits étaient conçus en France. C'est important de faire avancer le savoir-faire français sur des produits de qualité comme les Vélos à Assistance Électrique, les remorques, les barres de toits... Des éléments importants pour la qualité de vie et sécurité sur la route.

Ramsès : " Comment s'est passé le tournage ? "

Pierre Ménès : Cela a été un plaisir de tourner ces pubs humoristiques. Côté défis, j'ai été gâté ! On m'a mis des per-ruques, fait jouer le rôle du gardien de but et même celui d'équilibriste. Je me suis beaucoup amusé avec des gens qui aiment leur métier et qui ont toujours pour objectif d'offrir les meilleurs produits aux meilleurs prix. Me voilà donc parti pour une grande histoire d'amour avec un chat, le chat le plus connu de France !

Ramsès : " Merci Pierre ! "





**Pierre Ménès en chat :
un petit clin d'œil
entre Experts !**



LE CHAT SUR LE TOURNAGE !

Pierre Ménès a mouillé le maillot pour tourner les spots de cette nouvelle campagne... il s'est même glissé dans la peau du chat. Voici quelques images de ses exploits.



Pierre joue tous les rôles : plagiste, footballeur, voltigeur, supporter...



A Cap Town, 52 tournages de films divers avaient lieu dans la ville cette semaine là. Ici l'équipe de tournage Feu Vert encadrée par la police qui réglemente les tournages scrupuleusement.



Tournage très ensoleillé et très chaud en Afrique du Sud : retouche coiffure sur le stade de Parow North à Cape Town.



Pierre à la rencontre des équipes Feu Vert de Saint-Nazaire.

CENTRE-AUTO ET ÉQUIPE DE FOOT : Le sens du jeu collectif !

Le commerce, le management et l'entreprise utilisent souvent les métaphores du sport et son vocabulaire, afin d'exprimer l'esprit de compétition et de motivation des équipes. Dans une équipe de football comme dans une équipe de centre-auto, on aime la performance, on a soif de bons résultats, on a également un capitaine et une équipe qui doivent avancer ensemble dans la même direction. Nous nous sommes prêtés au jeu : match rencontre entre une équipe Feu Vert et une équipe de foot !

Dans l'atelier ?

Tout comme sur le terrain, on a aussi affaire à des experts sélectionnés qui aiment le beau geste « mécanique », les bonnes pratiques autant que le joueur aime la belle passe et le geste technique.

Dans une équipe de centre-auto ?

Tout comme dans une équipe, chacun a son rôle à jouer tout en développant un sens du collectif autour d'un objectif partagé. C'est l'alchimie des personnalités qui fait une équipe forte même dans les moments d'activité intense.

Des adversaires ?

Il peut y en avoir, il faut avoir le sens du challenge ! Ne pas se laisser impressionner et continuer à donner le meilleur. La psychologie joue un rôle important dans le jeu d'équipe comme dans le management.

Des supporters ?

Les dients Feu Vert bien-sûr. Et il faut tout faire pour les satisfaire et avoir de nombreux supporters fidèles !

L'entraîneur ?

C'est le responsable régional. Son rôle est primordial : avec enthousiasme et professionnalisme il va transmettre cet esprit d'appartenance aux équipes, à l'image des grands entraîneurs !

Les buts ?

Obtenir des résultats quantitatifs et qualitatifs. Un dient satisfait !

Le Capitaine ?

En véritable capitaine, le responsable du centre doit tenir son rôle et savoir motiver et entraîner son équipe. Il formule un briefing, il peut affiner ses plans à la mi-temps pour rebondir sur les événements climatiques par exemple.

La pression ?

En centre-auto comme dans un match, tout est histoire de rythme ! Et ce n'est pas toujours facile, car il y a de la pression, et dans l'atelier comme sur le stade, il faut savoir la gérer. Les mécaniciens doivent exercer leur talent dans un « jeu rapide » avec en face, des dients pressés et exigeants.



UN CHRONIQUEUR QUI DÉFRAIE LA CHRONIQUE, C'EST LOGIQUE !

Longtemps journaliste pour la presse écrite sportive (21 ans chez France Football et l'Equipe), chroniqueur foot et polémiste sur les chaînes radio et télé, animateur d'émission à grande audience (100% foot) jusqu'à devenir consultant pour la première fois en 2012 lors du match de Premier League opposant Arsenal à Newcastle... Pierre Ménès est né avec un ballon rond dans la tête et dans le cœur !

Il prend le digital au bond, en animant dès 2006 des blogs football (Pierrot Football Blog sur le site de Canal+, son propre site footineo..)

Depuis 2009, Il apparaît régulièrement aux Guignols de l'info, sa marionnette étant toujours accompagnée par celle d'Hervé Mathoux.

Pierre Ménès est devenu une « bête médiatique » avec des prises de paroles quotidiennes et un grand influenceur sur les réseaux sociaux avec plus de 1.200 000 « followers » en décembre 2015.

Par sa personnalité touche à tout (cinéma, galerie d'art...) et son franc-parler, il va droit



au cœur de ses fans. Aujourd'hui, il bat des records de partage dès qu'il publie un tweet, une photo, une vidéo, et touche son public par son authenticité et sa complicité.

En savoir plus :

<https://twitter.com/pierremenes>

www.footineo.com

L'ANNÉE DES EXPERTS

- ▶ **+ DE 450** CENTRES FEU VERT ET FEU VERT SERVICES DANS 4 PAYS EN EUROPE
- ▶ **+ DE 340** CENTRES FEU VERT ET FEU VERT SERVICES EN FRANCE
- ▶ **+ DE 10 MILLIONS** DE CLIENTS EN EUROPE
- ▶ **1 SIÈGE** FEU VERT ET GROUPE À ECULLY (RÉGION DE LYON)

- ▶ **+ 23%** DE PROGRESSION DES VISITES SUR LE SITE (PÉRIMÈTRE FRANCE, ESPAGNE, POLOGNE)
- ▶ **+ 6200** COLLABORATEURS
- ▶ **+ 651 M€** HT DE C.A.





LES BONS SCORES DE FEU VERT

Pour Bernard Perreau, Président du groupe, les valeurs du sport sont un formidable levier pour booster la performance d'une entreprise.

« Feu Vert vient de vivre une année 2015 en réalisant de très bons scores » confie Bernard Perreau.

Score sur le chiffre d'affaires en progression de 3,6 % à surface constante.

Score sur la qualité du service client avec une note moyenne supérieure à 4 sur 5 obtenue en octobre 2015 sur l'ensemble du réseau et près de 50 000 avis clients collectés depuis décembre 2014 sur son site internet.”

Score sur la fréquentation de notre site internet avec une progression de 23 % de visiteurs sur feuvert.fr.

« Si l'on joue à faire un parallèle entre le foot et Feu Vert, on s'aperçoit que la réussite respective de chacune des deux équipes repose sur les mêmes items : confiance, courage, sens du collectif, dépassement de soi.

Cette nouvelle aventure avec Pierre Ménès va créer une belle dynamique au sein des équipes Feu Vert qui vont pouvoir partager et vivre cette année marquée par le football d'une manière très vivante et complice. Nul doute que la pertinence de ce nouveau dispositif qui va être déployé par les équipes va permettre de gagner le match 2016. ”



Note moyenne de **4/5** en octobre 2015
(avis clients publiés sur Internet par centre)



Lancement des Vélos à Assistance Electrique à la marque Feu Vert, conçus et assemblés en France.
Partenariat avec la start-up bordelaise Park & trip



Près de 2 millions de visites par mois en moyenne en 2015

Un taux de conversion du eBusiness en 2015 en progression de **50%** par rapport à 2014



UNE ÉQUIPE EUROPÉENNE

**DE VARSOVIE À PARIS, DE MADRID À LISBONNE,
FEU VERT DÉPLOIE SON CONCEPT AVEC SUCCÈS.**

Le concept Feu Vert se décline en Europe, sur les mêmes principes, avec des implantations sur les parkings d'hypermarchés et les zones commerciales. On ne change pas un concept qui gagne !

PRIORITÉ AU "MADE IN FRANCE" ET "MADE IN EUROPE"

Dans le contexte économique actuel, Feu Vert privilégie les équipements fabriqués ou assemblés en France et en Europe, pour la préservation des emplois et des savoir-faire. Cet effort est soutenu sur les produits à la marque Feu Vert : pour la fabrication de ses Vélos à Assistance Électrique, Feu Vert a choisi l'usine de Machecoul en Vendée, pour la fabrication des remorques, la société Erdé en Bourgogne... d'autres produits sont à l'étude pour compléter cette offre à laquelle les consommateurs sont de plus en plus sensibles.

