

Publicité: Les restaurateurs, de plus en plus présents sur la toile

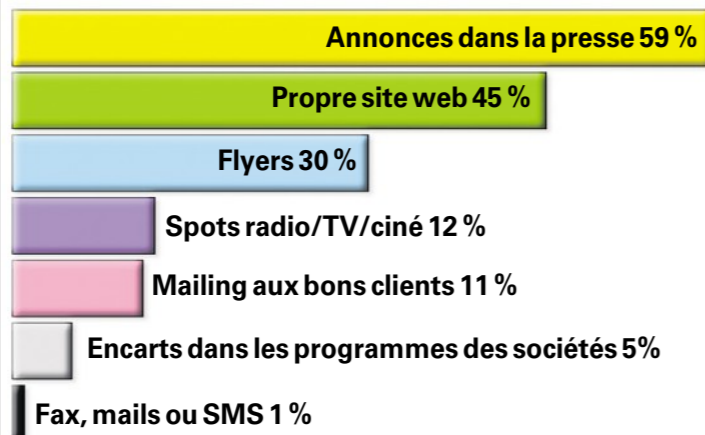
Baucoup de restaurateurs estiment pouvoir se passer de pub. Mais ceux qui en font sont de plus en plus nombreux à recourir à l'Internet, comme le montre une enquête menée auprès des restaurateurs romands à la demande d'«eXpresso». Un usage limité: pour la plupart d'entre eux, le web sert essentiellement de vitrine à leur établissement. Dommage, estime le patron du «Chalet-des-Enfants», à Lausanne.

«Comment faites-vous de la publicité pour votre établissement?» La question a été posée, par téléphone, à près de 200 restaurateurs de Suisse romande. Premier constat: seuls 62% d'entre eux disent faire activement de la promotion.

«Les clients recourent énormément aux sites de référencement»

«En général, les restaurateurs sont très fiers de ne pas faire de pub, comme si c'était une tare», lance Romano Hasenauer, tenancier de l'Auberge du Chalet-des-Enfants sur les hauts de Lausanne. Relooké et «recon-

Comment faites-vous de la publicité pour votre établissement?



Announce

GastroCall observe les tendances

Le premier callcenter de la branche en Suisse recueille des données et met en évidence des tendances de l'ensemble de l'hôtellerie et de la restauration.

GastroCall interroge chaque semaine jusqu'à 1500 décideurs de la branche sur des thèmes d'actualité.

Souhaitez-vous faire réaliser des enquêtes de marché ou des campagnes de promotion, demandez conseil au

Tél. 041 418 24 73
Fax 041 418 23 71

ceptualisé» en 2005, cet établissement séculaire a repris une visibilité exceptionnelle depuis lors – grâce à sa forte identité, mais aussi à une présence affirmée sur le web.

Comme 45% des restaurateurs qui font de la pub, ce cuisinier diplômé de l'EHL dispose de son propre site web, qu'il utilise pour présenter et actualiser l'offre du «Chalet-des-Enfants». Mais l'Auberge est également très bien référencée sur les sites comme www.restaurant.ch, servant à la fois à fournir des adresses et à en permettre l'évaluation par les internautes. Un pas que 88% de ses confrères n'ont pas franchi; et lorsqu'on leur demande quel est pour eux le service le plus intéressant sur un portail web, seuls 5% d'entre eux mentionnent la possibi-

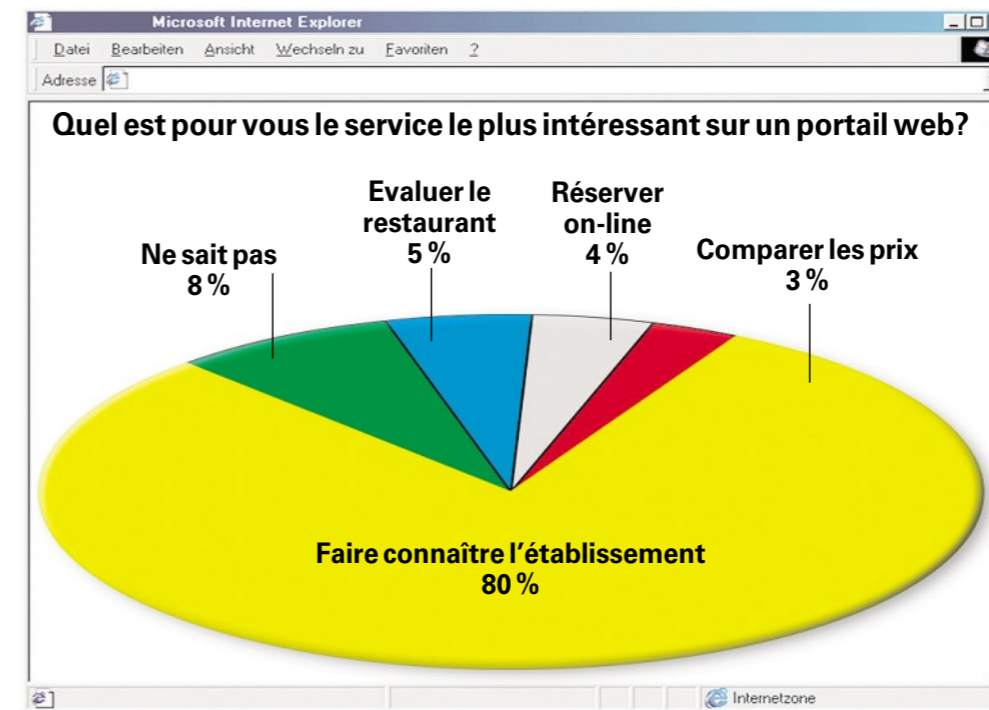
lité de faire évaluer le restaurant par les consommateurs. En bref, s'ils sont présents sur la toile, ils n'y font pas grand-chose.

«Les restaurateurs sont très réticents à figurer dans ces sites de référencement», souligne Romano Hasenauer. Bien placé pour le savoir: avant de se lancer dans l'aventure du «Chalet-des-Enfants», il a créé et édité le site www.bonresto.ch (depuis vendu à Ringier). «Ils ont tort à double titre: les clients y recourent énormément, et l'évaluation peut être manipulée par des restaurateurs concurrents. Mieux vaut s'y intéresser et tâcher d'en profiter, plutôt que l'ignorer et en pâtir.»

Selon la même enquête de GastroCall, seuls 43% des restaurateurs recourent aux divers moyens de



Pour la plupart des restaurateurs indépendants, consacrer du temps pour la publicité est un luxe considéré comme hors de portée.



promotion proposés par les offices du tourisme, et une proportion identique ne voit pas non plus la nécessité de pratiquer des offres spéciales, quelles qu'elles soient. Inconcevable pour le patron du «Chalet-des-Enfants». Qui n'en comprend pas moins parfaitement

ses collègues peu à l'aise hors de leur cuisine: «La grande majorité des restaurateurs indépendants n'a pas une seconde! On peut éventuellement leur reprocher de ne pas s'organiser, mais ce n'est pas facile de sortir de sa cuisine pour communiquer, d'autant qu'il faut

engager quelqu'un à sa place, et que le résultat n'est pas perceptible avant six mois.»

blaise.guignard@gastroneus.ch

Sur mandat d'«eXpresso», cette enquête a été menée par GastroCall du 23 octobre au 18 décembre 2008 auprès de 195 décideurs de la restauration en Suisse romande.

Communiquer

Romano Hasenauer: «Le plus important, c'est d'avoir quelque chose à dire»

En matière de communication, le «Chalet-des-Enfants» ne fait pas les choses à moitié. S'il estime que rien ne remplace un article dans la presse, Romano Hasenauer ne laisse rien au hasard. Avec une préférence pour les possibilités offertes par l'Internet.

«Notre outil principal de promotion demeure le mail, explique-t-il. Sur toutes nos tables, il y a un papillon sur lequel les clients peuvent laisser leur adresse électronique. Ça nous a permis de constituer un fichier d'adresses assez important. Même si le taux de retour des e-mails est très faible, ça fonctionne quand même très bien. A une condition essentielle: avoir quelque chose à dire.»

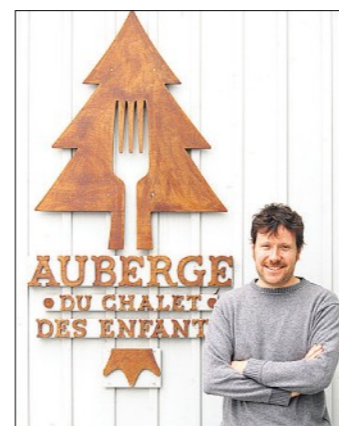
De fait, dans le flux des mails commerciaux et des

spams en tous genres qui se déversent chaque jour dans les boîtes aux lettres, un courriel qui ne fait que dire «coucou, on est là» produit l'effet inverse à celui qu'il recherche: «Le client l'ouvre une fois, et s'il n'y lit rien de neuf, la fois suivante, il le balance à la corbeille sans l'ouvrir», résume le patron de l'Auberge du Cha-

let-des-Enfants. Le message compte donc plus que le médium. «On annonce notre nouvelle décoration de salle, nos soirées terroir, notre démarche en faveur du développement durable, le menu de la St-Valentin: en matière de communication, l'essentiel du travail, c'est de créer du contenu», souligne Romano Hasenauer.

L'emballage n'est pourtant pas anodin. «Dans un restaurant, le décor, le logo, l'esthétique, etc., tout doit contribuer à créer une atmosphère dans laquelle le client se sent bien. Il est crucial qu'il retrouve ce qu'il a aimé dans tout élément de communication qu'on lui adresse: flyers, mails, factures, tout!»

blaise.guignard@gastroneus.ch
Route du Chalet-des-Enfants
1052 Le Mont-sur-Lausanne
tél. 021 784 44 80
www.chaletdesenfants.ch



En matière de communication, le patron du «Chalet-des-Enfants» ne laisse rien au hasard.

FREDAG
Cook fine - win time

Un plaisir végétarien

Une idée de menu végétarien!

Une alternative pour vos clients et une vraie innovation pour votre carte de menus!

Plus d'informations chez votre partenaire Fredag.

FREDAG AG, Root/Schweiz, www.fredag.ch