

# Nouveau Bienvenue sur *Franchiseland* !

Nouveauté de cette rentrée 2008, le site *Franchiseland.com* a été totalement repensé et restructuré, remodelé et reconditionné.

**F** *Franchiseland* est ambitieux et se veut au carrefour de l'information technique (dévoilant l'expertise d'un pro de la franchise), de l'histoire et de la mémoire de la franchise, puisqu'Olivier Gast a mis en ligne ses archives personnelles, tous ses écrits, ouvrages, interviews, conférences, qui depuis 25 ans ont

influencé la franchise en France et en Europe, et qui témoignent de son énorme travail théorique et scientifique. A noter également la création d'un nouveau site marchand d'e-franchise. A l'opposé des « sites catalogues » qui fleurissent sur le marché de la franchise, e-franchise évoluera vers un site VIP, haut

de gamme, exclusif et donc payant, avec : le TOP 50 des franchiseurs, les sélections d'Olivier Gast, les partenaires du *Cèdre*.

Bien sûr, *Franchiseland* demeure un outil du *Cèdre* et à ce titre, il poursuivra sa mission et sa vocation d'information, de formation et de



défense du métier de Directeurs de Réseaux, comme *Le Cèdre* l'a toujours fait depuis 17 ans maintenant. ■

Découvrez *Franchiseland* sur [www.franchiseland.com](http://www.franchiseland.com)

## Coup Média Bigard & *Tryba* même combat !

Pendant trois ans, Jean-Marie Bigard prêter son image à *Tryba*, leader en France sur le marché de la rénovation des fenêtres, portes et volets. Ce partenariat s'est forgé autour de valeurs communes. Désormais, l'image de l'humoriste et celle du célèbre sumo seront donc étroitement associées.

**A**vec un taux de notoriété spon-tanée déjà très élevé, *Tryba* ne pouvait s'associer qu'avec une célébrité de même dimension. Entre Jean-Marie Bigard et *Tryba*, la complicité a été immédiate.

Sans vouloir se séparer de l'image du sumo, très appréciée des consommateurs, *Tryba* voulait la faire évoluer. Grâce à son esprit imagina-tif et son attachement à certaines valeurs fondamentales également chères à *Tryba*, Jean-Marie Bigard s'est imposé naturellement et a su

apporter sa touche personnelle à la réalisation des spots télé.

Le résultat est à la hauteur des espé-rances : 4 spots télé de 15 secondes plein d'humour et de créativité, et toute une déclinaison d'outils de communication en Presse, édition et PLV.

Diffusés essentiellement en prime time à la rentrée sur *France Télévision* et les chaînes de la TNT, trois spots présentent les points forts des fenê-tres *Tryba* : les aspects thermiques, phoniques et anti-effraction. Un

quatrième se décline de façon plus institutionnelle.

En 2009, afin de consolider encore sa notoriété, *Tryba* pour-suivra sa stratégie de campagnes télévisuelles, toujours véhiculées par l'image forte de Jean-Marie Bigard.

> Diffusion des spots sur *France 2*, *France 5*, *Euro Sport*, *Direct8*, *TMC* et *W9* - Prochaines cam-pagnes : 10 jours en octobre 2008 et 7 jours en novembre. ■



### A propos de *Tryba*

Réseau d'origine alsacienne fondé en 1980 par Johannes Tryba, *Tryba* conçoit, fabrique et commercialise des fenêtres, des portes et des volets roulants, ainsi que toute une gamme d'accessoires et de vitrages. Le groupe *Tryba* se situe parmi les cinq premières entreprises européennes dans le domaine de la fabrication et distribution de menuiseries PVC, bois et aluminium. C'est le premier réseau français sur ce secteur. Présent dans 20 pays européens, il dispose de près de 230 espaces conseils en France. Il emploie plus de 1 500 salariés en Europe dont près de 600 sur le site de Gundershoffen (Bas-Rhin) où est implanté le siège social. [www.tryba.com](http://www.tryba.com)