

COMMUNIQUE DE PRESSE

Brand content : Heineken Entreprise fête les 18 ans de son magazine Service Bière réalisé par Relaxnews

PARIS (le 3 septembre 2010) - La montée en puissance du « brand content » est une tendance marketing majeure des derniers mois en France comme aux Etats-Unis où le magazine « Btob » titrait récemment « content is king ».

Tendance marketing majeure mais pas nouvelle puisque Heineken Entreprise fête les 18 ans de son magazine Service Bière.

Destiné à entretenir la relation de confiance du groupe avec les patrons de bars et restaurants, Service Bière s'est imposé comme le premier magazine de la profession en audience. Diffusé chaque trimestre à 60 000 exemplaires, il doit son succès à un positionnement fondé sur le partage d'expériences « les patrons parlent aux patrons ».

L'édition spéciale « 18 ans » de Service Bière illustre parfaitement l'intérêt de ce positionnement. Le journal a retrouvé des patrons d'établissements dont le développement a souvent été exemplaire et qui tous apprécient le magazine et suivent ses conseils. Illustration chiffrée selon une étude LH2 réalisée en 2010* : Service Bière a 75 % de notoriété assistée, 88 % des lecteurs jugent Heineken Entreprise légitime pour réaliser un tel magazine, 81 % considèrent que le magazine positionne l'entreprise en partenaire de la profession et 31 % des lecteurs ont déjà mis en pratique dans leur établissement des conseils donnés par Service Bière. 96 % des lecteurs avaient par exemple lus le dossier consacré au premier bilan de la baisse de la TVA et 91 % celui à l'évaluation et l'amélioration du service.

Désireux de conforter son leadership, Heineken Entreprise a décliné Service Bière en « SBN - Service Bière Nuit » destiné, comme son nom l'indique, aux patrons d'établissements de nuits. Succès immédiat: le magazine (lui aussi trimestriel) a déjà 66 % de notoriété assistée en 7 numéros et s'est surtout imposé («est plus intéressant » 44 % versus 33 % « moins », « est plus utile à votre activité » 45 % versus 35 % « moins », « est plus agréable à lire » 59 % versus 26 %) face aux autres journaux professionnels sur des items clefs d'après l'étude LH2 déjà citée*.

La déclinaison Internet est entamée et se poursuivra au cours des prochains mois, répondant ainsi aux attentes croissantes exprimées par la profession.

Pour Loïc Latour, Directeur Commercial Consommation Hors Domicile de Heineken Entreprise, «Service Bière illustre notre volonté constante de renforcer les liens entre nos marques et le consommateur en y associant étroitement nos partenaires ».

L'agence éditoriale Relaxnews a la responsabilité de Service Bière depuis 2005 et de Service Bière Nuit.

Contacts

Heineken – Flavie de Lachapelle – flavie.de.lachapelle@heineken.fr - 01 47 14 37 71
Relaxnews – Camille Sereis – csereis@relaxnews.com – 01 53 19 89 10

**Etude quantitative, réalisée par LH2, en France par téléphone, auprès des patrons d'établissements (bars de jour et des restaurants pour évaluer Service Bière, établissements de nuit pour évaluer Service Bière Nuit) à partir des 2 fichiers de routage de Heineken entreprise, entre le 5/02/2010 et le 20/02/2010.*

