

GULFSTREAM.

GROUP

touchpoint
• MEDIA • DATA • PERFORMANCE

La Boucherie Restaurant accélère en 2024 avec des campagnes audacieuses et multicanal

La stratégie de La Boucherie Restaurant s'intensifie en 2024 avec Netflix et des campagnes percutantes

2023 : une année de créativité et d'innovation publicitaire

En 2023, les restaurants La Boucherie ont franchi une nouvelle étape avec leur première prise de parole à la télévision, grâce à la diffusion de spots publicitaires sur de grandes chaînes au niveau national, dans le cadre d'un plan 100 % TV. Cette stratégie s'est enrichie en 2024 avec un partenariat inédit sur Netflix, marquant ainsi la première apparition de l'enseigne sur une plateforme de streaming. Accompagnée par TouchPoint Media dans ce virage vers des formats plus modernes, La Boucherie Restaurant affiche sa volonté de se démarquer dans un paysage médiatique en pleine évolution. « Nous avons eu de très bons retours, ce qui confirme notre choix d'explorer des médias plus novateurs », souligne Maud Soucheleau, Directrice Marketing et Communication de La Boucherie Restaurant.

Cette approche s'est concrétisée avec une campagne publicitaire créative, classée deuxième dans le Top 3 des campagnes médias du trimestre, plébiscitée par les lecteurs de Marketing Magazine, et désignée « Best of the Week » par CB News, captant ainsi l'attention du public. D'après Kantar, la notoriété des restaurants La Boucherie est restée stable après ces diffusions, en contraste avec la baisse constatée chez d'autres enseignes. Par ailleurs, La Boucherie a gagné deux places dans le classement de « L'intention de fréquentation dans les trois prochains mois », signant ainsi la meilleure progression du marché.

2024 : vers une stratégie multi-écrans et multi-canaux

En 2024, La Boucherie restaurant a célébré ses 50 ans en renforçant sa notoriété au-delà des formats traditionnels comme la télévision. L'enseigne a lancé plusieurs activations, dont une campagne en mars autour de la « Côte de Bœuf », suivie de l'opération « Burger Fever » du 6 au 29 septembre, où les clients peuvent gagner des cadeaux en restaurant. Ces initiatives visent à dynamiser le trafic en point de vente tout en maintenant une présence multi-écrans.

La campagne Netflix de mars a généré un million d'impressions et une hausse significative du chiffre d'affaires. En poursuivant cette dynamique avec des campagnes courtes et impactantes, les restaurants La Boucherie et TouchPoint Média continuent de consolider une image d'enseigne innovante et de capter de nouveaux publics.

À propos de La Boucherie

La Boucherie Restaurant, spécialiste de la viande depuis sa création en 1974, célèbre cette année son cinquantième anniversaire. Comptant aujourd'hui 135 établissements en France, dont 80 % en franchise, l'enseigne est reconnue pour la qualité de ses viandes et l'accueil chaleureux de ses équipes. Élue Meilleure Chaîne de Magasins 2024 dans la catégorie Restauration pour la troisième année consécutive, La Boucherie se distingue également par ses opérations innovantes et interactives, renforçant son statut de référence dans le secteur de la restauration spécialisée.

20 septembre 2024



LA BOUCHERIE RESTAURANT
DEPUIS 1974

DU 6 AU 29 SEPTEMBRE 2024

LE RETOUR

1 AN DE BURGERS À GAGNER!

★ UN TICKET GAGNANT PAR RESTAURANT ★

VIANDE BOVINE FRANÇAISE

*Jeu avec obligation d'achat d'un burger du 06/09/2024 au 29/09/2024, hors menus, dans les restaurants participants, à raison d'un ticket par client par passage. Dans la limite des stocks disponibles. Voir détails et modalités dans le règlement complet du jeu disponible sur la-boucherie.fr ou dans votre restaurant participant. Visuels non contractuels.

Pour votre santé, évitez de manger trop gras, trop sucré, trop salé. www.mangerbouger.fr