



« RUMEUR PUBLIQUE se démarque par un service sur mesure ».

Emeric Sauty de Chalon Fondateur de 1855



.../...

la prise de contacts et l'introduction auprès des journalistes. En nouant des liens plus approfondis avec les médias, 1855 sera mieux à même d'inscrire sa notoriété dans la durée et de construire une marque.

« Nous avons choisi RUMEUR PUBLIQUE parce que nous souhaitons associer au développement de 1855 une entreprise qui nous ressemble : une forte culture entrepreneuriale, un souci constant du client et des résultats, une très bonne compréhension de l'univers du luxe et des médias... et l'amour du vin » explique Emeric Sauty de Chalon.

RUMEUR PUBLIQUE : DES ATOUTS UNIQUES

Ce qui a convaincu Emeric Sauty de Chalon de travailler avec RUMEUR PUBLIQUE, c'est la réelle originalité de cette agence, notamment dans trois domaines essentiels :

- **Une méthode personnalisée et originale.** Basée sur les rendez-vous individuels et parfaitement ciblés, la méthode de RUMEUR PUBLIQUE consiste à établir des contacts avec les plus grands journalistes et à s'assurer que chaque mise en relation donne lieu à un article.
- **La culture des résultats.** RUMEUR PUBLIQUE dispose d'une bonne culture entrepreneuriale et des résultats opérationnels.
- **Une passion commune.** Eux-mêmes amateurs de grands vins, les dirigeants de l'agence sont de vrais ambassadeurs pour 1855.

« Je ne connais aucune autre agence de relations publiques ayant cette culture des résultats. RUMEUR PUBLIQUE connaît son métier et sait qu'il faut s'investir et faire preuve de patience pour vraiment monter en puissance auprès des médias. C'est une agence qui sait se mettre au service de ses clients : elle ne se contente donc pas d'appliquer une recette toute faite, mais au contraire se démarque par un service sur mesure, caractérisé par un investissement considérable vis-à-vis des clients » témoigne Emeric Sauty de Chalon.

UNE EFFICACITÉ INCONTESTABLE

L'une des forces de RUMEUR PUBLIQUE tient à sa réelle crédibilité vis-à-vis des journalistes, qui considèrent les consultants de l'agence comme des interlocuteurs valables qui ne leur feront pas perdre leur temps. Et les résultats le prouvent ! RUMEUR PUBLIQUE ne rédige aucun communiqué pour 1855, mais en moins de sept mois leur collaboration a déjà généré une quarantaine de retombées presse en 2004. L'agence met notamment en place des plateaux TV ou radio, « un domaine dans lequel ils sont très forts ! » – et l'aide à mettre au point un nouveau type de projet : organiser, à l'intention des clients, des voyages de dégustation dans des châteaux, auxquels seront conviés des journalistes de la presse économique. Depuis qu'il travaille avec RUMEUR PUBLIQUE, Emeric Sauty de Chalon a été contacté à plusieurs reprises de façon spontanée pour des interviews, signe qu'il est désormais considéré comme un expert dans le domaine du vin par le monde des médias.

« Chaque année, 1855 organise une grande soirée dégustation dans un lieu prestigieux. Pour l'édition 2004, nous avons rassemblé plus de 750 invités de marque, dont l'actrice Carole Bouquet, autour de 14 vins prestigieux. Grâce à RUMEUR PUBLIQUE, 50 journalistes étaient présents ce soir-là. A titre de comparaison, la première soirée, il y a deux ans, ne comptait que 3 journalistes, et seulement 10 l'année suivante. D'autre part, nous avons pu établir que sur l'ensemble des articles parus sur 1855, la plupart résultaient de rendez-vous organisés par RUMEUR PUBLIQUE. Leur équipe obtient des résultats vraiment remarquables, à tel point que les relations publiques constituent maintenant le plus compétitif de nos outils marketing. Même nos clients sont impressionnés par la forte notoriété dont 1855 bénéficie auprès des amateurs de vins » conclut Emeric Sauty de Chalon.



> RUMEUR PUBLIQUE & 1855

LA STRATEGIE DE NOTORIETE DE 1855



« Je ne connais aucune autre agence de Relations Publiques ayant cette culture des résultats ».

Emeric Sauty de Chalon *Fondateur de 1855*



1855 est une société de vente à distance de vins résolument positionnée sur le secteur du luxe. Depuis sa création en septembre 1995, elle affiche clairement son ambition : bâtir la première marque mondiale de distribution de vins haut de gamme.

Aujourd'hui, 1855 offre à ses clients le plus grand choix de vins au monde avec plus de 15 000 références, soit environ dix fois plus que ce que proposent ses concurrents. La société se distingue également comme étant la seule sur ce

secteur à travailler entièrement en flux tendus, avec plus de 1500 fournisseurs et 75 000 produits répertoriés. 1855, qui fait plus de la moitié de son chiffre d'affaires en France, est présente aux Etats-Unis depuis 2001, et en Asie depuis 2002.

DYNAMISER LE DÉVELOPPEMENT DE LA MARQUE EN INVESTISSANT DANS LES RELATIONS DE PRESSE

Grâce à son positionnement sur le secteur du luxe, la société a rapidement commencé à dégager des bénéfices. Néanmoins, son développement à long terme implique l'acquisition permanente de nouveaux clients. Certes, 1855 tire déjà parti d'une stratégie de marketing multi-canal qui lui permet de toucher ses clients par l'intermédiaire de différents supports (Internet, téléphone, catalogues papier) et d'entretenir des relations interactives avec eux via son site web et son centre d'appels. Mais pour accroître la notoriété et la base clients de 1855, Emeric Sauty de Chalon, fondateur de la société et en charge du développement de la marque, a décidé de tabler sur un atout supplémentaire : RUMEUR PUBLIQUE.

Une passion commune a présidé à la rencontre de 1855 et de RUMEUR PUBLIQUE, puisque les dirigeants de l'agence, Christophe Ginisty et Christian Giacomini, sont eux-mêmes de grands amateurs de vins.

La notoriété étant la clé du succès dans le secteur du luxe, les relations publiques représentent une composante essentielle du développement commercial d'une société. Depuis 1999, Emeric Sauty de Chalon gère seul les relations publiques de 1855. En septembre 2002, séduit par les atouts uniques de RUMEUR PUBLIQUE, il décide de s'assurer le concours de l'agence afin d'accélérer la croissance de sa société. Aujourd'hui, il s'appuie sur une équipe performante de consultants qui participent à l'élaboration de la stratégie de relations publiques et sont particulièrement actifs dans .../...