

## • LE SERVICE



## Visiolab. Plus loin dans la 3D

Visualiser son futur logement en 3D, choisir les coloris de son carrelage ou encore tester une nouvelle voiture : le studio toulousain Visiolab s'est fait une spécialité de la création de contenus 3D et d'outils multimédias pour les promoteurs immobiliers, les architectes, les collectivités, les professionnels de l'aménagement d'intérieur et le secteur de l'événementiel. Depuis ce début d'année, il leur propose un nouveau service, que les 900 agents du groupe Axa Banque ont été les premiers à tester lors de leur convention nationale en janvier. Équipés du masque Oculus Rift, conçu par une filiale de Facebook, ils ont pu visiter une agence-pilote, en totale immersion. L'expérience a été renouvelée sur le stand du promoteur Green City Immobilier au salon du logement neuf de Toulouse, début mars, et un projet d'événementiel, encore confidentiel, a été signé avec Coca Cola. Créé en 2002 par Julie Cabiac et Samuel Maffre, Visiolab emploie dix personnes pour un chiffre d'affaires de 700.000 € HT en 2014 (+ 15 %). Il compte parmi ses clients des entreprises comme Groupe Carrère, Crédit Agricole Immobilier, Fournier (SoCoo'c, Mobaipa, Delpha), Salm (Schmidt et Cuisinella), Archéa ou encore GL Events.

05 62 27 11 86 - www.visio-lab.com

# Tables et Auberges de France. L'accent mis sur le numérique

• **HÔTELLERIE-RESTAURATION.** Né en Haute-Garonne, le groupement fête ses 20 ans et s'offre une refonte de son identité visuelle et de ses outils numériques de communication.

2015, année charnière pour Tables et Auberges de France ! Devant les adhérents réunis à Mondonville, Jean Lanau, président fondateur, raconte sobrement : « Tables et Auberges de France a vingt ans. On ne s'imaginait pas là, quand nous nous sommes retrouvés à une petite quarantaine au démarrage ! Les années ont passé et aujourd'hui on parle de 2.200 professionnels qui ont reconnu l'aide et le savoir-faire qu'on leur apporte ! »

En 1995 c'est sous l'égide du comité départemental du tourisme de Haute-Garonne qu'est lancée l'idée : rassembler les indépendants de l'hôtellerie et de la restauration sous une marque fédératrice leur permettant d'exister face aux chaînes et guides privés. La fédération nationale des Tables et Auberges de France est née et le succès est rapide avec comme fil conducteur, la lutte contre la malbouffe et l'uniformisation des goûts. Ce qui se traduit en 1997 par le premier guide présentant quatre segments : Tables de prestige, Tables gastronomiques, Tables de terroir et Auber-



Créé il y a 20 ans, le groupement fédère aujourd'hui près de 2.200 professionnels au niveau national (photo DR).

ges de pays. 1998 voit poindre la première version du site internet. A partir de 2003, ce sont les Auberges de village qui sont intégrées et 2010 voit le lancement des Bistrot gourmands. Dernière catégorie à avoir, en 2013, rejoint le groupement sous le label Hostelleries de France, les Hôtels "Bureau", c'est-à-dire sans restauration, ce qui a entraîné une belle poussée du nombre d'adhérents.

**Donner aux adhérents de meilleurs outils numériques**  
« Notre métier, affirme Jean Lanau, c'est d'assurer la promotion de nos adhérents », cho-

se faite une fois le préalable de qualité rempli : l'adhésion est subordonnée à un cahier des charges en 161 points et les remontées clients négatives peuvent générer des audits de contrôle. Parmi les outils, les plus traditionnels sont les guides papier tirés, en baisse, à 50.000 exemplaires pour le complet (descriptifs texte) et 100.000 pour le Carnet de Voyages à vocation plutôt de répertoire. A l'heure du tout numérique, la question ne se pose toujours pas de les supprimer, car, selon Serge Guillaume le secrétaire général, « ça valorise nos adhérents. Nous sommes dans une démarche identi-

taire ». A part le logo revisité, le gros du lifting des 20 ans porte surtout sur le numérique. Dans sa V4, le site internet offre une visite virtuelle des établissements, un moteur de recherche simplifié sur lequel est greffé un module de réservation en lien avec le partenaire Guestonline : il offre, contre un abonnement, la réservation sans commission, une façon « de gagner en indépendance par rapport à la jungle des OTA » souligne Serge Guillaume (rappelons que les hôteliers sont en guerre contre ces puissants acteurs, tels Booking, aux commissions jugées excessives) et un intranet.

Il est complété par une appli gratuite, gage de réponses immédiates aux clients équipés de smartphones. Avec 1000 visiteurs/jour sur le site, l'objectif est de doubler. Au total, le budget consacré à la promotion atteint les 200.000 € sur un budget de 700.000 €.

Jean-Pierre Marinot

**TABLES ET AUBERGES  
DE FRANCE**

05 62 98 35 40

www.tables-auberges.com