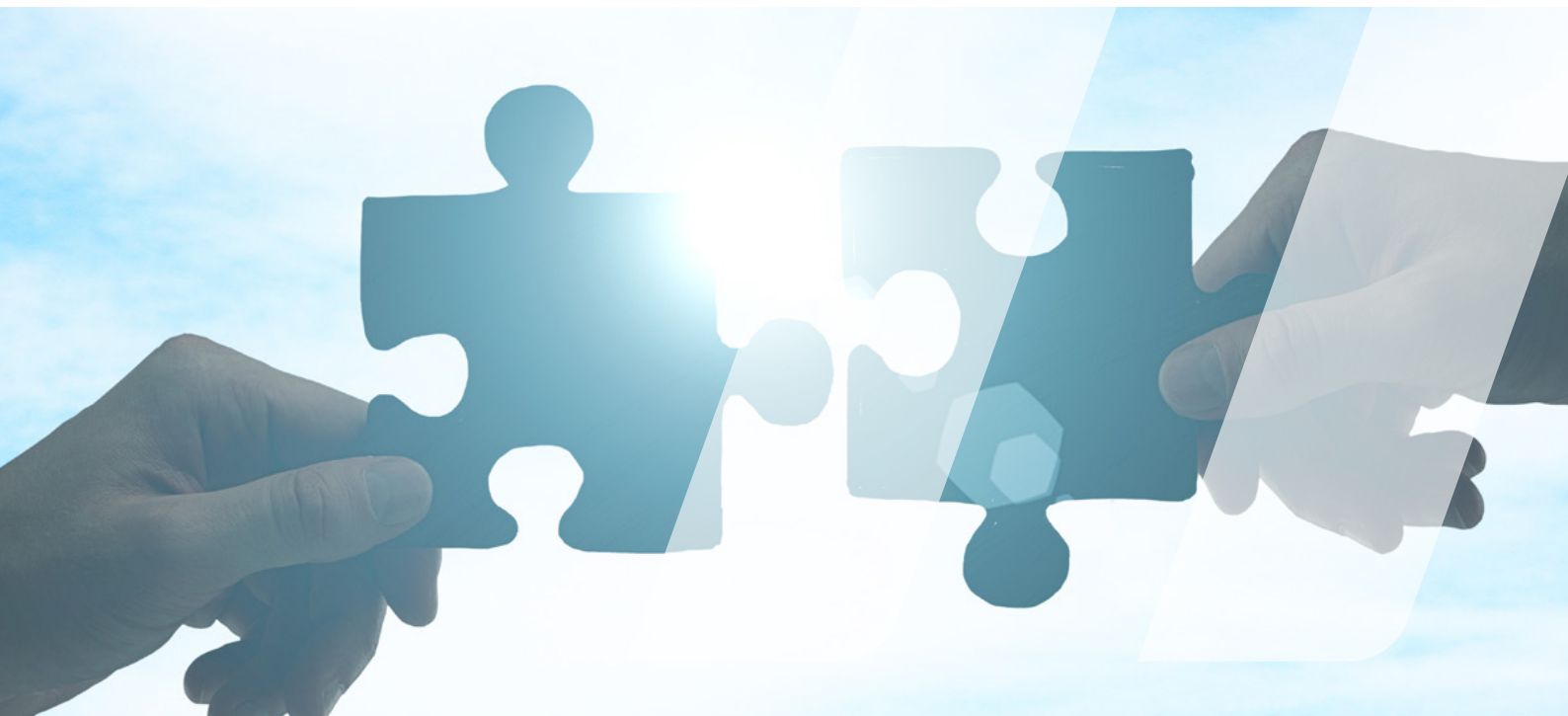


ÉTUDE DE CAS

FML et L'Usine Nouvelle, un partenariat et une confiance renouvelés depuis près de 25 ans





Résumé

Entreprise familiale et indépendante, la société FML est un acteur incontournable du recyclage en France et en Europe. Cliente depuis sa création en 1997, la société FML n'a jamais cessé d'occuper une place de choix dans les publications de L'Usine Nouvelle. 23 années de collaboration et de confiance.

Secteur

Industrie

Solutions l'Usine Nouvelle

Dispositif cross-media

FML et L'Usine Nouvelle

Un partenariat et une confiance renouvelés depuis près de 25 ans.

Contexte

Aujourd'hui à la tête de l'entreprise FML, Maxime LAUTARD est la 5ème génération de cette famille à exercer l'activité de recyclage des métaux ferreux et non ferreux industriels démarrée en 1909.

Forts d'une expérience familiale de plus de 100 ans et animés de la même passion, François et Maxime LAUTARD fondent la société FML en 1997. Son activité consiste à récupérer des chutes métalliques issues de la production industrielle française comme les aciers, l'aluminium, le laiton, le bronze ou encore le cuivre pour le recyclage et la revente. L'entreprise intervient dans tous les secteurs d'activité et travaille auprès de constructeurs tels que Renault, PSA, leurs sous-traitants équipementiers automobiles, l'industrie de l'électroménager, l'industrie mécanique ou l'industrie aéronautique pour la récupération des métaux issus de la production. Les matériaux sont ensuite revendus aux usines consommatrices, sidérurgies et fonderies françaises et européennes comme ArcelorMittal ou le groupe Riva.

Au cœur de ce tissu industriel, FML s'associe à des partenaires dans la logistique, le transport et le recyclage à travers l'Europe pour travailler en synergie et leur apporter des relations d'affaires de proximité.

Solution

L'entreprise FML a débuté son partenariat dès sa création en 1997 avec des communications dans le magazine L'Usine Nouvelle permettant de répondre à un objectif de visibilité auprès des industriels. Pour développer la notoriété de l'entreprise, le partenariat s'est ensuite intensifié et se base désormais sur un dispositif de communication crossmédia renouvelé chaque année.

Dans ce cadre, l'entreprise utilise prioritairement un format publicitaire prenant la forme d'un bandeau et apparaissant tous les mois dans la section « Indices et Cotations » du site web de L'Usine Nouvelle. Ce service « Indices et Cotations » permet aux industriels de consulter les indices et cours des matières premières dans différents secteurs de l'industrie tels que le recyclage, les métaux non ferreux, ferreux, précieux, les matières et mercuriales plastiques, les produits sidérurgiques, l'énergie etc. Une place stratégique donc pour une entreprise dont l'activité se régit en fonction du cours des métaux. Cette variation, qui apparaît une fois par mois, est désormais associée à FML grâce à cet affichage.

Ce partenariat s'élargit et comprend, par ailleurs, des pages et demi-pages de publicité intégrées au magazine L'Usine Nouvelle, des bannières web ainsi que des publiereportages et des prises de parole sur des dossiers thématiques comme l'industrie lourde, les machines-outils ou l'environnement permettant à l'entreprise d'affirmer et de confirmer un positionnement d'expert sur son cœur d'activité.

L'entreprise FML envisage pour le futur de continuer à poursuivre le développement de son partenariat avec L'Usine Nouvelle par le recours à de nouveaux formats digitaux et ce, toujours dans le but d'accroître sa visibilité en ligne et sa notoriété auprès des décideurs de l'industrie.



La relation avec le média L'Usine Nouvelle et ses équipes est une relation historique fidèle. Nous avons eu la chance de toujours avoir, au fil des années, une écoute attentive, de la disponibilité et des bons conseils.

Le choix de L'Usine Nouvelle est sensé pour nous car le média se situe au carrefour de nos fournisseurs et de nos clients. Il couvre tout le tissu industriel français et le connaît très bien. Grâce à ce média nous touchons à la fois fournisseurs, clients de l'industrie française pour les métaux ferreux et non ferreux, mais aussi des prospects dans la gestion globale des déchets, dans la recherche et le développement ou encore l'environnement. C'est la raison pour laquelle, après 23 ans, notre communication avec L'Usine Nouvelle reste intéressante et pertinente aussi bien pour notre positionnement, notre visibilité que pour capter de nouveaux clients.

Maxime Lautard,
Co-fondateur,
FML