



*LE PRÉ
FLEURI*

LE PRÉ FLEURI

Brand Book 2024

Le restaurant

Le Pré Fleuri est un espace convivial permettant à chacun de pouvoir se restaurer dans le calme et la bonne humeur.

Nous nous engageons à offrir un service de qualité centré autour du bien-être de celles et ceux voulant profiter pleinement d'un repas dans notre restaurant.

Nous sommes certains que tout le monde peut aspirer à déguster un repas de qualité sans forcément avoir à se ruiner.



Sommaire

Brand DNA	04	Tone & Manner	17
Notre marque	05	La communication	18
Nos valeurs	06	Ton et discours	19
Notre manifeste	07	La voix	20
Notre raison d'être	08	Le ton	21
Notre message	09	La sémantique	22
Notre slogan	10	Do & Don't	23
Notre cible	11		
Ses conflits	12		
Storytelling	13		
Typologie narrative	14		
Enjeux narratifs	15		
Storytelling	16		

**LE PRÉ
FLEURI**

**Brand
DNA**

Notre marque

Le terroir

Notre restaurant est fier de sa région et veut utiliser la richesse de sa gastronomie pour proposer des repas uniques.

Un savoir-faire

Après plus de 100 ans d'existence, le restaurant Le Pré Fleuri a acquis un savoir-faire important qui se retrouve dans sa cuisine.

Le partage

Etant donné que l'établissement se trouve au cœur de la vie sociale de notre territoire, il est essentiel de garder la proximité qui nous lie et qui nous rassemble.



Nos valeurs

Qualité

S'engager à la qualité des produits utilisés est essentiel pour notre restaurant. Nous pensons qu'il est important de pouvoir proposer un repas de qualité pour les porte-monnaies de toute taille.

Proximité

Nous tenons à créer une réelle proximité avec les clients car notre établissement est l'un des poumons de notre territoire, il permet de tenir le lien et de nous unir.

Partage

En partageant notre savoir-faire nous voulons permettre à chacun d'avoir la possibilité de varier les repas et ainsi utiliser l'assiette comme vecteur de bien-être.



Notre manifeste

Le restaurant Le Pré Fleuri offre plus qu'un simple repas, nous proposons une véritable expérience gustative au sein de la campagne auvergnate.

De plus, notre savoir-faire nous permet de vous offrir des mets fait maison qualitatifs et uniques qui vous rappelleront tout le terroir du territoire auquel nous appartenons.



Notre raison d'être



Why

Nous pensons que nous vivons dans une société dans laquelle l'accès à des repas de qualité devient de plus en plus difficile et nous essayons alors de proposer ces repas ainsi qu'un accompagnement dédié dans ce contexte difficile.

How

En créant un espace chaleureux, nous permettons à chacun de pouvoir échanger des moments de vie et de se retrouver au sein de la communauté.

What

Nous proposons différents repas utilisant des produits du terroir pour satisfaire les papilles de nos clients.

Notre message

Nous sommes implanté dans un territoire où la population n'a pas d'énorme moyen et il est alors impératif de pouvoir offrir une restauration unique qui reste à proximité des moyens de nos visiteurs.

“Se restaurer ne devrait pas s'éloigner du portemonnaie”



Notre slogan

Notre slogan est le résultat des retours positifs de notre clientèle. La quantité est un point important de notre restaurant et le slogan doit faire ressortir ceci.

**“C’est un ventre rempli
qu’offre le Pré Fleuri”**



Notre cible

Notre philosophie centrée autour du consommateur le place au cœur de notre démarche. C'est pour cela que nous devons connaître les besoins de notre cible.

Notre cible

- Familles, couples, amis, et solitaires.
- Actifs ou retraités.
- Voyageurs et habitués.
- Ayant une volonté de se restaurer sans se ruiner.
- Voulant passer un agréable moment dans le calme et la bonne humeur.



Ses conflits

Ses conflits

Externes

J'ai besoin de me restaurer.

Internes

Mes finances ne me permettent pas une large marge de manœuvre.

Philosophiques

Il est possible de s'offrir un festin à petit prix.



LE PRÉ
FLEURI

Storytelling

Typologie narrative

Nous avons à cœur d'aider au bien-être et au bonheur de nos clients, c'est pourquoi le restaurant Le Pré Fleuri se place dans un archétype "Druide".

Prendre soin des autres est l'un des piliers de ce que nous proposons et c'est pourquoi nous nous plaçons en temps que guérisseur bienveillant.

De plus, le partage de notre savoir-faire renforce notre place de conseiller et de savant dans notre domaine.



Enjeux narratifs

La Marque

Garant du savoir-faire et de la qualité de l'expérience proposée.

Le Client

Aventurier à la recherche d'un lieu pour se restaurer et profiter d'une expérience particulière.

L'objet

Un festin accessible et unique d'une qualité optimale.

Le Conflit

La qualité est obligatoirement liée à des prix réservés à une certaine partie de la population.



Storytelling

Le restaurant Le Pré Fleuri se place comme un lieu particulier liant expérience unique et repas singulier. Il propose à des voyageurs et aventuriers de pouvoir profiter d'un moment chaleureux pour reprendre son énergie ou se reposer dans un endroit calme.

Chacun mérite de pouvoir profiter de cette expérience et personne n'est laissé au bord de la route. Nous nous devons d'offrir ce service au plus grand nombre et ainsi permettre un accès toujours plus important à des mets de qualité.



LE PRÉ
FLEURI

Tone & Manner

La communication

Ce storytelling doit s'ancrer dans la communication du restaurant et doit ainsi se ressentir au quotidien.

Cette partie est alors consacrée aux codes de conduites à respecter pour véritablement montrer notre message et la narration mise en place dans notre ADN de marque.

Si nous ne nous conformons pas à ses règles, le message que nous essayons de faire passer n'aura pas l'effet escompté et n'atteindra pas sa cible.

Ton & Discours

Vous - Clients

Les clients recherchent la qualité et une possibilité de profiter de menus complets à des prix abordables.

Ils sont le moteur du restaurant Le Pré Fleuri et il est important de les vouvoyer pour montrer leur importance pour notre établissement.

Nous - Marque

Le restaurant Le Pré Fleuri est au service de ses clients, ainsi, ce “nous” est utilisé pour caractériser les membres de la marque et ses employés.



La voix

L'Accessibilité

Le restaurant Le Pré Fleuri propose des produits à des prix abordables, il est important de comprendre qui veut accéder à ses produits.

La Sincérité

Notre force et d'être proche de nos clients, il est alors impératif de mettre la sincérité en tant que pilier de notre discours.

La Qualité

Nous utilisons des produits uniques garantissant une qualité sincère et singulière.



Le ton

Chaleureux

Nous nous devons d'offrir un ton chaleureux à nos clients car ce sont eux qui permettent de faire vivre notre établissement et de lui insuffler un souffle de vie.

Proche

Nous ne devons laisser personne sur le coté et respecter chacun en tant qu'individualité.

Authentique

Ancré au sein de son territoire, notre établissement est en son cœur et doit alors être le miroir de ce dernier.



La sémantique



Qualité

Authenticité, Savoir-faire, Gastronomie , Naturel, ...

Quantité

Festin, Important, Abondance, ...

Proximité

Intime, Agréable, Echange, Partage, ...

Terroir

Territoire, Région, Attachement, Commune, ...

Do & Don't



Do

Prendre en compte les avis

Les avis extérieurs sont très importants et il est impératif de prendre en compte les retours de nos clients.

Transmettre le savoir

Nous mettons en avant le partage et la proximité. Il est alors essentiel d'échanger avec ceux qui veulent réitérer certaines recettes à leur domicile.

Garder de l'authenticité

Nous sommes un établissement authentique et particulier. Il faut mettre en avant cette authenticité qui est un garant de la qualité de la prestation proposée.

Do & Don't



Don't

Cacher l'information

La clientèle est le moteur de l'établissement et elle est alors en droit d'avoir un regard sur les ingrédients utilisés.

Promouvoir des produits inaccessibles

Notre restaurant ne doit pas proposer des produits et menus trop chers et en dehors du porte-monnaie de notre clientèle.

Ne jamais se réinventer

Nous ne devons pas utiliser nos acquis comme base de travail et il est important de toujours se réinventer pour rester en lien avec la société et les contextes changeant sans cesse.



*LE PRÉ
FLEURI*

LE PRÉ FLEURI

2024 - Tous droits réservés.