



Événements > p.04

**DÉCOUVREZ LE NOUVEAU
LOGO C10**

Animations > p.14

**CHD CONTACT : EXEMPLE
D'UNE COLLABORATION
RÉUSSIE**

En pratique > p.17

**L'INSTITUT C10 ÉTOFFE SON
OFFRE DE FORMATIONS**



LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU RÉSEAU

Dossier > p.09

En 2010, le leader* bière innove avec un concept exclusif

NOUVEAU



SÉLECTION des BRASSEURS

4 créations originales
à découvrir au fil des saisons

PAROLE DE BRASSEUR



Des outils de visibilité très qualitatifs



• Plaque métal

• PLV comptoir



• PLV murale



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.

La vie du réseau

04 > Événements

- C10 dévoile son nouveau logo
- L'Institut C10 récompensé



05 > L'actu

- Salons professionnels, partenariat sportif, rénovation extérieure...
- Focus produits et nouveautés sur plateforme

04

Le Prix spécial du jury « Les Trophées F d'Or de la formation » remis le 25 juin à l'Institut C10.

Enjeux

09 > Le Dossier

LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU RÉSEAU

- 10 • CDV Online : tout sur le vin... et plus !
- 12 • Un site dédié aux clients nationaux



Des sites Internet pratiques et pragmatiques.

En pratique

15 > Animations

- CHD Contact : une équipe télévente dédiée pour une efficacité décuplée
- Une nouvelle commission « partenariat équipe de France »
- C10 partenaire de l'Euro des moins de 19 ans
- Cocktails : l'aventure continue !
- Opération Sirop Fuego pour les enfants



17 > Institut C10

Près de 30 modules de formation développés pour les adhérents

19 > Comptoir des Vignes

- Deux formations adaptées à Comptoir des Vignes

16

Les crèmes de fruits Fuego changent de look.

DES OUTILS MULTIMÉDIAS PERSONNALISÉS POUR VOTRE ACTIVITÉ

Pour apporter des réponses concrètes aux besoins remontés du terrain, nous développons régulièrement de nouveaux services multimédias à destination du réseau. **Aujourd'hui, avec CDV Online, il est possible d'accéder à une véritable base de connaissances numérique sur tout l'univers du vin**



ÉDOUARD PABANEL,
RESPONSABLE
INFORMATIQUE C10

et les commerciaux bénéficient d'outils spécifiquement conçus pour leur activité : chaque entropôt peut, par exemple, mettre au point son tarif sur mesure et créer aisément des cartes des vins pour ses clients. **Dès la rentrée, le site Elidis Boissons Services offrira quant à lui à chaque adhérent une information ciblée concernant les clients nationaux.**

En diversifiant ainsi les supports, nous gagnons en finesse et en qualité d'information. En personnalisant notre communication multimédia, nous améliorons encore notre efficacité et favorisons le développement de notre activité à tous. Alors, n'hésitez pas ! Nous restons à votre écoute, en attendant l'émergence de nouveaux projets...



Prochaine parution : **octobre 2010**. N'hésitez pas à réagir et à donner votre avis sur ce journal. Si vous ne pouvez vous procurer **C10 infos**, contactez-nous : C10 infos - 37-39, rue de Neuilly, 92110 Clichy.

> **Directeur de la publication :** Gérard Le Bihan > **Comité de pilotage C10 :** Xavier Alberti, Carmen Gros, Grégoire Guillemain > **Ont collaboré à ce numéro :** Pierre Ayrat, Christelle Bodard-Gasnier, Laure Bomy, Sébastien Briest, Fabrice Chiffolleau, Marika Cochet, Marc Collobert, Nicolas Cordoleani, Cyril Darciaux, Jacques Dufils, Guillaume Gensou, Frédéric Gros, Catherine Guillaume, Francis Le Bihan, Patrick Le Bihan, Johanna Limongi, Bernard Lot, Hervé Luzi, Sophie Monot, Catherine Moularde, Édouard Pabanel, Julien Schoen, Cécile Thoumyre, Laurent Vernet, Thierry Vieville > **Rédactrice en chef :** Nathalie Pons > **Rédaction :** Julie Deh, Caroline Kervennic > **Crédits photos :** D.R. > **Photogravure :** Editing > **Imprimé en France** > **Conception/réalisation :** HighCo Shopper Conseil 8, rue de La Rochefoucauld, CS 30500, 75427 Paris Cedex 09. Tél. : 01 77 75 65 45.



L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. À consommer avec modération.

C10 DÉVOILE SON NOUVEAU LOGO ADAPTÉ À LA COMMUNICATION SPORTIVE



LE LOGO C10 SE MÉTAMORPHOSE POUR GAGNER EN LISIBILITÉ. IL SERA PRÉSENTÉ AU GRAND PUBLIC LE 3 SEPTEMBRE À L'OCCASION DU MATCH FRANCE - BIÉLORUSSIE DANS LE CADRE DES QUALIFICATIONS POUR L'EURO 2012.

C10 devient fournisseur officiel de l'Équipe de France. Un engagement de quatre années qui vient d'être signé. Le réseau va donc accompagner la nouvelle équipe lors des phases qualificatives et finales de l'Euro 2010, ainsi que pour la Coupe du monde 2014 au Brésil. C'est dans ce cadre que l'enseigne a souhaité renouveler son logo pour accompagner sa communication sportive. « Un logo est comparable au maillot d'une équipe. C'est à la fois le symbole de la reconnaissance externe de notre réseau et un signe d'appartenance pour nos adhérents, explique

Grégoire Guillemain, directeur général délégué de C10. Notre chiffre d'affaires a été multiplié par deux en cinq ans. Il était donc naturel que notre signature évolue afin de continuer à être le reflet du développement du réseau. »

UNE SIGNATURE PLUS STYLISÉE

Le rafraîchissement du design a été confié à l'agence Leroy Tremblot, spécialisée dans la déclinaison des identités visuelles pour le domaine sportif. Un domaine tout à fait spécifique puisque les logos doivent être adaptés selon une technicité particulière afin

de conserver toute leur lisibilité sur un maillot en mouvement, une enseigne inclinée ou à travers l'angle de la caméra. Le choix a été fait de conserver la forme générale et le code couleur de l'ancienne signature, en simplifiant l'écriture et en jouant sur la stylisation de la bouteille qui se fond davantage dans le nom du réseau. La nouvelle identité visuelle devrait très vite dépasser le cadre de la communication sportive. Dès la rentrée de septembre, l'ensemble des supports permanents et professionnels de l'enseigne seront estampillés par la nouvelle signature C10.

Le choix du match du 3 septembre est une occasion hautement symbolique pour le réseau fournisseur officiel de l'Équipe de France de célébrer le renouveau des Bleus dirigés par le nouveau sélectionneur, Laurent Blanc.



L'INSTITUT C10 RÉCOMPENSÉ PAR LES PROFESSIONNELS DE LA FORMATION

L'INSTITUT C10 A REÇU LE 25 JUIN DERNIER À BLOIS LE PRIX SPÉCIAL DU JURY « LES TROPHÉES F D'OR DE LA FORMATION », ORGANISÉS PAR OPCALIA CENTRE. CHRISTELLE BODARD-GASNIER, DIRECTRICE ADJOINTE D'OPCALIA CENTRE, EXPLIQUE LES RAISONS POUR LESQUELLES L'INSTITUT C10 A ÉTÉ PRIMÉ LORS DE CETTE 6^E ÉDITION DU CONCOURS.

Laure Bomy et Jean-Jacques Mespoulet (entre autres) sont venus recevoir le Prix spécial du jury, le 25 juin dernier, à Blois.

POUVEZ-VOUS NOUS PRÉSENTER LES TROPHÉES F D'OR DE LA FORMATION ?

Opcalia Centre distingue chaque année les lauréats des Trophées F d'Or. Ces prix récompensent depuis six ans les entreprises de la région qui se démarquent par leurs actions innovantes en matière de formation. Le jury 2010, composé des partenaires sociaux des OPCA, a distingué les sociétés qui ont su mener à bien des actions significatives en matière de diversité, de sécurisation des parcours et d'anticipation des évolutions et des compétences. C10, qui est un réseau national et donc pas uniquement

implanté en région Centre, s'est vu décerner le Prix spécial du jury.

QU'EST-CE QUI A SÉDUIT LE JURY DANS LA CANDIDATURE DE C10 ?

La démarche mise en place par C10, avec une commission dédiée, sa capacité à anticiper, analyser et sécuriser les métiers et les emplois, a intéressé notre jury. Les aspects de mutualisation, la mise en place en interne d'un centre de formation pour les adhérents, l'Institut C10, relayé par un Intranet, ont été reconnus comme des outils permettant de simplifier l'accès à la formation. La prise en charge

des frais de logement, la simplification des inscriptions, le contenu très opérationnel des modules correspondent bien aux besoins des adhérents.

QUEL EST LE RÔLE D'OPCALIA DANS LA DÉMARCHE DE FORMATION DES SALARIÉS ET DES ADHÉRENTS C10 ?

Notre partenariat avec C10 consiste à simplifier le plus possible pour les adhérents C10 les aspects financiers et administratifs liés à la formation. Ils remplissent un simple bordereau et Opcalia Centre se charge de reverser les cotisations aux OPCA locales.

NOUVELLES COULEURS

LES ENTREPÔTS PROXI BOISSONS PRENNENT LES COULEURS C10

Les établissements Proxi Boissons Pays de Loire inaugurent leurs nouvelles couleurs. Les entrepôts implantés à Angers et à La Flèche ont opéré des travaux de peinture des façades, de changement des stores et ont mis en place la signalétique C10 au cours du mois d'avril. Ces modifications accompagnent un développement commercial axé sur le vin de la gamme C10. Proxi Boissons Pays de Loire est également distributeur exclusif des 24 Heures du Mans Auto, un événement qui attire chaque année près de 275 000 visiteurs.

➤ **SITUATION** : ANGERS (49) ET LA FLÈCHE (72) > **CRÉATION** : RACHAT DE DEUX ENTREPÔTS ELIDIS EN 2008 > **EFFECTIFS** : 43 DONT 7 COMMERCIAUX ET 1 CHEF DES VENTES > **LIVRAISON** : MAINE ET LOIRE, SARTHE ET EST MAYENNE > **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT** : 6 000 m² (2 SITES) > **NB DE VÉHICULES** : 15



Les entrepôts d'Angers et de La Flèche arborent la signalétique C10 depuis le mois d'avril.

NOUVEAU CONCEPT

LES CAVES SODIBEL DEVIENNENT COMPTOIR DES VIGNES

Les caves Sodibel viennent d'achever leurs travaux. Toute la structure extérieure du magasin est désormais refaite selon le cahier des charges Comptoir des Vignes. Pierre Ayrat, gérant des établissements Sodibel, a été séduit par le concept dès les premières présentations au siège de C10. Aujourd'hui, il prépare l'inauguration officielle des lieux et a convié ses clients à la présentation du nouveau magasin. Les premiers commentaires sont très positifs. La teinte choisie pour représenter la marque attire les compliments des premiers visiteurs.

➤ **SITUATION** : PAIMPOL (22) > **CRÉATION** : 1990 > **EFFECTIFS** : 1 > **LIVRAISON** : PAIMPOL > **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT** : 223 m²



Les caves Sodibel aux couleurs Comptoir des Vignes.

SALON

LES ÉTABLISSEMENTS SCHOEN ORGANISENT LE PRINTEMPS DES VIGNERONS



60 producteurs de vin, près de 800 visiteurs : le bilan de cette 3^e édition est très positif.

La troisième édition du Printemps des vigneron s'est tenue les 3 et 4 mai derniers à Orléans. Une soixantaine de producteurs issus de tous les vignobles français, mais aussi d'Italie, d'Espagne ou du Nouveau Monde ont été conviés par les établissements Schoen à faire découvrir leurs vins aux professionnels en CHR ou CHD. L'occasion pour eux de prendre le temps de déguster dans les meilleures conditions une gamme en perpétuelle évolution. Près de 800 visiteurs se sont pressés dans les stands au cours des deux journées et les retours sont très positifs, en termes d'image, de ventes et de développement du secteur vin de la société. Le rendez-vous est donc pris pour l'année prochaine dans un autre département cette fois encore.

➤ **SITUATION** : UNE PLATEFORME LOGISTIQUE ET 8 ENTREPÔTS IMPLANTÉS SUR 7 DÉPARTEMENTS : 45, 41, 37, 36, 18, 58 ET 23 > **CRÉATION** : 1952 À CHÂTEAUROUX > **EFFECTIFS** : DEUX RESPONSABLES DU DÉVELOPPEMENT VIN

FESTIVAL

LES ÉTABLISSEMENTS COUPEZ PARTENAIRES DU FESTIVAL D'HERGNIES

Depuis deux ans, l'entreprise familiale Coupez est partenaire du festival Airs d'accordéon en Valenciennois, qui s'est tenu cette année les 23 et 24 mai derniers. La manifestation, sponsorisée par la région Nord-Pas-de-Calais et Valenciennes Métropole, met à l'honneur l'instrument traditionnel et le revisite façon rock. Un marché artisanal avec des produits locaux et bio et une brocante attirent

également un grand nombre de visiteurs. Les établissements Coupez tirent partie de l'occasion pour recevoir leurs clients dans ce cadre champêtre et leur faire déguster leur gamme de bières belges.

➤ **SITUATION** : HERGNIES (59) > **CRÉATION** : 1946 > **EFFECTIFS** : 40 > **LIVRAISON** : VALENCIENNES, CAMBRAI, DOUAI ET LILLE > **SUPERFICIE** : 3 500 m² > **NB DE VÉHICULES** : 20

Le festival d'Hergnies, l'occasion pour les établissements Coupez de faire découvrir leurs produits.



FOCUS
PRODUITS

VERRES EN POLYCARBONATE LA QUALITÉ INCASSABLE

Résistants jusqu'à 130 °C – donc lavables en machine, incassables et recyclables, ces verres en polycarbonate sont particulièrement adaptés à la consommation en extérieur ou en discothèque. Disponibles en trois formats et design.

PARTENARIAT SPORTIF

SPONSORING DE L'UPPER PUCK DE ROLLER HOCKEY PAR LES ÉTABLISSEMENTS LE BIHAN

Les établissements Le Bihan se sont engagés comme sponsor de l'Upper Puck de roller hockey des 22, 23 et 24 mai derniers à Vitry-le-François qui a sacré l'équipe d'Asnières. Un événement sportif de taille puisqu'il s'agit du plus grand tournoi français de roller hockey et que la ville, très impliquée dans ce sport relativement confidentiel, compte près de cent cinquante licenciés. Douze équipes, françaises et belges, étaient engagées dans la compétition et près de quatre cent personnes ont assisté aux trois journées de matchs. Des banderoles aux couleurs de C10 bordaient la piste. Le Bihan s'est également chargé de l'approvisionnement de la buvette.

SITUATION : VITRY-LE-FRANÇOIS (51) > **CRÉATION :** 1929 > **EFFECTIFS :** 6 > **LIVRAISON :** 50 KM ALENTOUR > **SUPERFICIE :** 1 000 m² > **NB DE VÉHICULES :** 4



Les établissements Le Bihan ont entre autres approvisionné la buvette pendant le tournoi de hockey qui a duré trois jours.

NOUVEAU

VÊTEMENTS C10 : LA NOUVELLE COLLECTION



RÉNOVATION

CAPPONI ALPES AGRANDIT SON ENTREPÔT DE CHAMBÉRY

L'entreprise compte trois entrepôts implantés à Bourg-d'Oisans dans l'Isère, au centre de Grenoble et à Chambéry en Savoie. La société envisage un agrandissement de ses locaux savoyards d'au moins 350 m². L'objectif affiché est de mieux servir la région et la vallée de la Chartraine pour répondre aux besoins liés à la saison touristique. Pour Bernard Lot, gérant de Capponi Alpes, ces aménagements vont permettre de mieux répondre à la croissance du secteur et au développement de nouvelles références, notamment dans la gamme des vins C10 et des spiritueux.

SITUATION : BOURG-D'OISANS, CHAMBÉRY ET GRENOBLE > **CRÉATION :** 1959 > **EFFECTIFS :** 52 > **LIVRAISON :** ISÈRE ET SAVOIE > **SUPERFICIE DES TROIS SITES :** 8 000 m² > **NB DE VÉHICULES :** 17 CAMIONS ET 5 VL

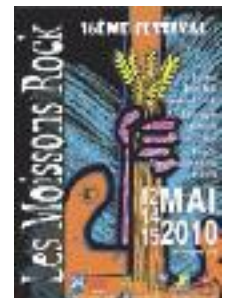


Un agrandissement de plus de 350 m² prévu pour répondre aux besoins en fort développement de la région.

FESTIVALS

LE BIHAN FOURNISSEUR DES MOISSONS ROCK ET DES FURIES

Deux événements majeurs ont animé la vie culturelle de la région de Châlons-en-Champagne ce printemps : le festival de cirque de rue Furies et Les Moissons Rock. Les établissements Le Bihan se sont chargés de le pourvoir en boissons. Les buvettes en plein air des Furies installées dans les rues de Châlons-en-Champagne ont ainsi été réapprovisionnées du 1^{er} au 6 juin avec des bières et des softs. Le Bihan, fournisseur du festival depuis huit ans, en est également un des mécènes. L'adhérent C10 a également assuré la livraison des Moissons Rock pour la seconde année consécutive. Durant trois jours, les 12, 14 et 15 mai, les concerts se sont succédé à Juvigny (51). Les établissements Le Bihan ont fourni les bars de l'événement en bières, Gothic ou Desperados, par exemple, ainsi qu'en sodas et jus de fruits.



SITUATION : VITRY-LE-FRANÇOIS (51) > **CRÉATION :** 1929 > **EFFECTIFS :** 6 > **LIVRAISON :** 50 KM ALENTOUR > **SUPERFICIE :** 1 000 m² > **NB DE VÉHICULES :** 4

NOUVEAUTÉS
SUR PLATEFORME

SALON

**SALON INTER-HÔTEL :
UN PETIT DÉJEUNER
SIGNÉ ELIDIS...**

Le 28 mai à Deauville, C10 participait au salon Inter-Hôtel, un groupe hôtelier d'indépendants avec lequel un contrat vient d'être renouvelé pour deux ans. Au programme : un premier stand dédié au vin, avec la gamme Comptoir des Vignes, l'offre de vin au verre, les outils d'animation CDV Online... et un second stand mettant en avant le dispenser BIB Granini de jus d'orange et pamplemousse ainsi que les thés Baronny's. « En présentant deux stands, nous avons souligné notre capacité à accompagner les hôteliers sur ces deux temps importants de leur activité que sont la restauration et le petit déjeuner, explique Jacques Dufils, responsable des marchés et clients nationaux. Le bilan est très positif. D'une part grâce à l'implication des fournisseurs que nous avons sollicités et à la participation de Cyril Houdayer (responsable vins de Robert Distribution) et de Laurence Mignon (champagne Louis Tollet), d'autre part du fait de la forte attente sur l'offre petit déjeuner qui promet de futures belles opportunités ! » Affaire à suivre...



Un salon pour mettre en avant l'offre petit déjeuner et restauration.

CONVENTION

**LES BURALISTES EXPOSENT
À LA PORTE DE VERSAILLES**

Losange'xpo 2010, le salon dédié aux buralistes, se tiendra les 18 et 19 septembre prochains au Parc des Expositions de la Porte de Versailles à Paris. C10 sera présent dans la partie Village Bar Brasserie du salon. 92 exposants sont déjà inscrits pour cet événement qui avait attiré plus de 7 000 visiteurs l'année passée. La majorité des acteurs du marché seront présents sur les 8 000 m² de surface dédiée à l'activité des bureaux de tabac. Cette année, Losange'xpo promet de faire découvrir les nouveautés produits et les services proposés par les marques pour mieux comprendre les tendances du marché.



➤ **SMIRNOFF N°21**
UNE BOUTEILLE ESTIVALE
EN ÉDITION LIMITÉE

Pour créer l'événement cet été, Smirnoff N°21, le leader mondial des spiritueux*, a choisi de faire relooker sa fameuse bouteille par Vitalic. Cet artiste français, l'un des plus doués de la scène électro, s'est inspiré de son univers musical pour parer la célèbre vodka, d'ordinaire cristalline, de lasers couleur de feu et d'effets miroirs.



➤ **MANZANA VERDE**
UN NOUVEAU NOM,
UN NOUVEAU PACKAGING

La célèbre liqueur espagnole de pomme verte devient Luna Verde et arbore un packaging plus jeune et impactant. Une nouvelle image en adéquation avec cette marque ancrée dans l'univers de la nuit.

* Source : Business Drink 2008.

RENDEZ-VOUS

**22 NOVEMBRE :
LANCEMENT DES ÉTATS GÉNÉRAUX C10**

Les États Généraux C10 se dérouleront, du 22 au 26 novembre, au siège de C10, l'occasion pour les adhérents d'échanger sur de nombreux sujets comme

CHD Contact, l'animation commerciale, la plateforme, CAFE CONCEPT, Comptoir des Vignes, les Clients Nationaux ou encore l'Institut C10.

NOUVEAU

**DÉCOUVREZ LA NOUVELLE PLAQUETTE
DE PRÉSENTATION C10**

Habillée de bleu, aux couleurs de C10, la nouvelle plaquette de présentation du réseau est parue. Vingt pages pour être incollable sur l'histoire, l'organisation, les valeurs, les services, les marques, etc. et une carte de France illustrant l'ensemble du réseau. N'hésitez pas à la présenter à vos prospects !





BACARDI
MOJITO
THE ORIGINAL

L'ART ET LA MANIÈRE



UN COCKTAIL CLASSIQUE

Le Bacardi Mojito The Original est ancré dans la tradition cubaine depuis le XVI^e siècle avec une boisson alors appelée la draque. La légèreté et l'équilibre du rhum Bacardi Superior a permis l'évolution entre la draque et le Bacardi Mojito The Original qui en 1920 devient le cocktail emblématique de Cuba.

LE PERFECT SERVE

POUR ÊTRE TRÈS RAFFRAÎCHISSANT, LE "BACARDI MOJITO THE ORIGINAL" DOIT RESPECTER LA RECETTE SUIVANTE :

1 DES PARFUMS

Déposer
10 feuilles de
menthe fraîche et
un demi citron vert
coupé en dés
Ajouter 2 cl de
sirop de sucre
de canne



2 DU MOUVEMENT

Piler
l'ensemble



3 DE LA FRAICHEUR

Ajouter de
la glace pilée
Verser 4 cl
de rhum
Bacardi
Superior



4 DU PÉTILLANT

Allonger de
Ponier
Mélanger le tout
Ajouter une
feuille de
menthe fraîche



10 CDV ONLINE : TOUT SUR LE VIN... ET PLUS ! / 12 UN SITE DÉDIÉ AUX CLIENTS NATIONAUX

LA TECHNOLOGIE AU SERVICE DU RESEAU

Deux nouveaux sites Internet pratiques et pragmatiques

POUR FACILITER AU QUOTIDIEN L'ACTIVITÉ DE SES ADHÉRENTS,
C10 JOUE LA CARTE DE L'INNOVATION !

À l'écoute des besoins du terrain, C10 met en place des services toujours plus innovants pour répondre aux attentes des adhérents et de leurs forces de vente. Le principe ? Exploiter au mieux les possibilités offertes par la technologie, à travers des outils conçus pour soutenir

et faciliter l'activité. C'est dans ce cadre que deux nouveaux sites Internet sont mis en application cette année : CDV Online, qui a pour vocation d'accompagner la commercialisation de l'offre vin, et Elidis Boissons Services, consacré à l'information relative aux clients nationaux C10. ■

qualité d'impression ainsi que la validité des informations, car le catalogue des vins C10 peut évoluer à chaque instant. » Une tendance à la variation qu'il est impératif de prendre en compte lorsqu'on conçoit un outil comme CDV Online, qui a l'ambition d'être aussi exhaustif que fiable. Aussi, l'actualisation permanente des données de CDV Online a-t-elle été confiée à une personne, Paloma Ezcurra, qui se consacre exclusivement à cette mission.

UN SERVICE ÉVOLUTIF

D'abord testé auprès d'un groupe pilote de six adhérents, CDV Online est disponible pour tous depuis avril. Pour la prise en main des fonctionnalités avancées (ajout de références et création du tarif illustré), une journée de formation est nécessaire. Dispensée par l'Institut C10, elle a déjà été suivie par une cinquantaine de personnes et de nouvelles sessions reprendront dès septembre. À venir également à la rentrée : une version nomade de l'application sous forme de logiciel : utilisable hors connexion, il permettra aux commerciaux d'accéder où qu'ils soient, et en particulier en

clientèle, à 95 % du service. « Et puis CDV Online n'est pas figé, nous sommes à l'écoute des remontées des premiers utilisateurs. Leurs suggestions d'améliorations seront synthétisées dans une V2, dont le cahier des charges commence à se remplir », conclut Sophie Monot. Mise à disposition prévue tout début 2011... ■



CDV Online est une incroyable base de données de tous les vins distribués par C10. C'est également un outil de démarche commerciale puisqu'il permet de créer différents supports utiles aux clients CHR (tarifs illustrés, cartes des vins, chevalets...)



➔ **GUILLAUME GENSOU,**
CAVISTE CHEZ MESPOULET
À ARGENTAT, A SUIVI
LA FORMATION CDV ONLINE.

« UN EXCELLENT OUTIL DE DÉVELOPPEMENT ! »

Comment votre formation s'est-elle passée ?

J'ai suivi la formation CDV Online en mai dernier. Je l'ai trouvée bien conçue, à la fois pas trop longue puisqu'elle dure seulement une journée, et bien animée. Chaque participant dispose en plus d'un ordinateur pour manipuler l'application, ce qui est vraiment bien.

Comment utilisez-vous le service depuis ?

Pour le moment je suis seul à y accéder car nous sommes en plein cœur de la saison. Nous allons le mettre en place pour la prochaine saison, à partir de janvier 2011. En préparation, je vais commencer à renseigner nos références dès septembre, avec tous les vins régionaux que nous avons mais qu'on ne trouve pas sur la plateforme C10. Cela permettra d'éditer d'abord notre tarif illustré, qui est la base de tout. Puis avant la fin de l'année, nous présenterons CDV Online aux commerciaux. Ils pourront commencer à proposer les cartes de vins en clientèle dès janvier.

Que pensez-vous de l'outil en lui-même ?

D'abord le logiciel se prend bien en main, il est assez simple d'utilisation. Sur le contenu, les fiches techniques des vins sont très bien faites : pour les commerciaux qui ne sont pas spécialistes, cela permet d'avoir des notions de base, de connaître la région, le cépage, de savoir en quelques mots quelle est la caractéristique du vin... Le tarif illustré offre un service très pro, en donnant la possibilité aux clients de voir le packaging avec la photo du vin en plus de tous les détails de la fiche technique. La conception de la carte des vins est très bien faite également... En résumé, notre directeur commercial est très enthousiaste, il pense que c'est un excellent outil de développement !

Un site dédié aux clients nationaux

À COMPTER DE SEPTEMBRE, CHAQUE ADHÉRENT C10 POURRA BÉNÉFICIER D'UN **NOUVEAU SERVICE MIS AU POINT PAR ELIDIS : LE SITE ELIDIS BOISSONS SERVICES.**

« Afin de centraliser les informations utiles aux adhérents dans leur relation au quotidien avec les clients nationaux, nous avons décidé de créer un nouveau site, commence Jacques Dufils, responsable des marchés et clients nationaux. À la fois Internet et Extranet, les membres du réseau pourront y retrouver l'actualité des enseignes, les mercuriales, les cahiers des charges, les opérations commerciales... » Ce site, c'est Elidis Boissons Services, dont la partie Internet,

une présentation grand public, est en ligne depuis juin. Et dont la seconde partie, actuellement testée par un groupe pilote, ouvrira en septembre : un Extranet réservé aux adhérents C10, accessible de façon sécurisée par identifiant et mot de passe. « Le principe, c'est que chaque adhérent puisse consulter en ligne les informations relatives aux clients qui le concernent, c'est-à-dire uniquement aux points de vente de son périmètre », précise Jacques Dufils. En d'autres termes, il

s'agit de proposer un service personnalisé et qui préserve le champ d'intervention de chacun.

DÉMULTIPLIER L'ACCÈS À L'INFORMATION

L'un des atouts du site Elidis Boissons Services est de mettre à la portée de plusieurs membres d'un même entrepôt des informations qui n'étaient jusqu'alors ouvertes qu'à leurs dirigeants via l'Intranet C10. « Diverses personnes ont besoin de ces informations pour



mener à bien leur activité, souligne Jacques Dufils, qu'il s'agisse des commerciaux, des approvisionneurs, des télévendeurs ou encore du personnel administratif et comptable. Réserver ces données aux seuls dirigeants posait un réel problème de diffusion de l'information. » Il est donc prévu que, avec un unique compte de connexion, jusqu'à 6 personnes d'un même entrepôt puissent se connecter en même temps au site. Une démultiplication de l'accès à l'information qui a pour but d'améliorer la communication en termes de qualité de diffusion comme de contenu.

UN OUTIL DE CONQUÊTE

Les retombées attendues ? Un gain de temps et d'autonomie pour les utilisateurs, qui pourront trouver très

rapidement et sans intermédiaire des réponses à leurs questions. Elidis Boissons Services sera aussi l'allié idéal des forces de vente pour organiser la conquête de parts de marché. « Les commerciaux sauront en quelques clics avec quelles enseignes nous avons des accords et quels points de vente ils peuvent prospecter », explique Jacques Dufils. En outre, l'outil devrait encore améliorer le taux de service du réseau auprès des enseignes, en permettant à chaque adhérent d'optimiser la conformité de ses livraisons par rapport aux conditions négociées au niveau national... Autant dire que ce site fait du tout-en-un ! ■



À la fois Internet et Extranet, le nouveau site clients nationaux permet aux adhérents de connaître toute l'actualité des enseignes, les cahiers des charges, les mercuriales, les opérations commerciales, etc.



UNE ÉQUIPE TÉLÉVENTE DÉDIÉE POUR UNE EFFICACITÉ DÉCUPLÉE

FABRICE CHIFFOLEAU, PRÉSIDENT D'ATLANTIQUE BOISSONS NANTES, ET SON ÉQUIPE CHD CONTACT NOUS RACONTENT LEUR EXPÉRIENCE DE COLLABORATION RÉUSSIE. INTERVIEW CROISÉE.



Fabrice Chiffolleau, président d'Atlantique Boissons Nantes

QU'EST-CE QUI VOUS A POUSSÉ À METTRE EN PLACE LA TÉLÉVENTE AVEC CHD CONTACT ?

En février 2009, notre entreprise a fait le choix d'une télévente C10 dans la continuité d'Elidis car nous avons été fortement rassurés par le professionnalisme des équipes de Nancy.

La souplesse de fonctionnement, l'utilisation des outils de télécommunication aujourd'hui disponibles (Internet, Skype, ligne directe...) font qu'une proximité virtuelle réussit petit à petit à se créer. De plus, les commerciaux terrain, libérés de la pression des prises d'ordre, peuvent se concentrer sur leurs deux missions essentielles : le conseil et la vente.

COMMENT S'ORGANISE LA COMPLÉMENTARITÉ, NOTAMMENT COMMERCIALE, ENTRE VOTRE FORCE DE VENTE TERRAIN ET L'ÉQUIPE DE TÉLÉVENTE ?

Le premier intérêt de cette complémentarité réside dans le fait que les commerciaux terrain peuvent gérer des portefeuilles clients plus importants que lorsqu'ils doivent prendre les commandes. Le second intérêt est commercial. En plus des prises de commandes, nous enchaînons régulièrement des opérations promotionnelles et prospection de « lignes » auprès de notre clientèle. Sur cet aspect, deux interlocuteurs valent mieux qu'un : cela complète les approches clients.

QUEL EST LE GAIN DE L'UTILISATION DE CHD CONTACT ET QUELLE EST LA PLACE DES TÉLÉVENDEURS DE NANCY DANS VOTRE ÉQUIPE LOCALE ?

Ce gain tient surtout au management des équipes, à la gestion du temps et du planning et surtout à un professionnalisme que nous aurions du mal à entretenir avec un centre d'appels en interne. Les télévendeuses de Nancy font partie de l'équipe Atlantique Boissons Nantes à 100 % malgré la distance qui nous oblige à changer nos habitudes. Les contacts téléphoniques réguliers entre nos équipes permettent de les rapprocher. Nous réfléchissons maintenant à améliorer encore notre fonctionnement afin d'être au plus près de nos clients en utilisant tous les outils commerciaux à notre disposition : télévente de Nancy, commerciaux très présents chez leurs clients et accueil téléphonique avec Leslie et Anita formées dans le cadre de l'amélioration des compétences de l'Institut C10.

EN CHIFFRES

75%

taux moyen de commande des clients sur le portefeuille confié aux télévendeuses CHD Contact de Nancy.

18%

taux de référencement de la gamme Granini, réalisé en avril lors d'une action commerciale auprès des clients qui ne commandaient pas les jus à l'entrepôt.

16%

taux de référencement de la Schweppes Lemon, réalisé en mars lors d'une action commerciale auprès des clients non détenteurs.

Atlantique Boissons Nantes

9

commerciaux,

900

clients CHR et clients nationaux,

500

points de vente confiés en télévente à CHD Contact.



Équipe de CHD Contact Nancy (de gauche à droite) : Samia, Laetitia, Géraldine et Carole.

COMMENT RÉUSSISSEZ-VOUS À ÊTRE PROCHES DE CLIENTS LOINTAINS ?

La proximité avec nos clients est liée à la régularité des contacts que nous avons avec eux et à la connaissance de leur établissement, de leurs habitudes et de leur clientèle. Pour Atlantique Boissons Nantes, nous les appelons toutes les semaines. Par ailleurs, la première prise de contact se fait toujours en lien avec le commercial terrain : il prévient le client de notre appel et lui donne le nom de sa télévendeuse attitrée. Ensuite, le temps fait le reste. Plus de 60 % des clients se livrent très facilement par téléphone. Connaître le client nous permet de mieux cibler les offres commerciales à lui proposer et de savoir quelle est la meilleure façon de les lui présenter. Comprendre ses besoins et y répondre en s'adaptant à sa personnalité, c'est bien là toute la pertinence de notre démarche de vente.

QUELLE EST VOTRE RELATION AVEC L'ÉQUIPE COMMERCIALE LOCALE ?

Très proche. Nous avons chacune deux commerciaux dont nous gérons les clients et pour lesquels nous nous positionnons comme « assistante commerciale par téléphone ». Nous sommes en contact tous les jours avec eux afin de partager les informations. Sur ce point, la complémentarité de nos actions commerciales est une véritable plus-value : nous partageons les actions commerciales du moment ainsi que nos objectifs réciproques et nous nous entraînons pour améliorer nos performances commerciales... c'est une relation gagnant-gagnant ! Et puis, quand un commercial est en congés, il n'y a pas de rupture dans la relation client, c'est une vraie force pour maintenir le lien et les ventes sur ces périodes.

ET QUAND VOUS ÊTES EN CONGÉS, COMMENT SONT GÉRÉS LES APPELS ?

Nous sommes quatre sur le même entrepôt. Lorsque l'une part en congés, ses appels sont répartis sur les autres. Nous connaissons nos secteurs réciproques et l'ensemble des commerciaux. Cela permet de rester proches des clients et des commerciaux mais aussi de tous les autres interlocuteurs de l'entrepôt (les logisticiens, les secrétaires...) que nous avons régulièrement en ligne.

Animations <

UNE NOUVELLE COMMISSION « PARTENARIAT ÉQUIPE DE FRANCE »

Afin d'optimiser le nouveau partenariat de C10 avec l'Équipe de France de football, une commission spéciale vient d'être constituée. Réunie pour la première fois le 23 juin, elle mise sur la variété des compétences ! À son bord, 3 adhérents C10 apportent leur précieuse expérience du terrain : Ludovic Caurraze (Établissements Le Bihan, Bordeaux), Éric Lorand (Cozigou Côte d'Émeraude, Dinan) et Stéphane Morel (Morel Boissons, Thizy). En outre, la commission compte 1 membre de la Fédération française de football (Florent Soulez du département marketing) et 4 membres

du siège C10 (Nicolas Cordoleani trade marketeur, Johanna Limongi responsable marketing, Carmen Gros responsable communication et Jean Bessière stagiaire marketing).

Leur mission ? Définir le plan d'activation du partenariat en termes de communication et de marketing. Stimulation des forces de vente, challenges entre adhérents, actions marketing vers les consommateurs... Toutes les déclinaisons peuvent être envisagées pour exploiter cette belle opportunité d'accroître la visibilité et de valoriser le métier de C10 !

COUPE DE FRANCE DES ADHÉRENTS C10 : LA CLÔTURE EN IMAGES !



C10 vous a proposé cette année de participer à un challenge commercial : la « Coupe de France des adhérents C10 ». Le 1^{er} mai dernier, les 15 meilleures équipes commerciales étaient réunies pour la remise des prix, ainsi que pour assister à la finale de la Coupe de France au Stade de France. C'est Stéphane Morel (aux côtés de Xavier Alberti et de Grégoire Guillemain) qui a reçu le trophée décerné à sa société Morel Boissons, première sur le podium.



EURO 2012 : UN JEU CONCOURS POUR LES PATRONS DE CHR

Retrouvez dans le prochain *C10 Avantages* (daté août-septembre), un jeu concours spécialement réservé à vos clients patrons de CHR. En jeu : 20 fois 2 entrées au Stade de France pour assister au match de football qui opposera la France à la Roumanie le 9 octobre prochain, dans le cadre des éliminatoires de l'Euro 2012. Pour gagner, il suffira de répondre à un quiz, les bonnes réponses seront ensuite tirées au sort.



C10 PARTENAIRE DE L'EURO DES MOINS DE 19 ANS

Du 18 au 30 juillet aura lieu en Basse-Normandie le Championnat d'Europe de l'UEFA des moins de 19 ans. En tant que fournisseur officiel



de l'Équipe de France de football, C10 s'associe à cet événement où seront représentés 8 pays européens : France, Espagne, Portugal, Angleterre, Italie, Croatie, Pays-Bas et Autriche. Rendez-vous à Caen, Bayeux, Flers, Mondeville et Saint-Lô pour voir s'affronter les futurs grands joueurs de demain !

COCKTAILS L'AVENTURE CONTINUE !

EN PARALLÈLE DU LANCEMENT DE LA NOUVELLE OFFRE COCKTAILS C10, DE MULTIPLES ACTIONS SONT MISES EN PLACE POUR PORTER LA THÉMATIQUE.

Vous l'avez sûrement remarqué, c'est dans le *C10 Avantages* daté de juin-juillet : les cocktails sont mis en avant dès la couverture ! À l'intérieur, on peut y trouver la recette de la fameuse Piña Colada ainsi qu'une page entièrement consacrée à la synthèse de l'offre cocktails clés en main proposée par C10. Dans la même veine, l'une des ODRD (Offre de remboursement différé) proposées cet été est baptisée « Cocktail de promotions ». Ceci à juste titre puisque l'offre porte sur différents produits partenaires de l'offre

cocktails C10. À noter : les recettes du Mojito et de la Piña Colada figurent en outre sur l'argumentaire de vente. Par ailleurs, les spiritueux se retrouvent cette fois accompagnés d'une sélection de softs : sirops, sodas, purées de fruits, jus... L'idée étant de mettre en avant les combinaisons permettant de réaliser les cocktails associés. Dans un tout autre domaine, fin juillet, quatre sessions de formation cocktails C10 auront déjà été organisées à l'Institut C10, auprès de 36 commerciaux venus de 15 sociétés (voir interview page 17).



Les formations Cocktails organisées par l'Institut C10 permettent de découvrir l'offre pour mieux la relayer auprès des clients.

OPÉRATION SIROP FUEGO POUR LES ENFANTS

Pour faire revenir les familles en CHR, rien de tel que de jouer sur l'attractivité de l'offre enfants. C'est pourquoi C10 met en place une opération de valorisation des Sirops Fuego et de leurs parfums atypiques (fraise bonbon, pomme verte, violette...), bien plus séduisants qu'une menthe à l'eau ! Pour l'achat de 48 bouteilles de Sirop Fuego, 1 kit enfant

est offert comprenant 20 cartes des parfums, 6 verres de 17 cl faciles à attraper pour les enfants, 30 cahiers de coloriage et 30 boîtes de 6 crayons de couleur. Ce kit pourra être intégré par le restaurateur dans un menu enfant par exemple. Le cahier de coloriage permettra de faire patienter les petits lors de l'attente au restaurant.



NOUVEAU LOOK POUR LES CRÈMES DE FRUITS FUEGO

Après les Sirops Fuego, les crèmes de fruits Fuego se refont une beauté ! L'identité revisitée, Plus Premium, mise sur le fruit et l'authenticité : les étiquettes s'habillent d'aquarelles épurées peintes à la main et la signature Fuego est revalorisée. Une offre promotionnelle relayée dans le *C10 Avantages* accompagnera le lancement, en septembre : pour 18 bouteilles achetées, dont 12 de Crème de Cassis Nouvelle Récolte, un BIB 10 l de vin blanc Cybelle de Colombelle est offert. Et à suivre prochainement : l'arrivée d'un nouveau parfum Framboise qui viendra compléter la gamme déjà composée de Cassis, Pêche, Mûre...



L'INSTITUT C10, PRÈS DE 30 MODULES DE FORMATION DÉVELOPPÉS POUR VOUS !

EN 2010, LE CATALOGUE DE L'INSTITUT C10 S'EST ÉTOFFÉ ET PROPOSE UNE SÉRIE DE NOUVELLES FORMATIONS POUR COMPLÉTER L'OFFRE DÉJÀ EXISTANTE. LES PREMIÈRES SESSIONS ONT ÉTÉ DISPENSÉES SUR LE PREMIER SEMESTRE. LES ADHÉRENTS PARTICIPANTS LIVRENT LEURS IMPRESSIONS.

LES SPIRITUEUX ET L'OFFRE COCKTAILS : TOUT CE QU'IL FAUT SAVOIR

« JE PEUX MIEUX CONSEILLER MA CLIENTÈLE DE PLUS EN PLUS EN DEMANDE DE CONSEILS ET ASTUCES POUR DÉVELOPPER SON OFFRE DONC SON CHIFFRE D'AFFAIRES »



SÉBASTIEN BRIEST, CHEF DES VENTES CHEZ SAS DOQUET

Pourquoi avoir suivi cette formation ?

Je ressentais le besoin d'enrichir mes connaissances sur les spiritueux afin de mieux conseiller ma clientèle, de plus en plus en demande de recommandations et de nouveautés pour fidéliser ses consommateurs.

Comment s'est déroulée cette journée ?

Le matin était consacré au marché des spiritueux, les produits et leur fabrication, un domaine qu'on connaît finalement assez peu. L'après-midi était réservé à la réalisation de quatre cocktails, avec et sans alcool,

sous la direction d'un spécialiste en la matière. Pour finir, nous avons reçu un DVD, une carte des cocktails et un mémo pour conserver les informations principales de cette journée.

Qu'avez-vous mis en pratique à l'issue de cette session ?

Nous avons commandé du matériel pour réaliser des cocktails et pris très vite des rendez-vous avec quelques-uns de nos clients. Nous leur proposons une démonstration de ce qu'ils peuvent faire dans leurs établissements pour améliorer leur offre et ils sont très intéressés.

ANIMER UNE RÉUNION



CATHERINE GUILLAUME, RESPONSABLE VIN POUR REGA LORRAINE

« NOUS AVONS ÉTUDIÉ DES CAS PRÉCIS PUIS LES AVONS MIS EN SITUATION »

Pourquoi vous êtes-vous inscrite à ce module ?

Mon directeur de site m'a conseillé de participer à cette formation afin de me perfectionner dans ce domaine. Mon souhait était surtout de parvenir à faire parler mon auditoire. J'avais déjà l'habitude de structurer mon discours.

Comment s'est passée la formation ?

Très bien, la formatrice, très disponible, s'est parfaitement adaptée à notre niveau et a su mener le groupe tout en répondant à nos besoins particuliers. Nous avons étudié des cas précis puis les avons mis en situation. Pas le temps de s'ennuyer : le rythme était très dynamique.

Quel bilan en tirez-vous ?

J'ai très vite mis en pratique les enseignements que j'ai tirés de cette journée. Dès la réunion suivante en fait.

RENDEZ EFFICACES VOS RELANCES CLIENTS ET DIMINUEZ VOS IMPAYÉS

« CETTE FORMATION PERMET DE COMPRENDRE COMMENT ABORDER LES CLIENTS SANS LES BRUSQUER »



CATHERINE MOULARDE, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE LA GRANDVILLOISE DE BOISSONS

Qu'est-ce qui vous a intéressé dans le thème « Rendez efficaces vos relances clients » ?

La formation aborde la question sur le plan psychologique et permet de mieux comprendre comment aborder les clients sans remettre en cause la relation client. Des exercices permettent ensuite de mettre immédiatement en pratique ce qui vient d'être expliqué et de saisir comment on peut récupérer des

paiements sans perdre de vue la relation commerciale instaurée avec le client.

Avez-vous déjà mis en pratique ces conseils ?

Je les ai repris dans mes conversations téléphoniques. Je laisse davantage la possibilité à mes interlocuteurs de réfléchir à une solution, je reste ferme sans être fermée pour autant. Je pense faire suivre ce module à mes commerciaux car il permet de mieux appréhender les rapports avec la clientèle.

GESTION DU RISQUE ET DU CRÉDIT CLIENT

« NOUS AVONS COMPRIS QU'IL FAUT S'IMPOSER DAVANTAGE DE VIGILANCE ET SURTOUT ANTICIPER »



THIERRY VIEVILLE,
DIRIGEANT DES
ÉTABLISSEMENTS
VIEVILLE-SOGEDIB

Quel est, selon vous, l'intérêt premier de cette formation ?

Nous avons déjà mis en place des procédures et nous cherchions à les compléter. En période de crise, il est intéressant de comprendre les pratiques d'autres adhérents C10 et d'approfondir les aspects juridiques et comptables. La difficulté est de trouver le bon équilibre entre les aspects commerciaux et le recouvrement des factures ; et cette formation m'a entre autres appris à trouver des réponses.

Qu'en avez-vous retenu ?

En pratique, nous avons retenu qu'il fallait s'imposer encore plus de vigilance, de relances, de procédures

et qu'il était indispensable d'anticiper. Nous allons mettre encore davantage l'accent sur le respect des délais de paiement et sur la veille des indicateurs qui permettent d'évaluer au mieux la santé financière de nos clients. Pour cela, il va aussi falloir faire remonter les informations sur l'activité et l'état du stock de ces derniers par nos chauffeurs et nos commerciaux. Le service comptable doit travailler en permanence avec ceux qui sont au plus près du terrain.

Quels bénéfices en avez-vous tirés ?

L'échange d'expérience entre les participants a été très important ainsi que l'étude de cas concrets qui ont dynamisé le propos.

UN NOUVEAU CLASSEUR

LE DÉFI RELEVÉ PAR C10, EN 2008, DE CRÉER SA PROPRE STRUCTURE DE FORMATION, FRANCHIT UNE NOUVELLE ÉTAPE AVEC LA MISE À DISPOSITION DE CE CATALOGUE.



Destiné au dirigeant et/ou à la personne en charge de la gestion de la formation, ce nouveau catalogue est l'outil indispensable contenant les réponses à la plupart des questions : quelles sont les obligations de cotisation ? à quels organismes ? quel est le calendrier des versements ? qu'est-ce que le plan de formation, le plan de professionnalisation, le droit individuel à la formation ? quels stages sont proposés ? comment inscrire un stagiaire ? comment imputer les différents coûts d'une formation ? peut-on suivre le parcours de formation de chaque salarié sur plusieurs années ?...

Les principales fonctions de l'Institut C10 sont de structurer une offre de formation en prise directe avec les besoins du terrain, de gérer les différentes sessions et de simplifier au maximum les démarches administratives.

L'Institut C10 ayant développé de plus en plus de modules, le choix, s'agissant de la réalisation du nouveau catalogue, s'est porté sur le principe d'un classeur évolutif, ainsi capable d'accueillir toutes les nouveautés à venir.

Il a été envoyé à chaque adhérent au cours du mois d'avril.

Ce catalogue entièrement dédié à la formation recense la trentaine de thèmes proposés par l'Institut autour de 3 grands axes : les fondamentaux, le client, l'entreprise. Il dispose également de deux autres parties consacrées aux questions juridiques et aux aspects pratiques de la gestion de la formation. Deux nouvelles formations sont disponibles depuis juin : « Le droit de la concurrence : LME », qui a été initié à la demande de certains membres du réseau. Mais également « S'initier au bilan et au compte de résultat » à destination des dirigeants ou du personnel administratif. Les nouvelles formations disponibles à partir du 2^e semestre sont également recensées dans ce nouvel outil : les formations chauffeurs livreurs et logistique.

Si quelques interrogations subsistent, il suffit de contacter par téléphone l'Institut C10 et nous nous ferons un plaisir de vous aider dans vos démarches. Alors, n'hésitez plus à le consulter et inscrivez-vous !

COMPTOIR DES VIGNES MISE SUR LA FORMATION

AVEC DEUX FORMATIONS, L'UNE CONSACRÉE AUX VINS ÉTRANGERS ET L'AUTRE AU LOGICIEL CDV ONLINE, **COMPTOIR DES VIGNES MET TOUS LES ATOUTS DE SON CÔTÉ.**

Comptoir des Vignes propose, via l'Institut C10, une journée de formation dédiée à la découverte des vins étrangers, italiens et espagnols. En septembre prochain, les vins du Nouveau Monde, de Hongrie et du Portugal seront

ajoutés au programme. L'occasion de mieux appréhender une production très diversifiée qui séduit de plus en plus de consommateurs. Les adhérents peuvent également apprendre à utiliser le nouveau logiciel CDV Online, mis à leur disposition

pour faciliter la création de leur catalogue de vins et celle des cartes des CHR. Témoignages de deux adhérents qui ont suivi les premières séances dédiées aux vins étrangers et à l'utilisation du logiciel CDV Online.



↘
LAURENT VERNET, RESPONSABLE INFORMATIQUE DE NORD EST DISTRIBUTION, VIENT DE SUIVRE LA FORMATION CDV ONLINE.

Qu'est-ce que cette formation vous a apporté ?

Elle m'a permis d'appréhender en une journée les possibilités de CDV Online pour ensuite former à mon tour en interne les commerciaux de Nord Est Distribution. Le logiciel était très attendu par les adhérents parce qu'il nous permet de créer de façon professionnelle des cartes des vins pour les entrepôts d'une part et pour les clients en CHR d'autre part.

Comment s'est passée la prise en main du logiciel ?

CDV Online est très facile d'utilisation et ne demande pas de connaissances informatiques importantes. Dès mon retour, j'ai formé à mon tour un stagiaire pour mettre en place le catalogue de l'entrepôt et des commerciaux qui vont s'en servir chez leurs acheteurs. CDV Online va nous permettre un gain de temps extraordinaire dans la gestion et la création de cartes des vins de qualité imprimeur. Nous sommes les seuls à proposer ce type de service, cet outil devrait donc nous permettre de mieux fidéliser notre clientèle.



↘
HERVÉ LUZI, COMMERCIAL POUR LES CAVES DU CENTRE À LYON, A PARTICIPÉ À LA FORMATION « VINS ÉTRANGERS »

Qu'est-ce qui vous a attiré dans cette formation ?

Je souhaitais améliorer mes compétences sur le terrain et mieux comprendre le vignoble italien. La formation présente le marché des vins étrangers, leur mode de production, les régions concernées, les cépages utilisés, les vigneron sélectionnés ainsi que la gamme proposée par Comptoir des Vignes. Sommelier de métier, je cherchais à rafraîchir mes connaissances, notamment sur le plan géographique, afin d'être plus à l'aise lors de mes visites chez les clients.

Qu'avez-vous retiré de cette journée ?

J'ai gagné en fluidité dans mon discours lorsque je présente des vins étrangers à ma clientèle. Le vin italien n'a pas le même vocabulaire, ni les mêmes méthodes de production que les crus français. La formation m'a permis d'être plus compétitif et plus cohérent. La plaquette récapitulative remise lors de la journée est très utile sur le terrain. Et grâce à la dégustation, j'ai pu aussi me remettre en tête l'arôme de certains cépages si particuliers, comme le Nebbiolo.

À DÉCOUVRIR

↘ **LE CHÂTEAU VAL JOANIS TRADITION SYRAH**

Vin d'appellation d'origine contrôlée Lubéron, le Château Val Joanis est produit par la famille Chancel depuis 1977 sur une belle exploitation de 200 hectares située à l'est d'Avignon et au nord-est d'Aix-en-Provence. La propriété est notamment réputée pour proposer la visite de son jardin à la française, l'un des plus beaux en Europe. Nouvellement référencé dans la gamme Comptoir des Vignes, le vin produit sur ces terres offre un excellent rapport qualité/prix et permet de découvrir la production d'une appellation encore méconnue. Avec sa **belle robe rouge pourpre, son nez ample et fruité, ses tannins ronds et équilibrés**, il accompagnera parfaitement les viandes de canard et de bœuf ou les fromages à pâte dure.





MÊME SI VOUS NE
SERVEZ QUE
QUELQUES CAFÉS
PAR JOUR,
VEILLEZ À LEUR
PERFECTION.

IPERESPRESSO PROFESSIONNEL

Le parfait espresso est la combinaison d'un mélange, d'un temps d'extraction, d'une pression et d'une température : c'est l'art du barista. Avec la méthode Iperespresso, protégée par cinq brevets, illy garantit à chaque fois un espresso parfait sans barista.

Avec la qualité professionnelle des capsules et la machine Francis Francis X2, vos consommateurs seront ravis et votre vie sera facilitée : les capsules laissent toujours les machines parfaitement propres.



ARTE E SCIENZA DELL'ESPRESSO

illycaffè France + 33 (0)1 45 22 00 10
www.illy.com