



FOURNISSEUR DE BOISSONS

N°32
JUILLET 2011

infos

Le journal d'information des collaborateurs du réseau C10



Café Concept au cœur de la MODERNISATION DU SECTEUR CHR

Dossier
page 11

L'événement | p.4

Le nouveau système
d'information **Agora**

CHD Contact | p.18

Présentation de la
nouvelle équipe

Institut C10 | p.19

Retour sur le rendez-vous
«**Plan de formation**»



Est. Cuba 1862
BACARDÍ.



BACARDI MOJITO THE ORIGINAL

Dans un verre :

- Déposer 10 feuilles de menthe fraîche et 1/2 citron vert coupé en dés.
- Ajouter 2cl de sirop de sucre de canne.
- Piler l'ensemble.
- Ajouter la glace pilée.
- Verser 4cl de rhum **BACARDI® Superior**.
- Allonger d'eau gazeuse.
- Mélanger le tout.
- Ajouter une feuille de menthe fraîche.



BACARDI CUBA LIBRE

- Remplir un verre de glaçons.
- Ajouter 4cl de rhum **BACARDI® Gold**.
- Allongez de cola.
- Pressez et ajoutez un quart de citron vert.



Créé en 1862 à Cuba, BACARDI® est un rhum de qualité supérieure, au goût unique et raffiné. Léger, équilibré et subtil, BACARDI® a été utilisé dès son origine pour des cocktails à déguster frais comme le Mojito, le Cuba Libre, La Piña Colada ou le Daiquiri.

Facundo Bacardi

Éditorial



« **Café Concept, filiale de C10 lancée en 2005**, réunit aujourd'hui 80 établissements indépendants. Pour accompagner la modernisation du secteur, nous avons fait évoluer notre organisation et nos offres. Face à la concurrence et au changement des modes de consommation, le réseau Café Concept a, en effet, pour objectif de permettre aux adhérents d'améliorer leur offre, le taux de fréquentation de leur point de vente et donc, à terme, leur rentabilité. Désormais, une commission, composée d'adhérents Café Concept et de membres du siège, se réunit régulièrement pour réfléchir aux projets, préparer les animations commerciales, sélectionner les partenaires... Toutes les décisions sont ainsi prises avec des professionnels qui vivent sur le terrain. Toujours dans cet esprit participatif, dynamique et entrepreneurial, nous avons remis à plat les outils proposés aux adhérents : le site Internet a été rénové et complété ; un responsable commercial dédié sillonne le territoire pour aller à la rencontre des membres du réseau ; et les animations ont été revues et corrigées pour mieux coller à la réalité quotidienne. Nous allons poursuivre et faire évoluer cette stratégie pour gagner tous ensemble ! »

Xavier Alberti

Directeur Général de C10

Sommaire n°32 – Juillet 2011



4 L'événement

Première phase de lancement pour le système d'information Agora

5 Actus

Actus adhérents
Actus C10
Actus produits

11 Dossier

Café Concept au cœur de la modernisation du secteur CHR

Une organisation et un site totalement repensés, un programme d'animations commerciales renforcé pour répondre encore plus aux besoins et aux attentes des établissements.

16 Animations

Des opérations axées sur la thématique sport
La Nouvelle Récolte
Crème de Cassis Fuego
Les bières belges à l'honneur

17 Comptoir des Vignes

Le vin au verre, un mode de consommation pour redynamiser les ventes

18 CHD Contact

Présentation de la nouvelle équipe et des nouveaux projets

19 Institut C10

Retour sur le rendez-vous « Plan de formation » qui a eu lieu en mai dernier

Prochaine parution : octobre 2011. 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 – Ont participé à ce n° : Pascal Bataille, Agnès Bekaert, François Burgey, Marika Cochet, Charlotte Corbeaux, Jérémie Cordiez, Nicolas Cordolèani, Édouard Cozigou, Michel Damideaux, Patrick Doquet, Alexis Dupuis, Thierry Fromaget, Frédéric Gros, Alain Guillout, Yann Le Bihan, Christophe Leveau, Stéphanie Limier, André Loury, Cathy Mallet, Claude Milles, Sophie Monot, Michel Naveau, Claude Obermann, Clarisse Philippe, Bruno Riahi, Benoît Rième, Jean-Marc Ségui, Catherine Thomas, Cécile Thoumyre - Rédactrice en chef : Véronique Vigoureux - Rédaction : Guillaume Cadec, Caroline Kervennic - Crédits photos : DR, Fotolia, P. Martineau - Photogravure : Arto - 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.



AGORA, LE NOUVEAU SYSTÈME D'INFORMATION DE C10

L'équipe en charge du projet: Édouard Pabanel, Bruno Riahi et Julien Georges.

Le projet Agora, dont le premier objectif est de répondre au besoin de communication de statistiques des clients nationaux, entre dans la phase de démarrage, notamment en intégrant des premiers adhérents. L'intégration se développera les prochains mois pour arriver à fournir des données complètes aux enseignes nationales.

C10 poursuit la structuration de son informatique autour du projet Agora, qui est la clé de voûte de l'ensemble de nos projets informatiques. Le système d'information de C10 doit, en effet, s'adapter à la croissance rapide du réseau. La création d'un référentiel unique autour de la codification articles, du carnet d'adresses des adhérents, des fournisseurs, des clients et des points de vente est aujourd'hui indispensable pour assurer la pérennité et le développement de l'ensemble de nos activités commerciales.

GARDER ET CONQUÉRIR DES CLIENTS NATIONAUX

Au cours des années, les enseignes nationales ont naturellement cherché à mieux acheter. C10 s'est engagé à fournir des statistiques structurées et détaillées pour piloter leurs mercuriales. Ce service, actuellement fourni par un prestataire externe, ne permet pas de produire

de façon exhaustive des rapports sur l'activité des groupes et des enseignes de nos clients. Le développement du chiffre d'affaires des clients nationaux passe nécessairement par une forte amélioration de nos services dans ce domaine. En collaborant au projet Agora, les adhérents C10 fournissent les fichiers de base de leur activité. Les fichiers articles, clients et lignes de facturation transiteront par un système semi-automatique complexe qui aura la charge de produire toutes les synthèses nécessaires.

UN PEU DE TECHNIQUE

Tous les adhérents sont compatibles avec Agora. Le système est basé sur l'apprentissage progressif de la codification utilisée localement par l'adhérent, qui est ensuite rapprochée de la base centrale. Un processus de reconnaissance de l'article par de nombreux dictionnaires métiers permet au gestionnaire de données de relier les informations correspondantes. Ce procédé est contrôlé par des garde-fous techniques pour garantir la qualité des données et leur sécurité. Les données sont ensuite agrégées dans un puissant outil décisionnel produisant les rapports nécessaires au pilotage de l'activité de C10.

OÙ EN EST-ON ?

Actuellement, cinq adhérents ont intégré la plateforme avec succès.

Les ambitions de C10 sont grandes. En effet, l'objectif est d'avoir réussi l'intégration d'une trentaine d'adhérents pour la fin de l'été. Les autres adhérents seront intégrés dans les mois suivants dans un ordre qui reste encore à définir. Les éditeurs des logiciels adhérents sont mis à contribution et collaborent afin de faciliter l'interconnexion des systèmes d'information.

LES SERVICES DE DEMAIN

Les ambitions d'Agora ne se limitent pas à l'activité des clients nationaux. L'objectif est également d'apporter de nouveaux services aux adhérents C10. À titre d'exemple, le projet prévoit de mettre à disposition un accès Internet sécurisé pour chaque adhérent, lui permettant de consulter et télécharger directement sur son système d'informations de nombreuses données utiles pour son activité: fiches des nouveaux produits, opérations promotionnelles... Un travail en étroite collaboration avec la commission informatique permettra de développer les fonctionnalités d'Agora.

LA CONFIDENTIALITÉ

Agora est en cours de certification auprès de la CNIL (Commission nationale de l'informatique et des libertés). Cette certification assure à l'adhérent que toutes les mesures de sécurité sont prises pour garantir l'intégrité des données. ■

> SITUATION
Roquetoire,
Bully-les-
Mines, Rang
du Fliers (62),
Hazebrouck (59)

> CRÉATION
1891

> EFFECTIFS
113

> LIVRAISON
100 km

> SUPERFICIES
DES ENTREPÔTS
30 000 m²

> NOMBRE
DE VÉHICULES
86

Brasserie Bédague

UN ANNIVERSAIRE EXCEPTIONNEL

Pour fêter ses 120 ans, la brasserie Bédague a fait les choses en grand. En mai dernier, dans sa commune de Roquetoire (62), elle a organisé un important salon professionnel avec plus de 70 fournisseurs, une grande braderie de trois jours ouverte au public ainsi qu'une soirée pour les salariés et les retraités de la société.

« Nous avons mis en place une vaste campagne de communication autour de ces journées et les retombées ont été au rendez-vous.

Très apprécié des participants, cet événement a joué un véritable rôle fédérateur entre les fournisseurs, les clients professionnels, les clients particuliers et nos collaborateurs, explique Jérémie Cordiez, responsable Qualité de la brasserie. Nous avons constaté qu'ils sont tous



très en demande de ce genre de manifestation. »

Les clients particuliers ont été séduits par la grande braderie et attendent avec impatience la prochaine édition !

Le festival Rio Loco est marqué par un esprit festif et populaire, à l'image des différents pays invités.

Société Sobcal Toulousaine

MOBILISATION POUR LES MUSIQUES DU MONDE

En partenariat avec Kronenbourg, la société Sobcal Toulousaine a pris en charge l'approvisionnement de la 17^e édition du festival Rio Loco à Toulouse, pour six jours de fête autour des musiques du monde. Près de 150 000 spectateurs se sont pressés dans l'enceinte des festivités du 14 au 19 juin dernier. Sobcal a livré la totalité des boissons servies, soit près de 200 hectolitres, ainsi que les équipements des trois bars installés sur le site. **Au total, l'opération comptait 90 mètres de comptoirs, 200 tables avec leurs bancs, des frigos, des parasols, des machines à café.** Selon les jours, entre deux et six salariés de l'adhérent C10 étaient mobilisés pour le bon déroulement de la fête.



> SITUATION
Toulouse (31)

> CRÉATION
1^{er} novembre
2009

> EFFECTIFS
18

> LIVRAISON
Toulouse
et sa région,
Montauban

> SUPERFICIE
DE L'ENTREPÔT
4 400 m²
et 600 m²
de bureaux

> NOMBRE
DE VÉHICULES
7 camions
et 1 VL



Un festival qui réunit toujours autant d'adeptes.

CVin

LE ROCK DANS TOUS SES ÉTATS

CVin est engagé depuis sept ans auprès du festival de musique rock d'Évreux. CVin, en partenariat avec les brasseries Kronenbourg, a livré pour cet événement des 24 et 25 juin derniers 120 hectolitres de bières en fût, 25 meubles de tirage pression, ainsi que

des boissons sans alcool en partenariat avec Coca-Cola. **Un technicien CVin était sur place pendant toute la durée de la manifestation.** Le festival, qui existe depuis vingt-huit ans, s'inscrit dans une démarche citoyenne de respect de l'environnement, avec des installations dédiées aux personnes handicapées, des consommations servies dans des gobelets recyclables et consignés « Ecocup », et la mise en place de distribution d'éthylotests pour sensibiliser les festivaliers aux dangers de l'alcool au volant.

> SITUATION
Dreux (28) et
Rémalard (61)

> CRÉATION
2008

> EFFECTIFS
25

> LIVRAISON
Eure-et-Loir
et en partie les
départements
72, 61, 27,
91 et 78

> SUPERFICIE
DE L'ENTREPÔT
2 000 m² avec
les bureaux

> NOMBRE
DE VÉHICULES
10 camions PL



Le Bihan TMEG La Teste fournira, cette année, le festival dédié à la musique de jazz.

Le Bihan TMEG La Teste

ILS FÊTENT LE JAZZ

La douzième édition de Jazz in Sanguinet (40) propose du 21 au 24 juillet une vingtaine de concerts gratuits. **Le festival attire chaque année quatre à cinq mille amateurs de musique.** Pour la première fois, Le Bihan TMEG La Teste va fournir, en partenariat avec Kronenbourg, les boissons et le matériel de tirage pression des buvettes installées sur le site à proximité des différentes scènes. Des taxis ainsi que des hébergements sont proposés aux festivaliers pour rentrer en toute sécurité.

> SITUATION
La Teste
de Buch (33)

> CRÉATION
juillet 2008

> EFFECTIFS
10 hors saison,
16 en saison

> LIVRAISON
Bassin
d'Arcachon,
sud et nord
des Landes

> SUPERFICIE
DE L'ENTREPÔT
1 500 m²

> NOMBRE
DE VÉHICULES
7 PL,
2 fourgons
et 4 véhicules
commerciaux

So Di Co

DES TRANSHUMANCES PAS COMME LES AUTRES

- > SITUATION Monein (64)
- > CRÉATION 2003
- > EFFECTIFS 4
- > LIVRAISON Pyrénées-Atlantique et une partie des Hautes-Pyrénées
- > SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT 400 m²
- > NOMBRE DE VÉHICULES 2VL, 2 camionnettes et 3 camions

La société de Claude Obermann s'implique dans les Transhumances musicales de Laàs (64), le festival interceltique. Cette année, durant le week-end de l'Ascension, les Gallois étaient à l'honneur. L'édition prochaine consacrera la Galice. En parallèle, le village de 110 habitants accueille un concert donné par une personnalité française : l'édition 2011 a ainsi reçu Yannick Noah. Pour So Di Co, fournisseur et partenaire de la manifestation, la fête était aussi l'occasion d'une opération de relations publiques : les principaux clients de So Di Co y étaient conviés.



Un festival qui met à l'honneur les musiques de l'Atlantique, la campagne et les polyphonies, auquel So Di Co participe activement.

Établissements Coupez

DES CONCERTS DANS LES CAFÉS DE VALENCIENNES

- > SITUATION Hergnies (59)
- > CRÉATION 1941
- > EFFECTIFS 38
- > LIVRAISON 50 km autour de Valenciennes
- > SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT 4 000 m²
- > NOMBRE DE VÉHICULES 14



Une façon inédite et conviviale de découvrir Valenciennes : 10 cafés, 10 concerts.

Les établissements Coupez, déjà sponsors de Festiv'Hergnies, le festival dédié à l'accordéon qui se tient chaque année du 10 au 13 juin, soutiennent une autre initiative originale. Le samedi 26 mars, le Bistrotour de Valenciennes a été organisé de 13 heures à 23 heures dans les cafés de la ville. Le groupe Arsène Lupunk Trio assurait trente minutes de concert dans chaque établissement et les spectateurs étaient invités à suivre leur parcours. Dix établissements clients de l'adhérent C10 étaient concernés par cette opération festive.

Rième Boissons

AU CŒUR DE LA FÊTE DE LA MUSIQUE

La société implantée à Morteau a fêté la musique cette année encore et livré les établissements qui proposaient des soirées animées à cette occasion. Rième Boissons a fourni les tirages pression et les stands destinés à être placés dans les rues. L'équipe était entièrement mobilisée autour de cet événement et une personne en poste en permanence pour répondre aux éventuels problèmes de tireuses ou au manque de fûts. Une opération commerciale qui génère en moyenne chaque année le chiffre d'affaires d'une semaine au cours d'une seule et unique soirée.



Les stands installés à l'occasion de la Fête de la Musique, et fournis par Rième Boissons, sont toujours largement fréquentés.

- > SITUATION Morteau (25)
- > CRÉATION 1921
- > EFFECTIFS 15
- > LIVRAISON Département du Doubs
- > SUPERFICIES DES 2 ENTREPÔTS 1 500 m²
- > NOMBRE DE VÉHICULES 3

SAS Robert Burgey Boissons

QUE LE SPECTACLE COMMENCE...

Le festival des arts en scène Les Plurales de Luxeuil-les-Bains (70) a été créé en 2002 et attire des milliers de spectateurs. Robert Burgey Boissons sponsorise depuis quatre ans cet événement qui met à l'honneur des spectacles variés et vivants au sein du patrimoine historique local. Chaque soir du 7 au 16 juillet, deux spectacles se succèdent dans le cloître de l'abbaye, avec des artistes d'envergure nationale comme Sanseverino ou Nolwenn Leroy, qui va clôturer l'édition 2011. Burgey Boissons fournit également l'auberge éphémère installée à proximité de la scène.

- > SITUATION Baudoncourt (70)
- > CRÉATION 1901
- > EFFECTIFS 12
- > LIVRAISON Haute-Saône, Doubs, Vosges
- > SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT 1 800 m²
- > NOMBRE DE VÉHICULES 11



Les Plurales, un événement convivial qui rassemble un large public dans des lieux originaux.

La Brasserie Milles



FOURNISSEUR DES DÉFERLANTES

Cette année encore, la Brasserie Milles approvisionnera le festival.

La Brasserie Milles suit le festival rock d'Argelès-sur-Mer depuis sa création. Elle est à nouveau présente pour la 5^e édition des Déferlantes, prévue les 10, 11 et 12 juillet, sur un site géographique exceptionnel avec vue sur la mer et l'Espagne toute proche. Près de neuf mille personnes assistent aux concerts quotidiens. **Chaque année, l'adhérent C10 approvisionne les buvettes et procure la logistique nécessaire** à la vente de 600 fûts de bières, 15 000 bouteilles d'eau et 7 000 sodas.

> SITUATION
Toulouges (66)
> CRÉATION
1928
> EFFECTIFS
70
> LIVRAISON
Départements
66 et 11

> SITUATION
Beaurepaire (38)
> CRÉATION
1967
> EFFECTIFS
13
> LIVRAISON
50 km autour
de Beaurepaire
> SUPERFICIE
DE L'ENTREPÔT
2 000 m²
> NOMBRE
DE VÉHICULES
10

Société Didier Ségui

JAZZ À VIENNE

Le festival Jazz à Vienne se déroule du 29 juin au 13 juillet. Des concerts sont organisés chaque soir dans le théâtre Antique. Cette année encore, les CHR du centre-ville vont en profiter



Une manifestation qui anime la ville et ses terrasses.

pour animer leurs établissements. **La place de Vienne se couvre de terrasses et des concerts sont proposés dans les cafés et les restaurants.** La société Didier Ségui livre pour la 3^e année consécutive deux clients à l'origine de ces soirées musicales. Du matériel pour équiper les terrasses, ainsi que 150 fûts de bières vont être fournis au cours de ces deux semaines de fête.

> SITUATION
Villersexel (70)
> CRÉATION
1919
> EFFECTIFS
20
> LIVRAISON
Haute-Saône,
Territoire
de Belfort,
Doubs et
une partie
des Vosges
> SUPERFICIE
DE L'ENTREPÔT
4 000 m²
> NOMBRE
DE VÉHICULES
12

Michel Damideaux Boissons

AUX CÔTÉS DES ÉTUDIANTS

À Belfort, le week-end de l'Ascension a été marqué par le Festival international de musique universitaire. **La société Damideaux a livré en matériel et en boissons une dizaine de points de vente qui accueilleraient les festivaliers** avec des buvettes dressées sur la rue. La fermeture du centre-ville pendant la durée du festival a complexifié les aspects logistiques de cette opération qui s'est

avérée plus rentable que la traditionnelle Fête de la Musique du 21 juin.

Les équipes se sont mobilisées pour assurer la livraison en matériel et boissons pour l'événement universitaire.



BIENVENUE À...



Stéphanie Limier,
Comptable C10.

Stéphanie Limier a rejoint le service comptabilité du siège C10 en août dernier. Elle a pris en charge trois missions : « Je m'occupe du paiement centralisé et de la partie consolidation de bilan, qui consiste à rapprocher les comptes des différentes filiales. Ces tâches s'effectuent en binôme avec mes collègues. Le troisième aspect de mon travail concerne la refacturation via CDV Online des services fournis aux adhérents », explique-t-elle. Originaire de la région parisienne, elle est titulaire d'un diplôme de niveau bac +3 en gestion de PME-PMI. Auparavant en poste dans de grandes structures plus impersonnelles, Stéphanie Limier apprécie l'état d'esprit convivial et dynamique de C10.

Vinexpo 2011

JOURNÉE DE DÉCOUVERTE

Dans le cadre du salon Vinexpo, C10 organisait une visite spéciale de sa plateforme de Blanquefort pour ses adhérents, des journalistes et clients du 3^e marché. La visite se poursuivait par un dîner au château de France à Léognan. L'après-midi et la soirée ont été ponctuées de dégustations pour permettre aux invités de découvrir les vins qui ont rejoint dernièrement la gamme C10. Ainsi, la gamme des mousseux Fizz a été dévoilée aux convives. Les vins étrangers, notamment les crus argentins, étaient également mis en avant. Plusieurs vins ont pu être goûtés, tels que les Sancerre de Balland Chapuis, les derniers cépages de la gamme La Forge Estate, de nouvelles références de Bordeaux présentées par les maisons Ballande et Meneret, Bel, Malet Roquefort et la Compagnie Médocaine... La journée a aussi permis de valoriser les rosés, en marque propre, avec des nouveautés comme le Côtes-du-Rhône Fouquières rosé, le Calanques Dorées et les Terroirs de Cépages proposés en Cinsault Grenache.



Une visite de la plateforme de Blanquefort qui a impressionné : 20 000 m² de superficie, 1 800 références, 2,5 millions d'équivalents cols en transit chaque mois...

Nouveautés plateforme

GRAND MARNIER

4 produits à utiliser en cuisine*

La Liqueur GRAND MARNIER® Cordon Rouge 40% vol.

peut servir de base pour la réalisation de grands classiques culinaires tels que la crêpe Suzette, le soufflé GRAND MARNIER®, le nougat glacé ou l'omelette norvégienne. Elle se marie, idéalement, avec l'orange et le cacao. Ses arômes puissants permettent une très bonne résistance

au flambage et à la cuisson grâce au vieillissement en fûts de chêne.



L'extrait GRAND MARNIER® 50% vol.

est recommandé pour tout type de recettes, qu'elles soient sucrées, chocolatées, lactées, glacées ou salées.



L'extrait CAFE MARNIER® 25% vol.

très parfumé et coloré, peut être utilisé en base pour les opéras, les éclairs ou servir de colorant pour les crèmes pâtisseries, les glaçages café, les coques de macarons, etc...



L'extrait CHERRY MARNIER® 50% vol.

s'accorde parfaitement avec les fruits à noyau comme la cerise, la pêche, l'abricot, le pruneau, ainsi que d'autres fruits comme la figue, mais aussi l'amande et ses déclinaisons : frangipane, amandine...



* En bouteilles PET, pour un usage facilité.

Actu marque

COCA-COLA

Le 125^e anniversaire de la marque!

125 années pendant lesquelles la marque n'a cessé de se réinventer pour rester proche des envies et des besoins des consommateurs. À l'occasion de cet anniversaire de légende, les bouteilles grand format adoptent désormais le galbe légendaire du mythique flacon de verre Coca-Cola, et la marque sort ses plus belles pin-up! En 2011, vous aussi, entrez dans la légende Coca-Cola chez C10!

FERRERO CONFISERIES

Petites faims et pauses gourmandes

Ferrero, leader sur son marché, propose, en partenariat avec C10, de nouvelles offres gourmandes aux consommateurs en CHR.

Les box Tic Tac (avec les parfums menthe et agrumes) et **box Kinder** trouveront leur place sur les comptoirs de vos clients pour créer l'envie à tout moment de la journée...

Kinder Schoko-Bons peut constituer la petite touche gourmande, appréciée des consommateurs, en accompagnement du café ou offerte en fin de repas. Grâce à la **barquette Nutella**, le format emblématique de la

célèbre marque, vos clients vont pouvoir valoriser une nouvelle offre petit-déjeuner.



GALETTES BONNE MAMAN

Délicieusement croustillantes!

Nouvelle idée pour accompagner le thé ou le café, les galettes Bonne Maman (3,5g) sont proposées en emballage individuel. Une gourmandise qui peut constituer une alternative gourmande aux traditionnels chocolats ou amandes proposés dans les établissements pour mieux satisfaire la clientèle.



SUCRE MORCEAUX 4 G

Aux couleurs du partenariat avec la FFF

Le sucre en morceaux générique 4g arbore un nouvel habillage qui met en avant le partenariat de C10 avec la FFF et son statut de fournisseur officiel de l'Équipe de France de Football.



ICE COGNAC BY ABK6

Un cognac à déguster sur glace!

Ce nouveau spiritueux haut de gamme renouvelle le mode de consommation du cognac avec une approche plus contemporaine. Sa bouteille, blanche et dorée, joue la carte de l'élégance.

Ice Cognac by ABK6 se sert accompagné de glaçons, c'est ainsi, qu'au fil de la dégustation, ses arômes se dévoilent dans une explosion de saveurs. D'abord doux en bouche, il s'étend progressivement vers une fraîcheur sucrée. Sa délicatesse et son raffinement marient les notes suaves et acidulées pour atteindre des notes mentholées.



CAFÉ JAMY

Un nouvel habillage

Le café français Jamy s'offre un nouveau packaging, plus moderne et plus épuré. La marque propre C10 affirme son positionnement de milieu de gamme avec un logo élégant, une cascade de lettres rouges et noires sur fond blanc. Les tasses de 8 cl et 20 cl, ainsi que les produits annexes comme les sucres, les amandes chocolatées et les napolitaines reprennent cette nouvelle image. Un look contemporain qui devrait permettre de valoriser la marque.



MACHINE À DOSETTES PROFESSIONNELLE

Idéale pour les petits espaces

Voici une innovation pour les établissements désireux de servir un café de qualité professionnelle mais qui n'ont pas toujours le débit nécessaire pour installer un percolateur classique. C10 et Cellini référencent une nouvelle machine à dosette italienne (une manuelle et une automatique) quatre fois moins encombrante que ses collègues, idéale pour les petits espaces. Dans le C10 avantages d'août/septembre, pour une machine achetée, deux cartons de dosettes sont offerts aux CHR.



Nouveauté plateforme

SMOK-IT

La cigarette électronique utilisable dans les lieux publics!

La cigarette électronique Smok-It est capable de reproduire de façon artificielle le goût et la fumée d'une véritable cigarette.

Elle représente une alternative intéressante à la cigarette classique car elle permet aux consommateurs de fumer dans les CHR sans pollution de l'environnement et sans danger pour les personnes autour d'eux (il n'y a plus de fumeurs passifs!). C'est une solution économique et efficace pour ceux qui souhaitent arrêter de fumer. Il existe une multitude de saveurs: café, chocolat, menthe, Red Bull,

cerise, tabac brun ou blond et pomme. Vous pouvez désormais la proposer à vos clients!

La gamme disponible chez C10:

- La cigarette jetable, disponible avec ou sans nicotine, avec une cartouche intégrée qui représente l'équivalent de 400 bouffées.
- Le coffret « By Eva Grey », composé d'une cigarette électronique, d'une mini-batterie rechargeable, d'un chargeur et de cartouches de recharge (également disponibles seules sur plateforme).



Avec **ORANGINA**, accompagnez vos

consommateurs **À LA RECHERCHE DE**

**LA PIN-UP
D'OR**

A GAGNER

100 000 €

SOUS FORME DE 5 DOTATIONS DE 20 000 € CHACUNE

Jeu gratuit sans obligation d'achat, organisé par Orangina Schweppes France RCS N° 404 907 941 du 15.04.2011 au 30.11.2011 inclus sur les produits Orangina Regular 2L, 1.5 L, 50 cl, 33cl, 25 cl verre consigné, ouvert aux seules personnes physiques majeures résidant en France métropolitaine. Pour participer, il suffit de: 1) acheter un produit porteur de l'offre entre le 15/04/2011 et le 30/11/2011, 2) découvrir si le produit acheté est porteur d'une pin-up soit au verso de l'étiquette pour les bouteilles, soit au fond de la boîte pour les canettes, 3) Renvoyer ses coordonnées personnelles complètes (nom, prénom, adresse complète) accompagnées de l'étiquette ou de la canette originale gagnante avant le 15/12/2011 (cachet de la poste faisant foi) à: * Custom promo, 17422, Jeu Orangina Pin Up d'Or, 13102 Rousset cedex*. Participation gratuite via une carte à gratter envoyée gratuitement sur simple demande à l'adresse ci-dessus avant le 30.11.2011. Une seule demande par foyer (même nom, même adresse postale). Frais demande de carte à gratter remboursés au tarif lent 20g, sur demande jointe accompagnée d'un RIB. Si vous découvrez une carte à gratter gagnante, remoyez-la en recommandé avec accusé de réception à l'adresse indiquée ci-dessus avant le 15.12.2011 accompagnée de vos coordonnées personnelles complètes. Reproduction des cartes interdite. Dotations: 6 chèques de 20 000 € chacun (5 via les produits porteurs et 1 via les cartes à gratter). 1 seule dotation par foyer. Les gagnants recevront leur chèque dans un délai de 8 semaines à compter de la réception de leur demande complète. Toute demande non-conforme, frauduleuse, incomplète et/ou expédiée hors délai ne sera pas honorée et sera considérée comme nulle. Règlement complet déposé auprès de la SCP Le Honsec, huissier de justice à Rambouillet (78) et consultable sur www.orangina.fr.

POUR LES AMATEURS D'ESPRESSO, LE PLAISIR D'UN PUR CAFE ILLY NOMADE



A SAVOURER TRES FRAIS,
A TOUT MOMENT DE LA JOURNEE, PARTOUT!

WWW.ILLY.COM



Café Concept **au cœur de la modernisation** du secteur CHR

Les métiers du secteur CHR évoluent. Les besoins des gérants d'établissement également. Pour répondre à ces problématiques, Café Concept multiplie les projets en 2011 et développe de nouvelles offres. L'organisation a été repensée avec, notamment, une commission dédiée, des outils Intranet destinés à compléter le dispositif, et des animations qui boostent le chiffre d'affaires.

Café Concept regroupe quatre-vingts cafés, bars, brasseries et hôtels indépendants. Lancée en 2005, cette filiale de C10 évolue encore cette année pour répondre aux besoins de ses adhérents. Son ambition première, redonner aux consommateurs l'envie de fréquenter les établissements CHR et fédérer les points de vente indépendants au sein du réseau, reste plus que jamais d'actualité. Le site Intranet a été entièrement rénové et offre désormais une information beaucoup plus complète.

Café Concept en quelques mots

- > **Des animations clés en main**
pour accompagner les temps forts des CHR:
Journée de la femme, Beaujolais nouveau
- > **Des offres promotionnelles d'achats**
avec des mécaniques consommateurs associées:
Apéritif Gourmand, Opération Glace Enfant
- > **Un accès à une centrale d'achats**
alimentaire et non alimentaire
- > **La visite régulière**
d'un responsable commercial dédié.



RENCONTRE

Édouard Cozigou, administrateur du site Café Concept.

«Le nouvel espace web Café Concept se veut plus fonctionnel, plus simple et plus accessible. L'ensemble des outils du réseau est accessible désormais directement sur le site: les mercuriales d'achat y sont mises à jour en permanence, toutes les informations concernant les opérations commerciales, les kits proposés, les modalités de mise en place de ces événements, ainsi que les offres négociées d'entreprises partenaires y figurent.»

Un accès simple aux informations



Page de présentation des animations commerciales sur le site Intranet

- 1 Une organisation plus simple et un accès plus rapide aux informations
- 2 Possibilité de télécharger les visuels des supports d'animations en point de vente
- 3 Chaque adhérent a accès aux détails lui permettant la mise en place des animations: chevalets, affiches, argumentaires ...

Un espace membre personnalisé



Espace membre, regroupant les informations de l'adhérent et le suivi des demandes en cours

- 1 L'adhérent a accès à un espace personnalisé où il retrouve l'ensemble des informations de son établissement apparaissant sur le site Internet www.cafeconcept.fr (dans la section Nos adhérents), avec la possibilité de mettre à jour les informations et d'y ajouter des visuels
- 2 L'adhérent peut gérer ses informations utiles dans les relations commerciales avec les prestataires
- 3 Un tableau de bord des demandes en cours réalisées en ligne auprès des partenaires du réseau
- 4 Chaque demande est détaillée: date de la demande, quantité, prix, commentaire, date de réponse de la part du prestataire...

PAROLES D'ADHÉRENTS



LE CENTRAL
Mme Catherine Thomas,
Épernay (51)

«Café Concept nous permet de vendre plus, mais aussi de bénéficier de prix attractifs à l'achat, notamment avec le jeu des produits offerts en fonction du volume commandé. Les offres promotionnelles nous arrivent clefs en main: nous n'avons plus qu'à installer les kits. Et les clients apprécient!» À l'issue des opérations thématiques, un questionnaire en ligne est soumis aux adhérents pour en évaluer les résultats. Avec un objectif, celui de cibler encore mieux les prochaines campagnes promotionnelles.



LE DIPLOMATE
M. Christophe Leveau,
Lisieux (14)

«Le cocktail proposé à l'occasion de la Journée de la femme est encore demandé par certaines clientes. Les animations permettent de conquérir de nouvelles cibles, dans mon cas, essentiellement une clientèle féminine. Elles jouent également à plein sur le dynamisme et la stimulation de mon équipe. Le milieu se professionnalise. Intégrer un réseau permet de se mobiliser et d'accompagner les innovations.»

Des nouveaux services, rapides, faciles et économiques



Outil de demande de devis en ligne pour des cartes et menus



Comparateur des prix d'achats des produits alimentaires et non alimentaires

- 1** Café Concept a mis au point des outils simples et utiles pour tous les patrons d'établissements. Ici, un outil de demande de devis auprès d'un créateur de carte et menus
- 2** Le montant du devis se calcule automatiquement sur le site, en fonction des choix de l'adhérent
- 3** L'adhérent valide sa demande de devis en ligne et accède au suivi de sa commande dans son espace membre

- 1** Le réseau a également développé un comparateur de prix en ligne permettant aux adhérents d'évaluer les gains possibles en achetant leurs produits alimentaires et non alimentaires via la centrale d'achats référencée. Mise en ligne pour l'été

Commission Café Concept

Au service des adhérents

La commission, mise en place à la fin de l'année 2010, regroupe des membres du siège C10 et cinq adhérents issus des différents types d'établissements représentés dans le réseau, bars, hôtels, brasseries, de régions diverses. Rencontre avec deux adhérents Café Concept qui siègent à cette commission...



« Nous devons saisir l'opportunité offerte par C10 »



M. Alain Guillout, membre de la commission Café Concept.
Buffet de Limoges (87), un des derniers buffets de gare indépendants.

Comment évolue le métier en CHR ?

Alain Guillout: L'instauration de la mutuelle santé depuis le 1^{er} janvier dernier et les investissements importants mis en œuvre dans le cadre du plan pour la modernisation des entreprises tendent vers une professionnalisation de notre secteur. La clientèle, notamment les plus jeunes, évolue également et s'oriente de plus en plus vers les réseaux de restauration rapide, même dans les zones rurales. Les établissements doivent prendre en compte ces évolutions pour perdurer.

D'après vous, que peuvent faire les professionnels pour s'adapter à ces évolutions ?

A. G.: Nous devons saisir l'opportunité offerte par C10 de nous fédérer pour contrer la forte concurrence et renforcer l'identification. Les boulangers indépendants l'ont compris depuis vingt ans pour conserver leur clientèle face aux grandes surfaces.

De quelle façon Café Concept peut aider les professionnels ?

A. G.: Au-delà de nous donner accès à des tarifs intéressants pour nos achats, l'appartenance à un réseau identifiable permet de fidéliser la clientèle grâce à des PLV et des promotions ciblées et, donc, de développer notre chiffre d'affaires. Café Concept a, de plus, la capacité de détecter les nouvelles tendances de consommation. ■



« L'information est collectée sur le terrain. »

Mme Agnès Bekaert, membre de la commission Café Concept Central Hôtel - Bort-les-Orgues (19).



Comment fonctionne la commission Café Concept ?

Agnès Bekaert : La commission est basée sur un système participatif entre les adhérents Café Concept et les responsables Café Concept. Nous, les professionnels, sommes sur le terrain, au contact direct de la clientèle. Nous avons la capacité de remonter les informations sur le déroulement des opérations commerciales, le ressenti des clients, les impératifs liés à notre zone d'implantation, à la saisonnalité. Les adhérents qui participent à ces réunions représentent toute la diversité de notre profession : régions, milieu rural ou urbain, types de clientèle. Chacun doit faire face à des problématiques différentes.

Quel est son rôle ?

A. B. : Nous nous réunissons pour faire le point sur les opérations commerciales passées et décider des projets à venir. L'information est

collectée sur le terrain, puis discutée lors des commissions. Les opérations commerciales sont préparées très en amont. Nous procédons également à la sélection des entreprises partenaires. Avec toujours la volonté de s'orienter vers de nouvelles pistes et de mettre à chaque fois l'accent sur des tarifs avantageux.

Quelles sont les pistes de travail des adhérents de la commission ?

A. B. : Nous envisageons toutes les solutions qui peuvent permettre à notre profession d'évoluer, notamment en termes de communication et d'adaptation aux nouveaux modes de consommation. L'opération qui propose le litre d'eau minérale à 2€ est exemplaire. Elle donne au client le sentiment de ne pas être floué. Elle peut également faciliter la fidélisation sur l'ensemble du réseau. Le lancement des apéritifs gourmands va permettre de créer l'envie chez le consommateur et l'attirer en CHR. ■



RENCONTRE

Pascal Bataille,
Responsable commercial
dédié au réseau et ancien
adhérent Café Concept

« Mon travail consiste à accompagner l'adhérent dans l'évolution de son offre et le conseiller quant à la mise en place des outils proposés. J'interviens également lors de réunion en entrepôt, afin de présenter l'offre Café Concept aux équipes commerciales et ainsi mettre en avant l'intérêt d'un tel réseau. Alors n'hésitez pas, contactez-moi pour expliquer à vos clients les bénéfices qu'il y a à faire partie du réseau et ainsi développer le nombre de membres. »

Café Concept est ouvert exclusivement aux CHR livrés en boissons par un distributeur C10, mais surtout à tous les patrons de bar qui souhaitent réussir, qui sont motivés et ouverts aux changements.

Le défi est lancé à tous les commerciaux C10, qui souhaitent identifier les potentiels futurs adhérents Café Concept, pour agrandir notre réseau.

Nous comptons sur vous !

Un grand merci à Édouard Cozigou qui a suivi toute l'élaboration du nouveau site Café Concept.

MISER SUR LE SPORT POUR FIDÉLISER LA CLIENTÈLE



C10 mise beaucoup sur le foot avec le partenariat engagé auprès de l'Équipe de France de Football, mais s'intéresse aussi à tous les sports, pour preuve, **les nombreuses animations autour du sport mises en avant dans le nouveau catalogue C10 avantages**, disponible dès le 15 juillet pour les adhérents, et du 1^{er} août au 30 septembre pour les CHR. On y retrouve ainsi l'interview d'un patron de restaurant-bar

de Châteauroux, M. Jacquart, qui organise des journées ou des soirées à l'occasion de matchs de foot, rugby ou tennis. Il explique l'impact de ces rencontres sur son activité. Un quiz football est également proposé, il permet de faire gagner des maillots de l'Équipe de France. De plus, à l'occasion de la mise en place du logo C10 et FFF sur les emballages de sucres, un jeu est proposé aux CHR pour remporter des places pour le match France-Albanie, le 7 octobre. Pour plus de détails, consultez le C10 avantages...



LES ENFANTS À L'HONNEUR



L'interdiction du tabac dans les cafés a permis aux parents de se rendre plus facilement en famille dans ces établissements. Une opération est tout spécialement conçue pour séduire cette clientèle. Le nouveau kit Sirops Fuego, proposé en août et septembre dans le C10 avantages, est dédié aux enfants. **Des kits complets de coloriage, avec jeux et crayons de couleurs, ont été imaginés tout spécialement pour les petits autour de la thématique du foot.** Les CHR peuvent recevoir ces outils d'animation pour tout achat de 36 bouteilles, panachées ou non.

LE TOURNOI DES PARTENAIRES MOBILISE LES SPORTIFS

Le 29 juin a eu lieu la 6^e édition du Tournoi des Partenaires **qui réunit, chaque année à Clairefontaine au centre d'entraînement de l'Équipe de France, les équipes des partenaires de la FFF pour une compétition amicale.** C10, fidèle au poste, a participé à cet événement convivial et sportif avec une équipe composée de salariés d'adhérents C10 (commerciaux, chauffeurs...).

Debout: Antoine Cancouet (Barre), Aurélien Dufour (L'Indépendante), Sébastien Briest (Doquet), Patrick Bouchaud (Brasserie Étoile Boulogne), Jean-Marc Vandenbossche (SCOB), Yohann Gérard (Barre)
Devant: Aymeric Charbonnier (Doquet), Sylvain Gérard (Barre), Boris Pardan (C10), Charly Geslin (Barre).



FUEGO À L'HONNEUR AVEC LA CRÈME DE CASSIS NOUVELLE RÉCOLTE

Pour fêter la sortie de la nouvelle cuvée de Crème de Cassis Fuego, mise en bouteilles avec les baies récoltées en juillet, une opération promotionnelle est organisée. Pour tout achat de 18 bouteilles dans la gamme Crèmes de Fruits Fuego, dont 12 de Crème de Cassis Nouvelle Récolte, **un BIB de 10 litres de vin blanc Cybelle de Colombelle est offert.** Cette offre est disponible à partir de la mi-septembre.

LES BIÈRES BELGES JOUENT LA CARTE DE L'HUMOUR

Les consommateurs ont tendance à délaisser les bières à la pression classiques au profit de bières de spécialités comme les bières d'abbaye. **Des brasseurs belges ont ainsi été référencés par C10 et leurs produits sont mis en avant en juillet avec l'opération spéciale: Les 10 commandements des bières belges.** L'image du petit moine, symbole de la tradition brassicole des abbayes au Moyen Âge, qui figurait déjà l'année passée dans le kit des Sept Pêchés Capitaux, est reprise pour renforcer le message humoristique. Pour 7 caisses panachées ou non, le CHR obtient un kit de promotion, aux couleurs de l'opération, comprenant une ardoise, des chevalets de table, des affiches, ainsi que de la verrerie adaptée.



À noter

Rendez-vous dans le numéro d'octobre du C10 infos pour connaître les résultats du challenge des adhérents C10 et découvrir la composition de l'Équipe de France C10...



LE VIN AU VERRE

une stratégie payante !

La vente de vin en CHR est un enjeu essentiel pour le réseau. L'offre doit à la fois répondre aux nouveaux modes de consommation et permettre aux établissements de redynamiser la vente de vin. Des outils sont disponibles sur CDV Online pour accompagner les adhérents sur ce secteur porteur.

Les modes de consommation ont évolué. La population française boit de moins en moins de vin et les produits de qualité sont plébiscités par la clientèle. Ainsi, les 100 litres par an et par habitant des années 1960, avec une prédominance de vins de table, ont laissé la place à une consommation moyenne de 55 litres avec plus de la moitié dévolue aux vins d'appellation.

NOUVELLES CIBLES, NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION

Si 14 % de la production mondiale est dégustée en France, près de 78% des consommateurs français sont occasionnels. Le vin est désormais attaché

aux moments festifs et attire de nouveaux publics comme les femmes ou les jeunes. L'offre de vin au verre répond parfaitement à ces évolutions majeures. Elle correspond aux attentes de découverte de produits de qualité, mais aussi aux préoccupations liées à la santé, au bien-vivre, au respect des contraintes légales, notamment en termes de sécurité routière. Pour les consommateurs, il s'agit aussi d'une solution économique pour alléger la note de fin de repas.

LE VIN AU VERRE : UNE ALTERNATIVE EFFICACE

Du côté des professionnels, l'offre de vin au verre doit se concevoir comme une vraie alternative. Avec une sélection de produits de qualité, mis en valeur par des offres « découvertes », notamment des choix étrangers ou des thématiques, périodiques ou durables, qui permettent de faciliter l'identification du distributeur. On peut même envisager de mettre en avant un vin « Coup de cœur ».

Le livret mémo proposé par Comptoir des Vignes détaille toutes les astuces pour se lancer.

UNE OFFRE QU'IL FAUT VALORISER

Autre point essentiel, l'animation du point de vente relaye l'offre avec des chevalets de table, des opérations promotionnelles et une carte des vins bien présentée. Les adhérents ont la possibilité d'éditer ces supports en quelques clics via CDV Online. Le choix de la verrerie a également son importance pour valoriser la présentation. Le vin est un produit qui doit être recommandé, conseillé, expliqué. Le personnel de salle doit donc être formé en conséquence pour être capable de recommander une référence en fonction des plats commandés mais, aussi, de proposer un verre en apéritif. Les adhérents peuvent notamment imprimer des fiches sur CDV Online. Ces dernières décrivent chaque vin présent sur la plateforme, les mets auxquels il s'accorde et la température de service. ■

À découvrir



La gamme Fizz en rouge, blanc et rosé

Spécialement développée pour séduire une clientèle jeune qui découvre le vin, la gamme Fizz comporte trois références de mousseux à base de Muscat pour le blanc et de Gamay pour les versions rouge et rosé. Frais, gourmands et aromatiques, ces vins modernes à fines bulles répondent aux nouvelles tendances de consommation. Il se boit frappé de l'apéritif au dessert, et accompagne parfaitement les tapas, les antipasti et les barbecues.

NOUVELLE ÉQUIPE, NOUVEAUX PROJETS, MAIS OBJECTIFS IDENTIQUES



L'équipe de direction:
Julie Daubié, team manager
Xavier Laurent, responsable SI
et production
Catherine Marquet, team manager
Valérie Caillet, responsable opérations
commerciales
Clarisse Philippe, directrice
Vanessa Remark, ressources humaines.

Pour asseoir la réputation de CHD Contact et travailler sur la pérennité, une nouvelle équipe a été créée avec pour objectif le changement dans la continuité et l'amélioration du service.

Notre équipe a changé, nos objectifs restent les mêmes: seconder les adhérents dans leurs actions commerciales et continuer à améliorer nos services. Pour cela, la nouvelle directrice de CHD Contact, Clarisse Philippe, part sur le terrain à la rencontre des adhérents pour comprendre au mieux leurs attentes et leurs besoins.

LA GESTION DES COMMANDES HEBDOMADAIRES

CHD Contact prend en charge la gestion des commandes directement chez les clients pour des adhérents C10. Chaque prestation est unique et adaptée aux demandes de nos commanditaires. Sur la base du

fichier clients, nous téléphonons aux horaires mentionnés, alternons l'appel à la demande pour une intervention directe des commerciaux, proposons une trame de discours que les adhérents valident. À chaque fois, le fichier de notre base interne est mis à jour et qualifié pour garantir la pertinence des informations et notre ciblage commercial. Nous mettons en avant les offres promotionnelles ciblées par l'adhérent pour lui permettre d'augmenter son panier moyen. Ceux qui nous accordent leur confiance ont un autre avantage: celui d'être prioritaires sur les opportunités commerciales des campagnes fournisseurs.

LES CAMPAGNES FOURNISSEURS: C'EST GRATUIT ET ÇA PEUT RAPPORTER GROS!

Depuis fin 2009, CHD Contact propose un service qui fait de plus en plus d'adeptes. Relayant les offres promotionnelles auprès des clients, il s'appuie sur un financement pris en charge par les industriels. Comment ça fonctionne? En collaboration avec le trade marketing C10, Valérie Caillet négocie des offres au plus près des attentes des adhérents. Elles sont publiées sur l'Intranet C10. Les adhérents Pacte et ceux dont nous gérons la télévente hebdomadaire sont informés par mail par le manager référent de leur entrepôt: soit Catherine Marquet, soit Julie Daubié. Sur la base du fichier confié, Xavier Laurent se charge d'enregistrer les

coordonnées des points de vente dans notre outil informatique. La campagne d'appels peut commencer. Des statistiques de vente sont envoyées régulièrement et un bilan final complète ce service. L'adhérent peut ainsi développer sa marge gratuitement, dans le respect de sa stratégie et de celle de C10. Il conserve la main sur ses clients, CHD Contact travaille en toute confidentialité.

CHD CONTACT: UN APPUI POUR VOS PROSPECTIONS ET VOS CIBLAGES «NOUVEAUX CLIENTS»

Véritable partenaire de votre développement, CHD Contact organise, en très peu de temps, une campagne de prospection sur votre secteur. Sur la base d'un fichier de points de vente acheté auprès de la CCI ou des Pages jaunes (mises à jour récurrente et fiabilité des informations), nos collaborateurs enquêtent auprès des cibles pour détecter des rendez-vous potentiels. Le discours est adapté, sans risque d'interférences et, surtout, validé avec chaque adhérent. Nous fournissons des commentaires précis tout au long de la mission. Les commerciaux sur le terrain peuvent ainsi préparer au mieux les rendez-vous et séduire le prospect avec un discours adapté. Les collaborateurs en charge de ces prospections ont développé une véritable expertise. «Chaque membre de l'équipe sait que le développement des adhérents est aussi le nôtre», précise la directrice Clarisse Philippe. ■

Ils font appel à CHD Contact

De nombreux adhérents nous font confiance depuis longtemps: les entrepôts Le Bihan, Millet, Rega groupe Ned, Proxi Boissons, Bonifassi, Sud Bretagne Boissons et Centre Bretagne Boissons, et beaucoup d'autres...

Plus récemment, nous avons eu le plaisir de collaborer avec, par exemple, Vieville Sogedib, Rivalin, HM Distribution...

DES PLANS DE FORMATION SUR MESURE

Pour une première, c'est réussi ! Cette année, l'Institut C10 a souhaité aller plus loin dans l'accompagnement de ses adhérents. Lors des différents échanges, États Généraux, Convention Dubaï, vous avez été nombreux à nous demander de vous accompagner dans la construction de vos plans de formation. Notre réponse : la création d'un rendez-vous spécifique et individuel intitulé : « Réalisez votre plan de formation avec l'Institut C10 ».

Ce temps fort dédié à l'analyse de vos problématiques de développement et d'accompagnement de vos équipes a donc été organisé pour la première fois cette année. Les rendez-vous ont eu lieu du 23 au 27 mai dernier. Durant une semaine, une quarantaine d'adhérents ont été reçus par les équipes de l'Institut C10 afin d'évaluer leurs besoins en formation. Cet échange a permis de construire, pour chacun des adhérents invités, un plan de formation triennal personnalisé. Lors de ces rendez-vous, les adhérents ont reçu des informations complètes sur les contenus des différents modules de formations avec les différentes filières formations à suivre par les collaborateurs en fonction des populations. L'année prochaine, un nouveau groupe d'adhérents sera invité à participer à cet événement. Ce principe de roulement par groupe permettra à chaque adhérent du réseau de bénéficier de ce service tous les 3 ans. Afin de revivre ce moment ensemble, retrouvez les témoignages des adhérents ci-contre. ■



Les entretiens individuels des dirigeants avec les consultants formateurs ont permis à chacun de faire le point sur les besoins de sa société en matière de formation.



M. Thierry Fromaget, Dirigeant de Fromaget Vins SA Vionne (86).

« On a réellement besoin de formations adaptées à notre métier ! »

« L'entretien individuel était passionnant. Je suis ressorti avec l'envie de former davantage mon personnel. On pense savoir former les collaborateurs qu'on engage mais, en réalité, on n'en a pas la compétence. L'Institut C10 est capable de nous proposer une formation adaptée à chaque poste de notre métier. Sans cet entretien, je n'aurais pas découvert l'importance de ces stages. J'en ai prévu 5 ou 6 : télévente, management logistique entrepôt, récupération des créances des clients, chauffeurs-livreurs, formation café pour les commerciaux. Et je suis prêt à renouveler cette mise à plat de mon plan de formation dans deux ans ! »

- > SITUATION Vivonne (86)
- > CRÉATION 1930
- > EFFECTIFS 32
- > LIVRAISON Poitou-Charentes
- > NOMBRE DE VÉHICULES 23



M. Michel Naveau, Dirigeant de Nuget-Naveau SARL Neuilly-en-Dun (18).

« La formation, à l'origine d'une nouvelle dynamique ! »

« J'adhère à 100% à la formation de l'Institut C10 ! Dès sa création, nous avons envoyé les plus motivés et les plus dynamiques. Il y a eu une émulation au cœur des équipes. Même les plus réservés ont adhéré à cette démarche de formation. Nous sommes passés d'une contrainte à une nécessité. Cela a installé une réelle dynamique dans l'entreprise et nous avons une croissance à deux chiffres dans un contexte pourtant difficile. Si nous gagnons des parts de marché, c'est parce que nous sommes de plus en plus performants et que l'esprit d'équipe est renforcé. Aujourd'hui, les différents membres de l'équipe sont demandeurs et nous avons mis en place un plan de formation pour les deux années à venir. Nous avons identifié nos lacunes et les besoins de chacun, puis mis en face des formations en faisant attention à ne pas désorganiser le travail. Nous avons donc prévu une douzaine de formations : administratifs, commerciaux, chauffeurs-livreurs, cavistes, responsables..., chacun en suivra au moins une, voire deux. »

- > SITUATION Neuilly-en-Dun (18)
- > CRÉATION 2002
- > EFFECTIFS 12
- > LIVRAISON Sud du Cher, nord de l'Allier, une partie de la Nièvre
- > SUPERFICIE DE L'ENTRÊPÔT 1 500 m²
- > NOMBRE DE VÉHICULES 12



Cathy Mallet, Assistante de direction, Doquet SA, Oiry (51).

« Des stages très complets »

« Cette rencontre avec l'Institut C10 a été très intéressante car nous avons eu des explications très précises sur le contenu des stages : ils sont très complets et réac-

tualisés tous les ans selon les remarques des stagiaires. Grâce à cet entretien, nous avons pu cibler notre plan de formation par rapport aux besoins de l'entreprise. Nous avons ainsi prévu 18 formations qui seront étalées jusqu'au deuxième trimestre 2013, aussi bien pour les nouveaux employés que pour les anciens. »

- > SITUATION Oiry (51)
- > CRÉATION 1906
- > EFFECTIFS 30
- > LIVRAISON Marne et agglomérations limitrophes

Coca-Cola®

fête ses 125 ans



**ENTREZ DANS
LA LEGENDE**