



L'événement > p.04
**L'EAU REMBOURSÉE
AU CONSOMMATEUR !**

Animations > p.15
**LES ATOUTS DU NOUVEAU
« C10 AVANTAGES »**

C10 LEADER

DE LA DISTRIBUTION DE BOISSONS

Dossier > p.09





Kronenbourg est de retour en 2009



- N°1 en PDM volume⁽¹⁾
- 350 ans de passion brasseur :
- Un nouveau signe qualité :

- offrir le goût frais d'une bière fraîchement brassée



- Des extensions dynamiques :



Le goût frais de Kronenbourg... sans alcool, disponible en bouteille 25cl, boîte 33cl et fût de 20L

Le goût frais de Kronenbourg avec 2,1° d'alcool et 30% de calories en moins, disponible en fût de 30L

- Kronenbourg est disponible

- en bouteille 25cl VC et 33cl VC
- en fûts de 20, 30 et 50L
- en boîte 33cl

04 > L'événement

La vie du réseau

- L'eau remboursée au consommateur!



05 > L'actu

- Salon, partenariats sportifs, fête du vin...
- États Généraux : deuxième édition
- Nouveaux produits

07

François Hollande visite les établissements Mespoulet

Enjeux

09 > Le Dossier

L'OPÉRATION DRAGON RÉVOLUTIONNE LE MARCHÉ

10 • Un an après, le bilan...

- Explication des termes techniques relatifs à une fusion-acquisition

12-13

• Trois questions à André Loury, Christian Rouvrais et Gilles Claudel

13 • Reprise des entrepôts par les adhérents : qui a racheté quoi ?



09

L'Opération Dragon a concerné 33 sites et 18 adhérents C10

En pratique

14 > Animations

- Instants Gagnants : on sort les cartons!
- « C10 Avantages » fait peau neuve
- La bière à 2 €
- CHD Contact booste les ventes



18 > Filière vin

L'opération « Les rosés de l'été : servez-les frais ! »

19 > Formation

- Institut C10 : les premiers stagiaires donnent leur avis

16

Opération bière à 2 €

UNE CROISSANCE EXTERNE QUI SE TRANSFORME EN CROISSANCE INTERNE

Il y a un peu plus d'un an, C10 faisait l'acquisition des activités de distribution de boissons de Kronenbourg au terme d'une année de négociations avec Scottish & Newcastle. Cette opération a porté sur cinquante-sept entrepôts implantés dans toute la France. Dès le mois de juin 2008, les reventes des fonds de commerce ont débuté et, à ce jour,



PHILIPPE GUÉRIN
DIRECTEUR GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ BACK-OFFICE

quarante-six entrepôts ont été cédés à dix-neuf adhérents C10 et cinq repreneurs Distriboissons. Notre volonté n'était pas d'effectuer une simple opération financière, mais bien de **s'inscrire dans un projet de croissance et de favoriser le développement de chacun des adhérents.**

Aujourd'hui, les reprises des entrepôts s'achèvent et le travail se poursuit dans chacune des structures concernées.

Dans cette phase importante d'intégration

au réseau, **les nouveaux venus peuvent compter sur les différents services proposés par C10** comme l'Institut C10 entièrement dédié à la formation des équipes ou le centre d'appels CHD Contact qui assure un soutien aux équipes commerciales sur le terrain.

Au-delà de notre réseau, le rachat d'Elidis a également marqué une transformation du marché de la fourniture de boissons en hors domicile. **Les indépendants, dont la fin avait été régulièrement annoncée, détiennent aujourd'hui 70 % de parts de marché et C10 est désormais le leader des acteurs de la distribution de boissons** avec un chiffre d'affaires sous enseigne d'1,2 milliard d'euros.



Prochaine parution : **août 2009**. 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 Guillemin, Johanna Limongi **> Ont collaboré à ce numéro :** Rebecca Ayaden Rabiha, Philippe Blanc, Laure Bomy, Florence Campel, Ginette Chabrier, Gilles Claudel, Nicolas Cordoléani, Cyril Darciaux, Stéphane Dufraigne, Laurent Fredon, Pierre-Henri Grau, Philippe Guérin, Grégoire Guillemin, André Loury, Jean-Jacques Mespoulet, Philippe Molinié, Sophie Monot, Christian Rouvrais, Cécile Thoumyre, François Vittet **> Rédactrice en chef :** Véronique Vigoureux **> Rédaction :** Catherine Gaudenz et Caroline Kervennic **> Crédits photos :** D. R., fotolia, Frédéric Beraud, Philippe Martineau (« Des boissons et des hommes ») **> Photogravure :** Editing **> Imprimé en France > Conception/réalisation :** HighCo AVENUE Publishing 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.

DU JAMAIS VU ! L'EAU REMBOURSÉE AU CONSOMMATEUR...



C10 A INNOVÉ EN PROPOSANT, POUR LA PREMIÈRE FOIS EN CHR, UNE OFFRE DE REMBOURSEMENT DIFFÉRÉE RÉSERVÉE AUX CONSOMMATEURS. POUR EN PROFITER, IL LEUR SUFFISAIT DE BOIRE... DE L'EAU EN BOUTEILLE !

L'offre de remboursement différée (ODRD) proposée au consommateur est courante dans la grande distribution et remporte un grand succès quel que soit le bénéfice proposé : « premier achat remboursé », « satisfait ou remboursé », « le second produit remboursé »...

SIX EAUX EN VELETTE

Mais en CHR, c'est du jamais vu ! C10 a innové en étant le premier distributeur à organiser une telle opération. En effet, du 15 au 31 mai, les consommateurs ayant commandé, dans le cadre d'un repas, une bouteille d'eau minérale, ont pu se faire rembourser. Cette offre était limitée à 4 € et à un remboursement par foyer.

Organisée en partenariat avec Nestlé Waters et Danone, les leaders du marché, cette offre portait sur 6 eaux : San Pellegrino, Vittel, Eau de Perrier, Evian, Badoit Rouge et Badoit Verte.

2 000 CHR IMPLIQUÉS POUR RELANCER LA CONSOMMATION

L'objectif ? Aider les CHR à relancer la consommation dans leur établissement mais, aussi, soutenir le consommateur dans la défense de son pouvoir d'achat et... le réconcilier avec la bouteille d'eau. 2 000 kits d'animation ont été distribués pour accompagner les 2 000 points de vente dans cette opération novatrice, le kit ayant été attribué pour toute commande de 5 caisses de bouteilles d'eaux dans la gamme.

COMMENT ÇA MARCHE ?

Pour se faire rembourser, le consommateur devait conserver le ticket de caisse correspondant à son repas avec une bouteille d'eau minérale et



C10 a été le premier distributeur à organiser ce type d'opération. Un coup de pouce novateur pour relancer la consommation dans les établissements et défendre le pouvoir d'achat du consommateur.

surligner la mention comportant le nom de l'eau et son prix. Après avoir envoyé ce ticket accompagné de ses coordonnées et de son RIB (relevé d'identité bancaire) au centre de gestion dont l'adresse était indiquée sur les

affiches, les chevalets de table et sur les cartonnets, le remboursement était effectué automatiquement sur son compte bancaire. Un succès pour cette ODRD innovante qui devrait faire couler beaucoup d'eau.

EN DÉTAIL

DANS LE HIT :

25 chevalets de table, 3 affiches recto-verso, 100 cartonnets

SALON

LES ADHÉRENTS C10 PRÉSENTS AU SALON SERBOTEL

Serbotel Atlantique, le salon professionnel inter-régional des métiers de bouche et de l'hôtellerie, s'est tenu à Nantes du 15 au 18 mars. Plusieurs adhérents C10, dont Jules Olivier Distribution et Vins Rémy Liboureau, étaient présents sur ce salon. « Serbotel bénéficie d'une forte notoriété sur tout le Grand Ouest, se félicite Philippe Blanc, directeur général de Jules Olivier, qui disposait cette année de trois stands. C'est l'occasion de rencontrer nos clients, de montrer que nous faisons partie des acteurs essentiels de la région et de mettre en avant les spécificités de nos métiers. »



Sophie Gautier, stagiaire chez Jules Olivier Distribution, au salon Serbotel.



Le véhicule du lycée professionnel de la région d'Agen aux couleurs de son sponsor : C10 Molinié Boissons.

SPONSORING

MOLINIÉ BOISSONS AU MAROC AVEC LE 4L TROPHY

Du 19 février au 1^{er} mars, une Renault 4L affichant le logo de C10 Molinié Boissons a circulé dans le désert marocain. Deux étudiants du lycée professionnel de la région d'Agen en quête d'un sponsor ont, en effet, convaincu Philippe Molinié de les soutenir dans cette expérience unique, mêlant défi sportif, dépaysement et solidarité. « L'un d'eux était le fils d'une cliente, raconte Philippe Molinié. Il m'a expliqué leur démarche et j'ai décidé de les aider. »

Raid Aventure réservé aux étudiants, le 4L Trophy est aussi une expédition humanitaire dont l'objectif est d'acheminer des fournitures scolaires et sportives aux enfants marocains les plus démunis. Ouverte à toute l'Europe, l'édition 2009 a réuni pas moins d'un millier d'équipages, soit 2 000 étudiants et a été suivie par de nombreux médias dont des chaînes de télévision nationales et plusieurs émissions lui ont été consacrées. « La 4L va maintenant tourner dans la région pendant un an », apprécie Philippe Molinié. Un vrai bénéfice en termes d'image pour son entreprise !

SITUATION : SAINTE-LIVRADE-SUR-LOT (47) > **CRÉATION :** 1936 > **EFFECTIFS :** 13 > **LIVRAISON :** LOT-ET-GARONNE ET DÉPARTEMENTS LIMITOPHES > **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT :** 2 825 m² > **NB DE VÉHICULES :** 13

SPORT

VITTET BOISSONS AUX CHAMPIONNATS DU MONDE DE SKI DE FOND JUNIOR

La station de Praz de Lys-Sommand, en Haute-Savoie, a accueilli en début d'année un événement exceptionnel : les Championnats du monde de ski de fond junior et moins de 23 ans. Du 29 janvier au 6 février, la station a reçu près de 500 athlètes originaires d'une cinquantaine de pays. Vittet Boissons a assuré avec C10 et Bavaria l'approvisionnement des buvettes. Une multitude de banderoles signalaient la présence du réseau. « Il est rare de pouvoir participer sur sa zone à un événement sportif de cette importance », explique François Vittet. Les quatorze compétitions organisées ont attiré quelque milliers de personnes, venues apprécier le spectacle sportif et encourager les enfants du pays : Lucile Mouilleseaux, athlète junior de Praz de Lys-Sommand, et Maurice Manificat, athlète de moins de 23 ans originaire de la station voisine d'Agy.

SITUATION : BONNEVILLE (74) > **CRÉATION :** 1954 > **EFFECTIFS :** 7 > **LIVRAISON :** HAUTE-SAVOIE > **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT :** 1 400 m² > **NB DE VÉHICULES :** 14 CAMIONS FRIGORIFIQUES, 4 CAMIONS, 2 4X4 ET 2 CAMIONNETTES



Vittet Boissons a assuré avec C10 et Bavaria l'approvisionnement des buvettes auprès de quelque milliers de spectateurs pendant les championnats.

NOUVEAUX
PRODUITS

➤ EKU ET EKU 28 DEUX BIÈRES QUI VONT SÉDUIRE

EKU, c'est la blonde, élégante avec une légère pointe d'amertume. EKU 28, c'est la triple malt de caractère, une des bières les plus fortes du monde (11 % vol. alcool).

L'EKU a une fine saveur de houblon et une note florale de malt qui lui donne une bonne longueur en bouche. L'EKU 28 se caractérise par son goût de malt torréfié, sa fine touche de houblon, la complexité et l'équilibre de ses arômes et son excellente longueur en bouche qui séduisent les connaisseurs les plus avertis.

Ces deux bières sont brassées strictement selon la Loi de pureté bavaroise de 1516 avec seulement 4 ingrédients qui entrent dans la fabrication : de l'eau, du malt, de la levure et du houblon.

Ces deux bières de Bavière sont une exclusivité C10 et disponibles sur la plateforme, en fût pour l'EKU et en caisse consignée pour l'EKU 28.



➤ HISTOIRES D'EAUX C10 ENRICHIT SA GAMME

Depuis le mois de mai, C10 vous propose en exclusivité deux nouvelles eaux minérales plates et pétillantes : la Font d'Or et la Monte Pinos, en bouteilles consignées de 50 cl ou de 1 l. Avec leurs prix très compétitifs, vos clients CHR attireront très facilement les consommateurs préoccupés par leur pouvoir d'achat mais, également, amateurs de design.

Ces eaux exclusivement distribuées par C10 permettront à vos clients de se différencier de la concurrence. Alors, ne manquez pas l'offre de lancement 3 + 1, valable pour la première commande sur juin et juillet !

DU 23 AU 27 MARS 2009

C'ÉTAIT LA DEUXIÈME ÉDITION DES ÉTATS GÉNÉRAUX C10 !

Pour la deuxième fois, C10 a donné la parole à ses adhérents. Pendant une semaine, tous les dirigeants d'entrepôts ont, en effet, été invités à participer, par petits groupes, à des ateliers de discussion.

Cette année, les échanges ont porté sur la plateforme C10 vins et alcools, la politique vin, l'animation commerciale, les statistiques, l'Institut C10, CHD Contact et CAFE CONCEPT. De nombreuses suggestions et informations ont été recueillies lors des différentes réunions. La matière très riche qui est sortie de ces ateliers servira à l'élaboration des nouveaux projets pour le réseau. Une synthèse sera diffusée fin avril sur l'Intranet pour vous informer. À suivre donc...



De gauche à droite : Thierry Florit (Sofabo), Frédéric Vandendriessche (ets Vandendriessche), Marc Collobert (Proxi Boissons Pays de Loire), Pierre Minebo (Servidis), Franck Pernet (C10), Jacques Vignau (Ets Vignau), Arnaud Pinque (Ets Pinque).

ÉVÉNEMENT



Vignerons et particuliers réunis à la Cave des Remparts (établissements Fredon). Plus de 300 visiteurs et 12 000 € de chiffre d'affaires.

LES ÉTABLISSEMENTS FREDON FÊTENT LE VIN

Les établissements Fredon ont organisé du 14 au 21 mars une fête du vin à la Cave des Remparts, leur magasin de détail. Huit vignerons, dont trois référencés chez C10, sont venus présenter leurs produits directement aux particuliers. « Créer un échange entre producteurs et consommateurs donne de nous une image professionnelle », observe Laurent Fredon, dirigeant des établissements Fredon.

Autre avantage : cette fête, qui en était à sa 5^e édition, stimule l'activité du mois de mars, traditionnellement calme. « Elle contribue à augmenter la fréquentation de notre magasin et favorise notre dynamique commerciale grâce à de belles promotions. » La fête a attiré quelque trois cents visiteurs cette année et permis aux établissements Fredon de réaliser un chiffre d'affaires de 12 à 15 000 €.

➤ **SITUATION :** CHAMPSAC (87) > **CRÉATION :** 1968 > **EFFECTIFS :** 5
➤ **LIVRAISON :** DANS UN RAYON DE 40 KM > **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT :** 700 m² > **NB DE VÉHICULES :** 2 LOURDS ET 2 LÉGERS

ENVIRONNEMENT

JEAN-JACQUES MESPOULET AMBASSADEUR DE L'EMBALLAGE CONSIGNÉ

À l'occasion d'une réunion des maires du canton organisée par René Teulade, maire d'Argentat, sénateur de la Corrèze et ex-ministre des Affaires sociales, le préfet de la Corrèze Alain Zabulon et le député François Hollande ont visité les établissements Mespoulet.

« Ils ont réellement découvert notre profession. Tout le monde va dans les cafés et les restaurants mais peu de personnes



François Hollande en visite chez Jean-Jacques Mespoulet.

connaissent le circuit de la distribution de boissons. Nous pratiquons un métier de l'ombre ! », commente Jean-Jacques Mespoulet. « Cette rencontre a également été l'occasion d'aborder le sujet du Grenelle de l'environnement et, particulièrement, le thème de l'emballage consigné en CHR. » Il s'agit, à l'image de l'amendement adopté pour les collectivités de l'État, de rendre obligatoires les emballages réutilisables consignés en cafés, hôtels et restaurants pour les bières, eaux minérales et boissons rafraîchissantes sans alcool. « C'est l'une des principales sources de déchets de nos clients et il est essentiel de les réduire, a ajouté Jean-Jacques Mespoulet. Nous sommes sur la bonne voie... Nos visiteurs se sont déclarés fortement favorables à un tel amendement ! »

➤ **SITUATION** : ARGENTAT (19) ➤ **CRÉATION** : 1932 ➤ **EFFECTIFS** : 44 ➤ **LIVRAISON** : CORRÈZE, NORD DU LOT ➤ **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT** : 4 000 m² ➤ **NB DE VÉHICULES** : 24 CAMIONS ET 15 VÉHICULES LÉGERS

SPORT

SO.DI.CO ET LE HORGUES FOOTBALL CLUB PARTAGENT LES MÊMES VALEURS

Implanté au sud de Tarbes, en pleine terre d'Ovalie, le Horgues Football Club (HFC) a reçu le label FFF des écoles de foot. Réalisée par la Fédération nationale et la Ligue, cette évaluation technique récompense la cohérence et la qualité du travail effectué dans le domaine de l'accueil, la qualité de l'encadrement et l'éducation des jeunes joueurs (6-11 ans). Partageant avec ce club des valeurs morales et sportives comme la convivialité et la

cohésion du groupe, Claude Obermann et Maxime Béguerie, directeur et commercial des établissements SO.DI.CO, ont offert à Cédric Chevalier, entraîneur de l'équipe 1, un jeu de maillots officiels de la Coupe de France.

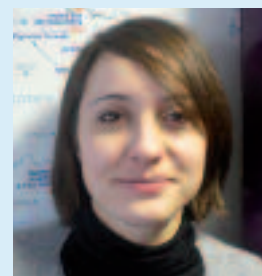
➤ **SITUATION** : MONEIN (64) ➤ **CRÉATION** : 2002 ➤ **EFFECTIFS** : 5 ➤ **LIVRAISON** : PYRÉNÉES-ATLANTIQUES, HAUTES-PYRÉNÉES ➤ **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT** : 900 m² ➤ **NB DE VÉHICULES** : 5

Pot de l'amitié au Horgues Football Club avec le maire Jean-Michel Ségneré et le comité directeur du club.



BIENVENUE À...

Sophie Monot Chef de produit vins C10



Sophie Monot a intégré C10 comme chef de produit vins début janvier 2009.

Elle était précédemment chef de produit chez Baron Philippe de Rothschild France Distribution sur le champagne, le porto et les vins étrangers. Attirée par l'état d'esprit pionnier, mais aussi par le dynamisme et la richesse du réseau C10, elle se réjouit aujourd'hui de l'étendue de sa mission.

« Je participe à la commission vin qui sélectionne les vins que nous référençons et les assemblages pour nos marques propres. Je construis le plan de promotions afin d'en définir les temps forts comme les rosés d'été, les foires aux vins et les fêtes de fin d'année. Je collabore à la création de nos divers supports de communication dans lesquels nous mettons en avant notre sélection.

Dans le cadre de la commission cave, qui travaille sur le concept des caves Comptoir des Vignes, j'ai un avis consultatif sur la sélection des produits. Enfin, je contribue au développement d'outils à l'attention des adhérents C10, dont un logiciel qui doit leur permettre de créer des cartes des vins et des tarifs illustrés pour leurs forces de vente. Ce logiciel pourra également être utilisé comme outil d'autoformation pour les commerciaux. »



ERISTOFF

NEE AU PAYS DES LOUPS

ERISTOFF, leader de la vodka en France**



Découvrez les cocktails légendaires



ERISTOFF Red Moon

- Dans un verre rempli de glace, verser :
- 4 cl d'Eristoff Red
 - Allonger de tonic
 - Ajouter un quartier de citron vert
 - Garnir d'une cerise fraîche



ERISTOFF Caïpiroska

- Dans un verre :
- Déposer un demi citron vert coupé en 6
 - Incorporer 2 cuillères à café de sucre roux
 - Piler l'ensemble
 - Ajouter de la glace pilée jusqu'en haut du verre
 - Verser 4 cl de vodka Eristoff
 - Mélanger le tout



ERISTOFF Black Moon

- Dans un verre rempli de glace :
- Verser 6 cl d'Eristoff Black
 - Allonger de cola
 - Garnir d'une brochette de myrtilles

10 UN AN APRÈS, LE BILAN DE L'OPÉRATION DRAGON / EXPLICATION DES TERMES RELATIFS À UNE FUSION-ACQUISITION / **12** TROIS QUESTIONS À ANDRÉ LOURY, CHRISTIAN ROUVRAIS ET GILLES CLAUDEL / **13** REPRISE DES ENTREPÔTS PAR LES ADHÉRENTS : QUI A RACHETÉ QUOI ?

L'Opération Dragon RÉVOLUTIONNE LE MARCHÉ



Un an après, le bilan du rachat des entrepôts Elidis...

IL Y A UN PEU PLUS D'UN AN, C10 ACHETAIT ELIDIS, LES ACTIVITÉS DISTRIBUTIVES DE KRONENBOURG. UNE OPÉRATION QUI A TRANSFORMÉ LE RÉSEAU ET RETOURNÉ LA STRUCTURE DU MARCHÉ.

Les opérations de fusion-acquisition portent généralement un nom de code qui leur permet de rester secrètes le temps nécessaire à la mise en place du projet. Le rachat d'Elidis par C10 n'a pas failli à la tradition et a été baptisé Opération Dragon. Grâce à celle-ci, C10 est devenu leader du marché avec un chiffre d'affaires consolidé d'1,2 milliard d'euros. Et un certain nombre d'adhérents ont généré de la croissance et se retrouvent, eux aussi, leaders sur leur zone locale et régionale.

Après trois jours de négociations intenses, l'acte d'achat d'Elidis a été signé le 2 avril 2008



PHILIPPE GUÉRIN
DIRECTEUR
GÉNÉRAL
DÉLÉGUÉ
BACK-OFFICE

« EN 1 AN, LA CESSION DES ENTREPÔTS A ÉTÉ RÉALISÉE »

« Cinquante-sept unités étaient concernées par le rachat d'Elidis. Une année de travail a été nécessaire pour mener la cession des biens et les intégrer ensuite au réseau C10. En parallèle, il a fallu incorporer ces entrepôts dans la politique commerciale du réseau, en termes de gamme de produits, de support de vente, de business modèle, de changement d'approche dans les méthodes de travail. Nous sommes revenus aux basiques du métier. Les salariés des entrepôts ont quitté un grand groupe pour devenir, ou redevenir, des salariés de PME. Un véritable management du changement a été réalisé. »



Au total 33 sites ont été repris par 18 adhérents C10

CHIFFRES
L'OPÉRATION
DRAGON
C'EST

150 h
de signature

350 à 400
pages par acte
signé

47
avocats
et conseillers

70
classeurs
entreposés
en Data Room

46
sites cédés
sur 57

23
repreneurs
dont 18
adhérents C10
et 5
Distriboissos

Abécédaire Comprendre le jargon de la fusion

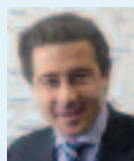
M&A - Mergers and Acquisitions - Fusion-acquisition / En français, on parle parfois de « fusac ». L'opération de fusion-acquisition recouvre les différents aspects du rachat d'une entreprise par un acteur économique. L'entreprise acquise peut conserver son intégrité ou être fusionnée à l'entreprise acquérante.

Data Room / Lors d'une proposition d'achat d'une société, une pièce est ouverte pour consultation de tous les documents dans un lieu neutre.

Due Diligence / Période pendant laquelle on mène les Data Room. Période d'enquête approfondie sur la société susceptible d'être rachetée.



Les repreneurs ont été sélectionnés selon leur capacité financière et leur aptitude à gérer une société.



GRÉGOIRE GUILLEMIN
DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ FRONT-OFFICE

« NOUS RENFORÇONS NOS OUTILS D'ACHAT ET DE VENTE »

« Le rachat d'Elidis nous a donné accès à de nouveaux outils. CHD Contact, le centre d'appels pour les CHR qui assiste les commerciaux du terrain, est en cours de redéveloppement pour le réseau.

La couverture nationale du réseau a été renforcée. C10 a accès

à un important portefeuille de clients nationaux et travaille avec une cinquantaine de grands comptes dont Sodexho, Flo, Elior, Club Med. Cette opération a conforté notre importance au niveau des achats et notre partenariat avec les principaux industriels du marché. »



MOU - Memorandum of Understanding - Protocole d'intention / Il s'agit d'un engagement qui intervient lorsque le cadre de la négociation d'une transaction a été défini. Il permet très souvent d'entamer un processus dont l'aboutissement sera la transaction elle-même.

SPA - Share Purchase Agreement ou Sell and Purchase Agreement / C'est le contrat de vente d'une entreprise. En cas de vente aux enchères, il est généralement transmis par le vendeur de

l'entreprise à l'acquéreur potentiel lors de la phase de Data Room.

Closing / Le closing est la dernière étape d'un processus de vente d'une entreprise. Il correspond à l'exécution du contrat et à la réalisation effective de la cession/acquisition : échange des ordres de mouvements et du paiement. Il fait généralement suite à une période de diligences finales (levées des conditions suspensives) et peut durer de cinq semaines à six mois, voire plus.

Signing / Signature des actes relatifs à la vente.

Livre 4 / Le Livre 4 chiffre le nombre de licenciements lors d'un plan social.

Livre 3 / Le Livre 3 fixe les conditions de départ des salariés concernés par le plan social qui suit le rachat. Celui qui concerne C10, hérité de Kronenbourg, a été parmi les plus avantageux mis en place en France.

Témoignages **Le retour aux fondamentaux du métier**

CINQUANTE-SEPT ENTREPÔTS ELIDIS ONT ÉTÉ RACHETÉS PAR VINGT-TROIS REPRENEURS. POUR COMPRENDRE COMMENT LE PASSAGE A ÉTÉ VÉCU SUR LE TERRAIN, NOUS AVONS INTERROGÉ TROIS RESPONSABLES D'ENTREPÔTS.



QUESTIONS À...

ANDRÉ LOURY, DIRECTEUR CVIN DREUX / LAURENT TRIBOUILLET

« **L'INDÉPENDANCE** NOUS A PERMIS DE RETROUVER SOUPLESSE ET RÉACTIVITÉ »

Comment la transition s'est-elle opérée ?

Les entrepôts Elidis de Dreux, Chartres et Rémalard sont passés aux couleurs de C10 le 11 mars 2008. Issu d'une lignée de distributeurs de boissons, j'ai la culture de l'indépendance. J'étais directeur d'une filiale Elidis jusqu'à fin 2004, puis j'ai pris la direction de Tec Services et ne suis revenu à la distribution qu'en mars 2008. J'ai été surpris par ce que j'ai trouvé, notamment une évaporation de la clientèle et des équipes démotivées qui s'inquiétaient de leur sort. Les commerciaux travaillaient davantage à des tâches administratives, avec une forte dépendance à la communication par e-mail et un arsenal de règles de procédure. Ils n'avaient plus guère

de temps pour se rendre sur le terrain et avaient perdu la proximité avec la clientèle.

Quels changements ont été mis en place ?

Nous avons choisi de revenir aux fondamentaux du métier : le professionnalisme, la proximité, la réactivité et la convivialité. Les clients sont appelés par téléphone via le centre d'appels de Nancy, ce qui nous permet d'orienter davantage nos visites sur le conseil et l'animation que sur la vente pure. Nous leur rendons visite au moins tous les quinze jours et la prise de commande s'effectue sur place.

Comment le retour à l'indépendance a-t-il été vécu ?

Cela implique que, désormais, c'est

l'argent de l'entreprise qui est en jeu et non plus celui d'un grand groupe. Nous sommes redevenus des distributeurs toutes boissons et multi-brasseurs. Auparavant, nous étions soumis à davantage de contraintes avec des procédures plus longues. L'indépendance nous permet de gagner en souplesse et en réactivité. Cela fonctionne bien.

➤ **SITUATION** : 3 ENTREPÔTS À DREUX (28), LUCÉ (28) ET RÉMALARD (61) ➤ **EFFECTIFS** : 31 ➤ **LIVRAISON** : EURE-ET-LOIR ET, PARTIELLEMENT, ORNE, SARTHE, EURE, YVELINES ET ESSONNE ➤ **SUPERFICIE DES ENTREPÔTS** : 2 000 m² (DREUX), 2 200 m² (LUCÉ) et 1 200 m² (RÉMALARD) ➤ **NB DE VÉHICULES** : 15 CAMIONS



QUESTIONS À...

CHRISTIAN ROUVAIS
DIRECTEUR COZIGOU FINISTÈRE NORD

« **NOUS SOMMES REVENUS AUX VALEURS TRADITIONNELLES DE LA DISTRIBUTION** »

Comment avez-vous vécu le rachat des entrepôts par C10 ?

Le rachat par C10 nous a permis de revenir à des valeurs d'entreprise indépendante. Nous ne sommes plus soumis à la complexité liée à l'appartenance à un grand groupe. Nous avons ainsi acquis de la souplesse, avec une plus

grande proximité avec la clientèle, davantage d'efficacité et de simplicité.

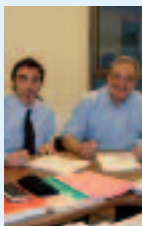
Comment votre activité s'est-elle réorganisée ?

Trois entrepôts ont été concernés par ce rachat (Brest, Quimper et Saint-Brieuc). Le groupe Cozigou a ainsi étendu son champ

d'actions et est, désormais, bien implanté dans les Côtes-d'Armor et le Finistère. Le changement le plus important a concerné le regroupement sur chaque site des fonctions auparavant externalisées comme la comptabilité ou la gestion de base de données. Nous avons rapatrié ces services dans les différents entrepôts et changé notre système informatique.

Comment la transition s'est-elle opérée ?

Ce type de transition demande une importante remise en question et une certaine capacité d'adaptation. Le personnel des entrepôts, déjà confronté à de nombreux changements par le passé, a su faire preuve de beaucoup de réactivité. Cette



QUESTIONS À...

GILLES CLAUDEL, DIRECTEUR NORD-EST DISTRIBUTION-REGA ET NORD-EST DISTRIBUTION-VOSGES, ASSOCIÉ À RAYMOND OSWALD

« NOTRE ASSOCIATION EST BASÉE SUR LA CONTINUITÉ ET L'AMÉLIORATION »

Quelle était la situation avant le projet de reprise ?

J'étais dans le groupe Elidis que j'ai quitté quelques mois avant son rachat par C10. Courant de l'été 2008, Raymond Oswald et moi-même avons décidé de travailler sur un projet de reprise des 3 sites qui constituaient Elidis Lorraine, que j'avais par ailleurs géré durant deux années. Malgré un manque de motivation légitime des équipes lié au contexte de cession, de nombreux éléments d'organisation et de professionnalisme étaient favorables. L'ensemble des collaborateurs avaient également conservé un fort esprit d'équipe et un attachement marqué à cette PME.

Comment le projet a-t-il été accueilli ?

La confiance est arrivée progressivement dès lors qu'ils ont eu connaissance des repreneurs, de l'association et du projet à long terme.

Comment s'est opérée la transition ?

Nous avons souhaité reprendre en privilégiant une certaine continuité, notamment en conservant des fonctions spécifiques de l'organisation Elidis, par exemple CHD Contact ou encore le poste d'approvisionneur.

Après une période nécessaire de productivité et de mise en place de nos systèmes nous pourrions nous orienter vers le développement de l'activité et bénéficier du meilleur des innovations de C10, tant sur le plan de l'animation commerciale que de la formation.

➤ **SITUATION** : MEURTHE-ET-MOSELLE (54), MEUSE (55), MOSELLE (57), VOSGES (88) ➤ **EFFECTIFS** : 70 ➤ **LIVRAISON** : MEURTHE-ET-MOSELLE, MEUSE, MOSELLE, VOSGES ➤ **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT** : 15 000 m² SUR 3 SITES ➤ **NB DE VÉHICULES** : 20 CAMIONS

LA REPRISE DES ENTREPÔTS ELIDIS

33 SITES REPRIS PAR 18 ADHÉRENTS C10

- ELIDIS VALOGNES
ELIDIS ANGERS
ELIDIS CAEN
ELIDIS LE HAVRE
ELIDIS LA FLÈCHE
par **LE GROUPE PROXI BOISSONS**
 - ELIDIS MONT-DE-MARSAN
par **LE GROUPE LAPIQUE**
 - ELIDIS AGEN par **LE GROUPE MOLINIÉ**
 - ELIDIS METZ
ELIDIS NANCY
ELIDIS GÉRARDMER
par **LE GROUPE NORD-EST DISTRIBUTION**
 - ELIDIS NANTES
par **LE GROUPE ATLANTIQUE DE BOISSONS**
 - ELIDIS BIARRITZ par **PGLS**
 - ELIDIS MANOSQUE par **DEB**
 - ELIDIS PERPIGNAN par **LE GROUPE MILLES**
 - ELIDIS ORLÉANS
ELIDIS TOURS
ELIDIS BRASSERIE DU GÂTINAIS
par **LE GROUPE SCHOEN**
 - ELIDIS BREST
ELIDIS QUIMPER
ELIDIS SAINT-BRIEUC
par **LE GROUPE COZIGOU**
 - ELIDIS CESTAS par **LE GROUPE LE BIHAN**
 - ELIDIS AIZENAY
par **LA SOCIÉTÉ LIBOUREAU**
 - ELIDIS PAMIER
par **LA SOCIÉTÉ ABD FAURÉ**
 - ELIDIS CHARTRES
ELIDIS DREUX
ELIDIS RÉMALARD
par **LE GROUPE TRIBOUILLET**
 - ELIDIS LILLE
ELIDIS BRIVE
ELIDIS LIMOGES
par **LES SOCIÉTÉS MESPOULET**
 - ELIDIS PÉRIGUEUX
ELIDIS LA TESTE
par **LA SOCIÉTÉ LE BIHAN TMEG**
 - ELIDIS STRASBOURG
par **LA SOCIÉTÉ BECK BOISSONS ET FRANCIS GINESTE**
 - ELIDIS LA COURTINE
par **LA SOCIÉTÉ AUDEBERT**
- ## 15 SITES REPRIS PAR 5 DISTRIBOISSONS
- ELIDIS LORIENT
ELIDIS ST-NAZAIRE
ELIDIS AURAY
ELIDIS BELLE-ÎLE
par **LE GROUPE BAULIEU**
 - ELIDIS NIORT
ELIDIS MARENNES
ELIDIS LA ROCHELLE
par **ANGOULÈME BOISSONS**
 - ELIDIS MARSEILLE
ELIDIS TOULON
ELIDIS AVIGNON
ELIDIS NÎMES
ELIDIS MONTPELLIER
par **LE GROUPE MONTANER - PIETRINI**
 - ELIDIS EU
ELIDIS ROUEN par **C. BRÉHAT**
 - ELIDIS ANTIBES par **LE GROUPE MAURO**



transition vers l'indépendance nous a conduits à axer notre travail vers une plus forte proximité et simplicité dans la relation client : nous sommes ainsi revenus aux valeurs traditionnelles de la distribution. Enfin, ces changements ont permis de retrouver un certain « esprit de clocher » dans les entrepôts et de renforcer l'esprit d'équipe.

➤ **SITUATION** : FINISTÈRE NORD (29) ➤ **EFFECTIFS** : 30 ➤ **LIVRAISON** : NORD ➤ **SUPERFICIE DE L'ENTREPÔT** : 4 500 m² ➤ **NB DE VÉHICULES** : 13 CAMIONS

INSTANTS GAGNANTS, ON SORT LES CARTONS !

DEPUIS LE MOIS DE MAI, GRÂCE À C10, LES PATRONS D'ÉTABLISSEMENT DISTRIBUENT, À LEURS CLIENTS, DE DRÔLES DE CARTONS JAUNES ET ROUGES...

À l'occasion de la fin de saison sportive, C10 invite les patrons d'établissement à devenir les coaches de leurs Instants Gagnants. Comment ? En distribuant à leurs clients des cartons jaunes et des cartons rouges ! Comme les arbitres ! Mais des cartons un peu spéciaux qui ne seront ni des avertissements, ni des expulsions... Au lieu de sanctionner, ils généreront des récompenses.

CARTON JAUNE !

Un consommateur qui se prendra un carton jaune devra le gratter pour découvrir s'il a gagné ou non un cadeau :

calendrier sportif, porte-clés, ballon anti-stress, T-shirt... Sur 250 cartons jaunes, 200 seront gagnants !

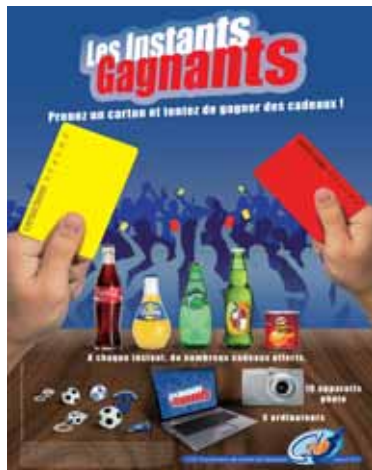
CARTON ROUGE !

Au lieu de signifier une expulsion, le carton rouge délivre une autorisation : il permet au consommateur de participer à un concours d'expression sportive (une phrase, un mot, un poème...) illustrant le sport et ses valeurs. Son coach (le patron de l'établissement) l'invitera à écrire cette expression sur le carton rouge et à le glisser dans une urne. Un jury C10 se réunira le 10 juillet pour élire les 15 meilleures expressions

jugées sur leur humour et leur originalité. Le jeu en vaut la chandelle : les 5 premiers recevront un ordinateur portable et les 10 suivants un appareil photo numérique. Quant aux patrons d'établissement qui auront accueilli ces gagnants, ils recevront le même lot que leur client créatif !

DES CONSOLES POUR...

Les 20 commerciaux qui comptabiliseront le meilleur taux de remontée des cartons rouges gagneront une console Nintendo Wii. Et celui qui fera la photo de la meilleure mise en scène de l'opération aussi ! Alors, préparez vos cartons...



EN DÉTAIL

1 KIT OFFERT POUR TOUTE COMMANDE DE...

- 6 caisses de Coca-Cola, Coca-Cola Light et/ou Coca-Cola Zero 33 cl
- 5 caisses de Perrier 33 cl et/ou Vittel 25 cl
- 4 caisses de bières 25/33 cl Hoegaarden, Leffe, Jupiler et/ou Stella Artois
- 4 caisses de bières 25/33 cl Kronenbourg Pur Malt, Kronenbourg et/ou Carlsberg
- 3 caisses d'Orangina 25 cl
- 4 fardeaux de Pringles (original/crème et oignon/paprika/hot & spicy)
- 12 bouteilles de Pastis 51 et/ou Ballantines, dont au moins 6 bouteilles de Pastis 51
- 12 bouteilles de Whyte & Mackay et/ou Tequila Sauza et/ou Gin Larios
- 12 bouteilles de Bacardi et/ou Martini et/ou Eristoff

DANS LE KIT

1 banderole extérieure 60 cm x 2 m, à attacher au-dessus de l'entrée de l'établissement, 2 vitrophanies extérieures, 1 ardoise, 20 chevalets de table, 8 affiches, 1 guirlande, 1 urne, 1 présentoir Pringles, 1 « Guide du coach », 250 cartons jaunes à gratter, 50 cartons rouges, ballons de rugby, casquettes et T-shirt Kronenbourg, bec verseur, T-shirt manches longues, petits calendriers sportifs, agitateurs, magnets, sifflets, ballons antistress, porte-clés maillot de football, 1 T-shirt Instants Gagnants, 1 casquette Instants Gagnants, 1 écharpe (bleu, blanc, rouge).

GRENOBLE ET SEDAN : LES DEUX NOUVEAUX « CLUBS COUPS DE CŒUR C10 »



Pour les 16^{es} de finale, Laurent Battles met le club de Grenoble à l'honneur pour son comportement de « gentleman du football ».



Le club ardennais récompensé après les 8^{es} de finale pour avoir fait une haie d'honneur spontanée à leurs adversaires à la fin du match. La remise a eu lieu en présence de Jean Djorkaeff.

Les lauréats 2008-2009

7^e tour :
Stade Plabennecois
8^e tour :
CA Rilhac-Rancon
32^e de finale :
FCE Schirrhein
16^e de finale :
Grenoble F38
8^{es} de finale :
CS Sedan
¼ de finale :
Rodez AF

Animations <

« C10 AVANTAGES » PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE

LE CATALOGUE C10 AVANTAGES A CHANGÉ DE FORMULE. C'EST POUR MIEUX BOOSTER VOS VENTES ET RENFORCER VOTRE RELATION CLIENT !

Grâce au catalogue C10 Avantages, vous allez occuper le terrain toute l'année ! Car c'est maintenant tous les deux mois que cet outil va vous apporter une foule de promotions à proposer à vos clients. Le nombre de pages a doublé et le contenu s'est enrichi avec des informations, des conseils et des témoignages disséminés au fil des pages. Un cahier de 4 pages aux couleurs de Comptoir des Vignes présente l'offre vins de C10 avec, également, de nombreuses informations. Le réseau CAFE CONCEPT est mis en avant dans chaque numéro afin de recruter de nouveaux adhérents et un espace est consacré à la formation pour inciter vos clients à en bénéficier. L'objectif ? Accompagner efficacement les patrons d'établissement et leurs équipes dans leur vie quotidienne. C10 Avantages va augmenter leur compétence et renforcer votre relation avec eux.



> 6 numéros par an :
 • juin-juillet 2009
 • août-septembre 2009
 • octobre-novembre 2009
 • décembre 2009-janvier 2010
 • février-mars 2010
 • avril-mai 2010...



> Idées de consommation



> Conseils techniques sur les produits



> Conseils pour améliorer vos ventes

> Témoignage d'un patron

> Présentation d'AOC

Pages Vins : mise en avant des régions de production, des cépages et commentaires de dégustation.



> Focus sur un cépage

> Mise en avant d'un vin bio



> Sélection du vin coup de cœur

EN DÉTAIL

APPEL À TÉMOINS

Si vous souhaitez mettre en avant les bonnes pratiques de vos clients, contactez C10 au 01 41 27 94 00

L'OPÉRATION BIÈRE À 2 €!

POUR PARTICIPER À LA DÉFENSE DU POUVOIR D'ACHAT DES CONSOMMATEURS, TOUS LES MOYENS SONT BONS ! EN MAI, UNE NOUVELLE OPÉRATION A INCITÉ LES PATRONS D'ÉTABLISSEMENT À VENDRE LA BIÈRE PRESSION À 2 €!

L'opération « Café à 1 € » a été un grand succès. Les consommateurs en ont parlé autour d'eux et généré naturellement du trafic. Alors en mai, l'opération a été renouvelée avec la bière, portée par le slogan : « Aujourd'hui, la pression est à 2€! ». Sachez que lorsqu'elles sont mises en place de façon ponctuelle ou à des périodes clés comme une diminution de la fréquentation, ces animations sont plus efficaces car elles sont vécues par le consommateur comme une attention particulière.

UNE OFFRE À PERSONNALISER...

2 000 kits composés de deux affiches recto-verso, d'une potence et d'une ardoise à accrocher sur le tirage pression accompagnaient l'opération. Cette ardoise permettant au patron d'établissement d'ajouter à la main le nom de la bière concernée ou la tranche horaire pendant laquelle il propose ce tarif. Les affiches recto-verso, se voyant aussi bien de l'intérieur que de l'extérieur de l'établissement, ont permis d'informer les clients et d'attirer les passants. Le succès était assuré!



Pierre-Henri Grau

Le Cristal et L'Art Scenik, Paris

Une offre promo bière à 2,10 €

« Depuis quatre ans, je vends ponctuellement la pinte de bière à 2,10 € (durant les « Bonnes Heures ») et ce dans deux établissements parisiens. Pas de doute ! Mes clients choisissent cette boisson plutôt qu'une autre : au Cristal, la bière est de loin le produit phare ! »

LE 7 JUIN, LES MAMANS ÉTAIENT À L'HONNEUR !

L'opération pour animer la fête des Mères dans les CHR a été concoctée en partenariat avec Inter Rhône. La mécanique était simple : pour un verre de vin ou une bouteille de Côtes du Rhône commandé(e) – c'était au patron d'établissement de décider ! –, le consommateur recevait une carte à gratter lui permettant de gagner un très beau livre de recettes de cakes et de terrines édité par le magazine *Cuisine et vins de France*. 750 kits étaient disponibles.

EN DÉTAIL

DANS LE KIT

Pour 60 bouteilles (75 cl) de vin de la vallée du Rhône ou l'équivalent d'un BIB commandés, le CHR recevait :

- 2 affiches
- 300 cartes à gratter dont 20 gagnantes
- 20 livres *Cakes et terrines à marier avec les vins des Côtes du Rhône*.

Animez la fête des mères avec les vins des Côtes du Rhône !

comptoir des vignes marchand de vins

60 cots de 75cl de vins des Côtes du Rhône achetés

300 cartes à gratter « fête des mères » à offrir à vos consommateurs pour toute commande de Côtes du Rhône dont 20 cartes gagnantes

20 livres recettes "Cakes et Terrines à marier avec les vins des Côtes du Rhône"

2 affiches 40x60 cm

Une chance supplémentaire pour vos consommateurs de gagner sur www.duboutetvins.com

Grattez pour gagner un livre de recette

Les vins des Côtes du Rhône fête les mamans !

L'image Vin de C10

AVEC CHD CONTACT, VOS VENTES S'ENVOLENT...

CHD CONTACT CONSTITUE UNE NOUVELLE FORCE DE FRAPPE COMMERCIALE POUR LES ADHÉRENTS C10. IL COMPLÈTE L'ACTION DES COMMERCIAUX SUR LE TERRAIN ET PERMET DE DÉVELOPPER LES VENTES.

CONCRÈTEMENT, COMMENT ÇA MARCHE ?

Une équipe CHD Contact vous est dédiée. Les télévendeurs appellent vos clients, selon une liste que vous avez établie, et leur présentent les animations du catalogue C10 Avantages. Objectif : réaliser un maximum de précommandes.

QUELLES SONT VOS RELATIONS AVEC CHD CONTACT ?

CHD Contact fait un reporting quotidien sur les commandes enregistrées dans la journée et un bilan synthétisant les résultats commerciaux et les remontées faites par les clients.



En mars et avril derniers, CHD Contact vous a proposé le « Pack Vin » et le « Pack Bière » : plus de 2 500 clients CHR ont été contactés.

QUELLE EST L'OFFRE DE CHD CONTACT ?

Des « packs », réalisés avec les équipes marketing et Comptoir des Vignes de C10, qui relient l'offre et les animations du catalogue C10 Avantages. Mais CHD Contact peut également monter des actions commerciales locales qui s'adaptent à votre demande.

CONCRÈTEMENT, LE SAVIEZ-VOUS ?

Ces packs sont gratuits pour les 15 premiers adhérents inscrits !



POURQUOI DEVEZ-VOUS UTILISER CHD CONTACT ?

Parce que, grâce au pack Badoit :

- 22 % des clients appelés ont passé commande
- augmentation de 4 % de clients détenteurs de Badoit
- augmentation de 400 % (multiplié par 3) du nombre de clients détenteurs des deux produits Badoit.

4 CONSEILS POUR RÉUSSIR VOS ACTIONS AVEC CHD CONTACT

- Ciblez les clients que vous confiez pour l'opération afin d'optimiser le couple coût/résultat de l'opération.
- Impliquez votre force de vente afin d'assurer une complémentarité efficace entre action sur le terrain et action téléphonique.
- Prévenez les clients qu'ils vont être appelés.
- N'oubliez pas de distribuer le catalogue C10 Avantages à vos clients.

À DÉCOUVRIR

↳ L'ARROGANT FROG HUMOUR ET AUTODÉRISION « MADE IN FRANCE », EN EXCLUSIVITÉ CHEZ C10



Jusqu'alors produit exclusivement pour l'export (9 millions de bouteilles dans 30 pays à travers le monde) par le vigneron languedocien Jean-Claude Mas, l'Arrogant Frog part à la conquête de son berceau natal : la France ! Et ce, grâce à C10 qui, toujours à la recherche de nouveautés et de partenaires privilégiés, a découvert ces vins de cépages originaux et devient leur distributeur exclusif en France. Pour vos clients CHR, c'est une nouvelle opportunité de se démarquer de la concurrence. Originales, facilement reconnaissables et bénéficiant d'une forte identité, les bouteilles d'Arrogant Frog sont habillées d'une étiquette mettant en scène une grenouille vêtue d'un élégant costume trois pièces, d'un béret et d'une canne ! Ces vins au rapport qualité/prix indiscutable permettent de séduire de nouveaux consommateurs tout en étant appréciés des amateurs avertis. Des vins modernes et anticonformistes à découvrir dès cet été !

↳ VINIFICATION

Élaborée pour affirmer la qualité des vins du Languedoc avec humour et autodérision, cette gamme de vins de cépages (vins de Pays d'Oc) se décline en 10 versions différentes. En rouge : Cabernet-Merlot, Syrah-Viognier, Syrah, Pinot noir et Tutti Frutti (assemblage). En blanc : Chardonnay-Viognier, Sauvignon blanc, Chardonnay bio (label ECOCERT) et Tutti Frutti (assemblage). En rosé : Syrah. Chaque cépage est vinifié séparément, sans macération pelliculaire et à 8 °C maximum.

↳ CONSERVATION

La qualité du vin est préservée avec une capsule à vis qui garantit un excellent verre de vin à n'importe quel moment. Il se garde pendant quatre ans dans de bonnes conditions. Les arômes fruités, qui s'apprécient durant les cinq premières années, évoluent ensuite vers des arômes plus mûrs.

↳ DÉGUSTATION

L'Arrogant Frog Chardonnay-Viognier se caractérise par sa couleur jaune vif avec des reflets de paille, un nez élégant de fruits tropicaux, de pêche et de fleurs blanches, ainsi qu'une touche de vanille et de pain grillé. Frais et ample, il se distingue par une longue finale en bouche sur de jolies notes fruitées. Il est à servir entre 10 et 12 °C, avec des fruits de mer, des poissons, des sushis, des viandes blanches, des fromages bleus ou des fruits.

AVALANCHE D'OFFRES AUTOUR DES ROSÉS DE L'ÉTÉ

L'OPÉRATION LES ROSÉS DE L'ÉTÉ A ÉTÉ RENOUVELÉE DU DÉBUT AVRIL AU 15 MAI AUTOUR D'UNE SÉLECTION D'UNE VINGTAINE DE VINS DE TOUTES LES RÉGIONS DE FRANCE.

Le rosé, vin plein de finesse, de fruit et de fraîcheur, séduit de plus en plus de consommateurs. En effet, au cours des quinze dernières années, la part des rosés est passée de 8 à 22 % de la consommation de vins en France. Pour vous permettre d'exploiter judicieusement cette tendance, C10 a concocté une opération intitulée « Les rosés de l'été, servez-les frais ! » qui n'a pas manqué de séduire vos clients avec des mécanismes promotionnels simples et efficaces :

↳ Une offre cave à vin Comptoir des Vignes (capacité 120 bouteilles) livrée directement chez vos clients par la sommelière avec 24 bouteilles de Hauts de Masterel 75 cl au prix exceptionnel de 499 € HT.

↳ Une sélection de vins de Provence

• En bouteilles... avec des remises perceptantes (36 bouteilles = 3 magnums, 36 bouteilles = 12 demies, 11 + 1 ou 5 + 1) et une offre Ice Bag avec le soutien du Comité Interprofessionnel des Vins de Provence (24 bouteilles = 6 Ice Bag).

• En BIB 3 litres... avec une offre pour le vin au verre (4 BIB 3 l = 1 kit vin au verre).

• En BIB 10 litres avec une offre matériel de service (5 BIB 10 l = 24 verres INAO).

↳ Une sélection de vins d'autres régions de France productrices de rosés de qualité en 5 + 1.

À l'année prochaine pour une nouvelle édition des Rosés de l'été !



SALON DES VINS DE LOIRE, C10 A PRÉSENTÉ SA STRATÉGIE VINS AU RÉSEAU

Consacré exclusivement à une région de production, la 3^e de France, le Salon des vins de Loire, qui s'est tenu du 1^{er} au 3 février dernier à Angers, est devenu l'une des principales manifestations viticoles européennes. Pour C10, il a été l'occasion de réunir les responsables vins du réseau et de leur présenter la stratégie vins avec Comptoir des Vignes pour les prochaines années. Une stratégie que nous vous présenterons en détail dans un prochain numéro de *C10 Infos*. L'enjeu est essentiel : le marché du vin est en pleine mutation et représente pour notre métier de distributeur de boissons une réelle opportunité de développement. C10 ne ratera pas le rendez-vous !

C10 présente sa stratégie vins au réseau. De belles opportunités de développement en perspective...



INSTITUT C10, 97% DE STAGIAIRES SATISFAITS...

DÉMARRAGE PROMETTEUR... ILS SONT VENUS, ONT PARTICIPÉ, APPRIS ET SE DÉCLARENT SATISFAITS !

Depuis l'ouverture de l'Institut C10 en novembre, plus de 300 personnes ont suivi une formation. Un démarrage prometteur puisqu'à la quantité – près de 80 jours de formation à fin juin – s'associe la qualité. Pour 97% des stagiaires, l'objectif a été atteint : 52% se déclarent « très satisfaits » et 45% « satisfaits ». Ils plébiscitent l'animation : 98% la trouvent bien adaptée et qualifient les conditions matérielles (cadre, accueil, supports) d'excellentes. La forme et le fond sont reconnus puisque cette première vague

de stagiaires déclare que les stages répondent à la problématique des différents métiers de la profession. Quelques témoignages écrits : « Les mises en situation sont adaptées à notre métier », « Le stage m'a permis de reprendre confiance », « ... de trouver des réponses à certaines difficultés rencontrées face au client ». Quel que soit le métier exercé, chacun peut trouver une réponse à sa montée en compétence et le renforcement de son professionnalisme. Alors inscrivez-vous vite et faites partie des 300 prochains formés !



52 % des stagiaires se déclarent « très satisfaits » et 45 % « satisfaits » de leur formation.



STAGE « LES FONDAMENTAUX DU MANAGEMENT »

Stéphane Dufraine

Responsable logistique – Bregent SARL (Lamothe-Beuvron)

« C'est une formation très bien menée. Je suis manager depuis cinq ans et ce stage m'a montré mes lacunes. Lors des mises en situation sur les entretiens, l'animatrice nous déstabilisait fortement... Cela nous a permis de comprendre que la phrase clé d'un entretien est : « Et toi, comment tu ferais ? » Nous avons aussi travaillé sur la gestion des conflits et l'organisation du travail. Aujourd'hui, après une telle remise en question de mon management, je me sens plus sûr de moi, plus posé. Mais je mets en place les conseils progressivement. On ne peut pas tout changer en un jour... »

Rebecca Ayaden Rabiha

Responsable administrative – Milliet BBC (75)

« Nous étions peu nombreux (sept) et avons les mêmes centres d'intérêt. Je pensais être unique... or, les autres managers ont les mêmes problèmes. Les mises en situation nous ont permis d'analyser des cas concrets comme réagir face à une demande de congés posée la veille, fixer les objectifs pour un collaborateur, l'application des consignes (« Dire quoi ? À qui ? »), l'animation d'une réunion de groupe. Lorsqu'on écoute les autres faire un tel exercice, tout semble facile, mais lorsqu'on se met en situation, c'est autre chose ! Au retour dans l'entreprise, nous – le responsable logistique assistait aussi à la formation – avons mis en place une réunion mensuelle avec les cinq directeurs de Milliet et les managers afin d'aborder, ensemble, les problèmes liés à notre activité. J'organise aussi des réunions d'information avec toute mon équipe. J'avais plutôt l'habitude d'informer les salariés de façon individuelle. Deux jours de formation, c'est l'idéal car cela ne perturbe pas notre travail. Mais il faudrait ensuite prévoir de revoir les acquis et les compléter... »

STAGE « PRISE DE COMMANDE ACTIVE »

Ginette Chabrier - Secrétaire commerciale

Établissements Tribouillet (Chartres Gellainville)

« Si je faisais déjà certaines choses, j'en ai appris beaucoup d'autres : se présenter par son prénom, remercier le client en citant son nom, avoir les promotions sous les yeux pour les proposer à bon escient, être force de proposition en suggérant des produits. Mais aussi : éviter certains mots comme "problème" ou "non !". Lorsqu'un client est mécontent, il faut se mettre à sa place, lui apporter une solution et, si nécessaire, le rappeler pour le tenir au courant du suivi. Il faut le rassurer, prendre le temps et, entre deux appels, s'attacher à retrouver une "voix avec le sourire". »

FOCUS

FREDON À L'HONNEUR

La formation professionnelle tient moins à la taille d'une entreprise qu'à l'état d'esprit de ses dirigeants. Pour preuve, les Ets Fredon (Haute-Vienne) dont le dynamisme en matière de politique de formation a été couronné par un « F d'or ». Cette distinction a été attribuée à 10 entreprises dans le cadre d'un concours organisé par l'Opcalia (organisme collecteur qui gère les fonds de formation professionnelle de 40 000 entreprises) qui vise à récompenser leurs efforts en matière de formation et de développement des compétences des collaborateurs. Avec 5 collaborateurs, les Ets Fredon étaient la plus petite entreprise honorée par ce trophée. « Notre budget de formation va au-delà de l'obligation légale, assure Laurent Fredon. Nous allons désormais profiter de l'Institut C10. La quasi-totalité de nos salariés est déjà inscrite. »





PAMPRYL CULTIVE
L'AMOUR
DES FRUITS
DEPUIS 1926

