

BOISSONS

de France

Octobre 2011 |

Le magazine des distributeurs
en consommation hors domicile

DISTRIBUTION LA FNB PRÉSENTE SA NOUVELLE IDENTITÉ VISUELLE

DOSSIER VIN TENDANCES ET PERSPECTIVES



N°548 - Magazine trimestriel

| DISTRIBUTION

La FNB présente
sa nouvelle identité visuelle

| PRODUCTION

Vin : prévisions et
tendances

| MARCHÉ HORS DOMICILE

Consommation nomade 2012 :
de belles perspectives



Édito

par Jean-Jacques Mespoulet
Président d'honneur de la FNB

La FNB effectue sa mue.

Que s'est-il passé depuis le 13 avril dernier ?

Le Conseil d'Administration a confirmé les projets et les priorités, partagés avec vous il y a quelques mois. Découvrez dans les pages qui suivent les premiers signes visibles !

Rappelons-nous toutefois que le nerf de la guerre, c'est notre contribution et, notamment, la cotisation.

Alors pourquoi adhérer et donc payer ?

Parce que rien n'est gratuit ! Et surtout, parce que défendre nos intérêts nécessite de l'investissement de la part de chacun, ainsi que des moyens financiers à la hauteur des ambitions que nous nous devons tous de porter.

Parce que les enjeux qui nous attendent sont multiples, dans des domaines très différents :

- maintenir le dialogue entre les différentes organisations syndicales et satisfaire aux exigences du législateur en matière sociale (handicapés, seniors, pénibilité...)

- accompagner le développement de nos entreprises et celui de nos collaborateurs au travers de la formation, de la sécurité au travail...

- anticiper, et se préparer face aux problématiques logistiques ou environnementales qui nous visent déjà aujourd'hui : écotaxes, camion « vert »...

- défendre nos spécificités : les emballages, les contrats de fournitures de boissons, le contrat de distribution sélective...

Enfin, parce que certains sujets ne pourront aboutir que grâce à une démarche globale, associant les expertises de toute la filière sur des sujets tels que, par exemple, la qualité du produit servi.

Le changement annoncé il y a quelques mois est désormais une réalité tangible et engagée... on avance !

Je compte sur chacun d'entre vous pour soutenir l'action syndicale, et ainsi repositionner notre Fédération au cœur des débats.



Sommaire

DISTRIBUTION

p. 5 à 9

Quoi de neuf à la FNB ?

PRODUCTION

p. 10 à 15

Dossier vin

p. 16 à 18

Stratégie

Heineken

Orangina Schweppes

Kronenbourg

p. 19

Initiative

Affichage environnemental

MARCHÉ HORS DOMICILE

p. 20 à 21

Tendances nomades

AGENDA - CARNET

p. 22

BOISSONS DE FRANCE
PUBLICATION TRIMESTRIELLE
DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DES BOISSONS (FNB)
WWW.FNB-INFO.FR
RÉDACTION ET ADMINISTRATION 49, RUE DE LA GLACIÈRE - 75013 PARIS
TÉL. : +33 (0)1 45 87 21 41 - FAX : +33 (0)1 45 87 11 69

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION ET DE LA RÉDACTION : JEAN-JACQUES MESPOULET
COMITÉ DE RÉDACTION : JEAN-JACQUES MESPOULET, LAURE BOMY, PATRICK SCHOEN
RÉDACTION EN CHEF, SUIVI DE RÉALISATION : ANNE-FRANÇOISE MOAL
E-MAIL : AFMOAL@BOISSONS-DE-FRANCE.COM - TÉL. : +33 (0)1 45 87 01 00
CONTACT PUBLICITÉ : TÉL. : +33 (0)1 45 87 21 41
CONCEPTION ET RÉALISATION : SYLVIE LACAMBRA - PREMIÈRE IMPRESSION
IMPRESSION : PREMIÈRE IMPRESSION 140, RUE ETIENNE LENOIR 30900 NÎMES
TÉL. 04 66 03 61 53 - FAX : 04 66 26 51 55 - WWW.PREMIERE-IMPRESSON.FR.

ABONNEMENT : FRANCE MÉTROPOLITAINE, UN AN : 70 € TTC
DÉPÔT LÉGAL : SEPTEMBRE 2010 N° ISSN : 0760-1999 COMMISSION PARITAIRE DES
PUBLICATIONS ET AGENCES DE PRESSE (CPPAP) : N° 1110 G 85663



Quoi de neuf À LA FNB ?

La Fédération Nationale des Boissons regroupe désormais les forces vives de la profession des entrepositaires-grossistes en boissons. Premiers signes visibles du changement, la FNB s'est dotée d'une nouvelle identité visuelle, d'une plateforme web et d'outils de communication modernisés.



La FNB bénéficie à nouveau d'une représentativité de la profession, quelles en sont les conséquences ?

Laure Bomy, directeur général de la FNB : La FNB s'est en effet réorganisée autour d'un nouveau Conseil d'Administration regroupant toutes les composantes de notre métier : France Boissons, Distribuissans, Olivier Bertrand Distribution, C10 et des indépendants non adossés. Cela doit nous permettre de défendre au mieux les intérêts de la profession en repositionnant notre fédération au cœur des débats publics et, ainsi, installer la distribution locale comme acteur incontournable de la consommation hors domicile.

Quels sont les premiers changements tangibles ?

L.B : Face à ces enjeux, et tenant compte d'un environnement législatif constamment remis en cause, l'une de nos priorités était de mettre en place un plan d'actions visant à accélérer le développement de notre notoriété et l'image de notre profession.

La première étape a été d'orchestrer la refonte totale de l'identité visuelle de notre organisation syndicale qui se veut plus moderne et doit faciliter une identification rapide et claire de la profession auprès de tous nos interlocuteurs : syndicats professionnels, partenaires de la filière, pouvoirs et institutions publics, etc.

La fédération offre
à la profession une visibilité
à la hauteur de ses ambitions
et à ses adhérents des outils
innovants et performants
à l'image du tout nouveau
site Extranet.

Les moyens de communication et d'information marquent eux aussi le changement...

L.B : Effectivement, un tout nouveau site Internet présente de manière détaillée notre profession et les missions de la FNB. Il sera régulièrement nourri par l'actualité de notre secteur. Nos adhérents disposent également de nouveaux outils : un extranet fonctionnel et dynamique, associé à des newsletters d'information. Nouvelle identité visuelle, nouvelle plateforme Web, refonte des outils de communication... la FNB offre désormais à la profession une visibilité à la hauteur de ses ambitions et, à ses adhérents des outils innovants et performants.

La FNB présente sa nouvelle identité visuelle...

La nouvelle organisation de la FNB marque le changement : **nouveau logo, site Internet accessible à tout public, Extranet performant réservé aux adhérents...** de nouveaux outils de communication complètent la proposition avec **une newsletter mensuelle associée au magazine Boissons de France** dont la formule a été modernisée.

... Décryptage du nouveau logo



Le logo de la FNB affiche désormais de nouvelles formes et couleurs symbolisant la profession et son dynamisme. Les lettres de son sigle se détachent clairement sur fond de couleurs vives, renforcées en bas de logo par l'intégralité de son appellation afin de donner une reconnaissance immédiate et différenciée vis-à-vis d'autres sigles homonymes.

Les trois pictogrammes "homme", "camion", "bouteille" affichent clairement le positionnement de la profession : **les entrepositaires grossistes en boissons**, dénommés aussi Distributeurs Conseils Hors Domicile (DCHD), sont des **prestataires de services** dont le cœur de métier est la commercialisation et la **livraison de boissons** auprès de tous types de clients de la consommation hors domicile :

- Les cafés hôtels restaurants indépendants qui représentent le « cœur business »
- La restauration commerciale organisée dite « enseignes chaînées »
- Les points de vente à emporter (VAE)
- Les associations (sportives, culturelles, etc...) et les collectivités publiques ou privées.

Ils servent ainsi quotidiennement près de 200 000 clients.

Au delà de la livraison, ils proposent divers services qui contribuent à développer les potentiels de leurs clients :

- De la prise de commande jusqu'à la livraison
- Du lancement de nouveaux produits jusqu'à la fourniture de la PLV et des outils de service
- De l'accompagnement dans la rénovation des locaux jusqu'au soutien financier dans l'acquisition de fonds de commerce
- De la mise en place d'animations commerciales jusqu'au prêt de matériels (terrasses, tirages pression, etc.)
- De l'installation jusqu'au S.A.V des matériels de service
- De la vente à la formation du produit et de l'usage des matériels (machine à café, matériel de tirage de la bière pression, etc.)

L'homme est au cœur du métier : chaque collaborateur fait partie intégrante d'une chaîne de compétences : approvisionneurs, préparateurs, chauffeurs-livreurs, commerciaux, télévendeurs, techniciens, secrétaires, comptables...

C'est une profession dynamique qui recrute et offre de nombreuses possibilités de formation initiale ou continue.



PICTO HOMME

L'**HOMME** est au cœur de la relation client. Les équipes conseillent et assurent des **services sur mesure** pour tous les professionnels du marché de la consommation hors domicile.



PICTO CAMION

La **LIVRAISON** est une **prestation complète** : du déchargement à la mise en place des produits au point de vente jusqu'à la descente en cave assurée par le chauffeur livreur.



PICTO BOUTEILLE

La **BOISSON** est la principale offre commerciale : **toutes les catégories de boissons**, quel que soit leur conditionnement (fûts, bouteilles, canettes...) sont commercialisées par les entrepositaires-grossistes.

...et ses nouveaux outils de communication



Ils pourront ainsi bénéficier d'une information régulière sur tous les sujets d'actualité concernant leur secteur : la distribution hors domicile et son actualité économique et juridique, l'actualité de la production de boissons (nouveau produits, stratégie des entreprises, communication des marques...), sans oublier celle du marché de la consommation hors domicile.

Magazine

Un rendez-vous trimestriel complémentaire

Le magazine Boissons de France a été modernisé. Il donne désormais rendez-vous tous les trimestres aux adhérents de la FNB et aux professionnels de la filière boissons. La FNB prendra la parole dans une rubrique dédiée. Des sujets intéressants particulièrement la profession des entrepositaires-grossistes seront également régulièrement abordés.

L'amont de la filière boissons (production) n'est pas en reste. Des dossiers thématiques comme celui publié dans ces pages sur le vin jalonneront l'année. Des dossiers sur les spiritueux, la bière, les boissons sans alcool... sont déjà au programme du planning rédactionnel 2011-2012.

En complément de ces dossiers, une rubrique consacrée à la stratégie des entreprises permettra de publier régulièrement des interviews de responsables de marques de boissons pour une analyse de leur stratégie et/ou des innovations produit sur le marché du hors domicile. Les tendances de la consommation hors domicile ont également leur rubrique.

Newsletters

Une information dynamique et efficace

La « Newsletter FNB Flash Info » permet désormais aux adhérents de la FNB de recevoir directement par mail toutes informations qu'aurait à leur transmettre la Fédération.

Un rendez-vous en complément du magazine Boissons de France leur est également proposé avec la Newsletter mensuelle « Boissons de France Newsletter ».

POUR LES ADHÉRENTS FNB :
les adhérents de la FNB ont un accès privilégié aux newsletters ainsi qu'à un archivage accessible depuis le site Extranet de la FNB.



www.fnb-info.fr

La nouvelle plateforme...

Un site Internet entièrement renouvelé.

Point de contact privilégié avec la profession des entrepositaires-grossistes en boissons, le nouveau site Internet de la FNB se veut résolument fonctionnel et informatif.



1 Qui sommes-nous ?

La FNB présente son organisation, son rôle et ses missions. Retrouvez dans cette rubrique les membres du conseil d'administration, vos interlocuteurs du siège, les grands sujets et projets travaillés par la Fédération...

2 Qui représentons-nous ?

Il s'agit d'appréhender le métier et les spécificités de la profession, de partager nos chiffres clés, marquer nos positions et notre poids sur le territoire national.

3 Accès presse

Les médias et les partenaires de l'organisation syndicale retrouveront tous les communiqués et dossiers de presse régulièrement actualisés et archivés. L'accès public permet au plus grand nombre l'accès aux informations officielles de la FNB.

4 Actualités

La FNB informe et communique auprès d'une large cible de professionnels. Le visiteur trouvera dans cette rubrique les dernières actualités de la fédération mais aussi des informations essentielles à la profession régulièrement actualisées.

...Web de la FNB

L'Extranet : un outil exclusif pour les adhérents

Le site Extranet, accessible uniquement aux adhérents de la FNB est conçu comme un véritable tableau de bord qui permet de répondre efficacement aux principales requêtes des professionnels.



1 Études et baromètres

Toutes les études et les baromètres qui font l'actualité de la profession sont à la disposition des adhérents. Une place de choix est faite aux tendances de la consommation hors domicile.

2 Convention collective

En un clic, l'accès à la convention collective de la profession !

3 Base documentaire

La base documentaire permet un accès à tous les thèmes intéressants de près la profession des entrepositaires-grossistes. Trois niveaux d'informations sont proposés pour chaque thème : les actualités en cours, les textes en vigueur et la possibilité, quand il y a lieu, de télécharger des modèles à remplir.

4 FAQ

La foire aux questions permet en un clin d'œil de retrouver les principales questions et leurs réponses qui sont régulièrement posées aux permanents de la FNB.

5 Communication

Les adhérents ont un accès illimité à l'archivage de leur e-Newsletter et de leur magazine Boissons de France. Une revue de presse balayant les actualités concernant de près ou de loin la profession est également disponible sous cette rubrique.

NB : les adhérents pourront utiliser leur login et mot de passe de l'ancien Extranet.