

Changement d'identité visuelle pour l'AGAPLR et le CGAR

À l'occasion de leurs 35 ans, les organismes de gestion agréés de La Réunion que sont l'Association de gestion agréée pour les professions libérales de La Réunion (AGAPLR) et le Centre de gestion agréé de La Réunion (CGAR) changent leur identité visuelle. Ce souffle nouveau rappelle aussi leurs valeurs de solidarité, de conseil, de rigueur, d'accompagnement et d'avenir à La Réunion. Leurs missions ont évolué ces dernières années. Si à l'origine elles n'avaient qu'une mission de délivrance d'attestation pour bénéficier d'un abattement fiscal, elles se situent aujourd'hui dans une démarche d'accompagnement et de conseil de l'entrepreneur, de la profession libérale. Ces associations multi-professionnelles se positionnent comme actrices à part entière du développement local et le soulignent en modernisant leur image. Elles se sont appuyées sur l'expertise de deux agences de communication : Comédias et Iloq Événement.

Trois nouvelles formations proposées par l'Afpar

L'Afpar lance 3 nouvelles formations ouvertes aux publics âgés de 18 ans et plus, sur ses différents sites de l'île : agent(e) technique de déchèterie (Saint-André); technicien(ne) de chantier aménagement finitions (Saint-Paul); infographiste multimédia (Saint-Denis). L'association renouvelle également la formation stratifié(euse) en matériaux composites (Saint-Paul). Les candidats intéressés doivent appeler le point contact Afpar de leur région : 0262 94 72 73 (Nord); 0262 46 80 43 (Est); 0262 45 38 00 (Ouest); 0262 96 16 80 (Sud), ou contacter leur conseiller Pôle emploi ou Mission locale.

ENTREPRISE

Castel Réunion lance sa gamme "The Beach House"

À partir d'un concept élaboré sur le thème de la plage, Castel Réunion commercialise une nouvelle gamme de vins, sous l'appellation "The Beach House".

Les convives présents au restaurant l'Épicurien à l'Ermitage lors du lancement de "The Beach House", commercialisé par Castel Réunion, ont eu confirmation que cette nouvelle gamme de vins portait extrêmement bien son nom. Cette gamme se présente sous 3 références : rouge, blanc et rosé pour que chaque consommateur puisse s'y retrouver.

Originaire d'Afrique du Sud, The Beach House représente une gamme de vins dits "faciles à boire", des vins légers, appréciés et appréciés par des amateurs et des confirmés. The Beach House entre dans la catégorie de produit alliant simplicité et convivialité.

Cette nouvelle gamme est présente dans les 3 réseaux de Castel-Covino. En grande distribution et dans les caves Nicolas, la bouteille de Beach House sera aux alentours de 5,95€ TTC. Dans les CHR (Cafés-Hôtels-Restaurants) compter entre 15 et 16€ TTC pour déguster une



Aurélié Florian, responsable marketing chez Castel Réunion, et Jean-Philippe Vandercamer, Directeur Général Castel Réunion.

bouteille bien fraîche les pieds dans le sable! Des opérations marketing sont également prévues, que ce soit en grande distribution à travers des jeux concours et des animations/dégustations pour faire découvrir cette gamme aux consommateurs.

Ou encore dans les points stratégiques en CHR à travers des Afters Work ou des soirées. Des vins frais, plaisants, agréables en bouche et rafraîchissants, à déguster de l'apéritif au dessert, avec modération, bien entendu.

Plus de transparence envers ses clients et ses consommateurs

Troisième plus grand producteur de vins dans le monde, le Groupe Castel a développé une place particulière sur les marchés internationaux, dont certains pays sont particulièrement touchés par l'accroissement des contrefaçons.

En partenariat avec l'entreprise tesa scribos, pour répondre à cette problématique le Groupe Castel a mis en place un système complet pour mieux informer le consommateur final et ses réseaux de distribution. Le système Castel / tesa scribos garantit une authentification claire sur chaque bouteille individuelle, en s'appuyant sur des caractéristiques d'identification à la fois visibles et cachées, pour une sécurité et un contrôle démultipliés. Des informations propres à chaque bouteille sont inscrites, à plusieurs niveaux,

sur l'étiquette. Ces données peuvent en partie être lues à l'œil nu, à la loupe ou à l'aide d'un lecteur spécifique. Le code individuel sécurisé dénommé PrioSpot rend toute réplique impossible, cette base technologique n'ayant pu être reproduite depuis 10 ans. La sécurité se trouve directement sur le produit, permettant une vérification immédiate de l'authenticité et un traçage du vin efficace. Les consommateurs, munis d'un smartphone, peuvent procéder à une authentification plus approfondie en scannant le code 2D, et en saisissant les codes de sécurité inscrits sur le timbre de garantie. Si ces codes sont bien valides, la confirmation de l'authenticité de la bouteille s'affiche sur l'écran du smartphone.

Socovoi
SOCIÉTÉ DE CONSTRUCTION DE VÉHICULES DE LOUAGE INDIVI

Équipements frigorifiques

GROUPE GRUAU

Cellule Plywood

Bennes et Plateaux ridelles

DHOLLANDIA

THERMO KING REUNION

LE SPÉCIALISTE DES VÉHICULES INDUSTRIELS

LE PORT : 72 rue Paul Verlaine • Z.I. N°2 • Tél. : 0262 55 90 41 / 0262 42 22 62 • Fax : 0262 42 99 62 / 0262 42 09 31
socovoi@wanadoo.fr thermoking-reunion@orange.fr