

2006, une année PERFORMANTE qui conforte la PROSPERITE de MONCEAU FLEURS

Soumis par fhconseil
05-02-2007

Information presse

ENSEIGNE D’OR 2006 DU RENDEMENT : la concrétisation de la performance Pour Laurent AMAR, PDG du réseau Monceau Fleurs, qui compte près de 120 magasins ouverts à ce jour, cette récompense est la reconnaissance d’une stratégie commerciale particulièrement puissante et inégalée dans le domaine des fleurs et des plantes.

2006 : une ANNEE RICHE en OUVERTURES et le SUCCES Monceau Fleurs qui S’EXPORTE En 2006, le réseau Monceau Fleurs enregistre pas moins de 21 créations de magasins. Paris et la région parisienne totalisent 8 ouvertures, quant à la province, les créations sont au nombre de 11. Les habitants de Calais, Cherbourg, Laval, Montpellier, Nantes, Saint Louis, Saint Nazaire, Strasbourg, Thionville ou encore Toulouse ont pu découvrir leur nouveau magasin Monceau Fleurs. Un deuxième magasin a ouvert ses portes au Luxembourg, le 4 février 2006 à Esch sur Alzette. La première unité du Portugal a été inaugurée le 28 novembre dernier à Lisbonne.

Quant au Japon, les premières ouvertures sont programmées dès le 1er semestre 2007 !

La COMMUNICATION : Monceau Fleurs s’affiche en CAMPAGNE NATIONALE Jusqu’alors coutumier de campagnes axées autour d’opérations locales et régionales, Monceau Fleurs met désormais l’accent sur des campagnes nationales. Avec l’accès aux médias nationaux, la communication du réseau prend une dimension nouvelle et sans égal. Une communication nationale qui renforce la notoriété locale ; chaque campagne étant relayée par tous les franchisés du réseau. Toutes les campagnes ont été déclinées en radio et presse écrite, avec toujours un unique objectif : le trafic clientèle en magasin !