



INFRASTRUCTURES NEOVIA TECHNOLOGIES MONTRE LA VOIE

Localisé sur le parc d'activités des Malines, à Lisses, le groupe Neovia est le spécialiste français de l'entretien courant des chaussées. Il emploie une centaine de personnes et a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires d'environ 17 M€. Créé en 2006 par Éric Gonot qui présentait une évolution des mentalités des grands donneurs d'ordres vers des techniques moins onéreuses de maintenance routière, le groupe s'est constitué autour de deux grands métiers : l'étanchéité des supports de chaussées par pontage de fissures ou par la mise en place d'enrobé coulés à froid (ECF) représentée par NEOVIA Maintenance ; l'adhérence des chaussées par hydro-décapage des bitumes excédentaires représentée par Neovia Technologies. Cette dernière activité, assurée par de très grosses unités d'exploitation (*voir photo*) a été conçue par Neovia en partenariat avec un industriel français. Elle permet de dégommer une piste d'aéroport, d'ôter le bitume excédentaire sur les routes ou d'effacer le marquage routier défectueux.

 + d'infos
www.neovia-tp.fr

COURTEPAILLE PRÉPARE L'AVENIR

250 restaurants, 15 à 20 ouvertures par an... Le secret de la longévité de Courtepaille repose sur un esprit d'entreprise bien ancré. La franchise figure parmi les priorités de la chaîne qui est aujourd'hui à 77 % organisée en succursales. En trois ans, le réseau Courtepaille devrait atteindre 30 % de franchisés. Afin de s'adapter à tous les environnements et optimiser la rentabilité, Courtepaille, dont le siège social est situé sur le parc ICADE à Courcouronnes, a fait évoluer son modèle vers un concept souple et accessible tant aux restaurateurs déjà installés, qu'aux projets situés dans des zones de chalandise plus réduites. Enfin, pour apporter plus de souplesse aux hôteliers, Courtepaille a lancé récemment une offre mêlant service à table et libre-service.

 + d'infos
www.courtepaille.com



STRATÉGIE SOFINCO COMMUNIQUE SUR LES VALEURS DU RUGBY

Sofinco, marque de Crédit Agricole Consumer Finance localisée à Évry, repense la manière de faire son métier et a adopté un nouveau positionnement. Sa nouvelle organisation place le client au centre des décisions avec notamment la création d'une direction de la relation client pour harmoniser et fluidifier le parcours client et d'une cellule en charge de la mesure et du pilotage de la satisfaction client. La marque affiche sa nouvelle stratégie marketing fondée sur quatre valeurs : compétitivité, accompagnement, respect et confiance. Des valeurs proches de celles du rugby, qui ont inspiré la campagne publicitaire lancée en début d'année : pour illustrer son nouveau positionnement, la marque a choisi Frédéric Michalak, joueur international de rugby.

 + d'infos
www.ca-consumerfinance.com