

Dossier de presse



Contacts presse

M-Luce Bozom - 06 15 15 63 20

Michel Jouinot - 06 80 22 39 50

L'Auvergnat Cola

L'**Auvergnat-cola** est né de la volonté de Jean-Philippe Nicolaux, patron de la société Julhes, leader mondial du tripoux, de se diversifier. Après avoir exploré sans succès des marchés de niche, il réfléchit à un produit de consommation de masse, toujours avec une forte attache et une identité régionales, mais sans concurrence locale ou obligeant à de grosses productions aux marges réduites. Il est persuadé que ce type de produit ne peut vivre qu'adossé à une vraie réalité d'entreprise, et ne fonctionne qu'en charge additionnelle vis-à-vis d'une structure de base par le biais d'une économie d'échelle. C'est en vacances en Corse que lui viendra l'idée de l'**Auvergnat Cola**.

L'objectif initial.....

L'objectif est de jouer sur la forte identité régionale des auvergnats, consommateurs ou professionnels de la restauration. Ainsi que sur l'attachement aux racines auvergnates de nombreux parisiens, en particulier les tenanciers de bars et brasseries, successeurs des bougnats auvergnats.

Pour réussir, le lancement de l'Auvergnat Cola ne pouvait se faire que sur le ton de l'**humour**, en jouant sur une **image décalée**, voire complètement déjantée.

20.000 cols -minimum de lancement de fabrication d'un lot- étaient l'objectif minimal de **vente** et l'équilibre financier atteint à **50.000 cols**.

Les cibles concernées par la démarche.....

Dans un premier temps, les cibles commerciales seront régionales -*restaurateurs, grande distribution déjà clients*- et, pour élargir sa clientèle au-delà de celle habituelle des tripoux, les distributeurs de boisson locaux.

Le mécanisme.....

La phase de réflexion, de formulation du cola, de recherche du nom «Auvergnat Cola, Faï Tot Petar miladiu», de conception de la bouteille et de l'étiquette s'est étalée d'octobre à décembre 2008.

La première présentation d'échantillon du produit a eu lieu sur le SIRHA à Lyon et entraîne d'emblée des commandes.

Habituellement calme, le stand Julhes fait l'objet de véritables files d'attentes ! En quatre jours, le premier lot de 20.000 cols est vendu avant d'être fabriqué. Cet emballage entraîne une attente intriguée des consommateurs alors que la production n'a même pas encore commencé.

Le lancement officiel est réalisé pour le Salon de l'agriculture le 25 février lorsque les bouteilles d'Auvergnat Cola arrivent enfin à la consommation.

Journalistes et internautes s'approprient la **présentation humoristique** du produit, son côté rebelle attaché à ses racines et à son territoire, en complète opposition avec l'esprit actuel de mondialisation du marché, tel un **microbe s'attaquant à un géant des sodas**.

Les blogs créés, notamment sur Facebook, sont rapidement très fréquentés.

Pour tous, l'Auvergnat Cola est **comme un grand éclat de rire et de lumière** qui vient égayer une actualité en pleine grisaille entre la crise économique et financière mondiale, la guerre du Roquefort aux Etats-Unis et autres catastrophes ou turpitudes.

En parallèle, un site internet est créé, toujours dans l'humour troisième degré, avec une animation totalement atypique, une possibilité de s'inscrire pour recevoir l'actualité Auvergnat cola et un lien direct

avec Facebook et Twitter : www.auvergnatcola.com.

Objectifs atteints.....

- Objectifs qualitatifs

Alors que l'objectif était de vendre sur la première année le lot initial minimal de 50.000 cols, les ventes ont atteint les 500.000 cols au bout de 3 mois et 750.000 cols après 4 mois. Les premières commandes ont ensuite été renouvelées, ce qui semblait être un signe de début d'habitude de consommation, une fois l'acte d'achat de curiosité passé.

Il faut aussi mentionner la très forte notoriété que l'**Auvergnat Cola** a apportée à Julhes.

Le produit plaît, tant au niveau du packaging et de la communication que du goût. Au-delà de l'effet de nouveauté, il y a un acte de renouvellement de stock très important de la part des distributeurs. Le taux de satisfaction est, de facto, validé par ce réapprovisionnement des magasins qui ne rachèteraient pas un produit à faible rotation.

Emporté par cette vague, l'**Auvergnat Cola a généré une appropriation identitaire** inattendue tant auprès des entreprises, cafés, restaurateurs et brasseurs auvergnats, que des consommateurs auvergnats ou de passage en Auvergne.

Il réveille une **appartenance régionale** cohérente avec le site internet qui est pleinement réalisé en ce sens (*possibilité d'adhérer à des fils de discussion sur Facebook, Twitter, ...*). Jean-Philippe Nicolaux a aussi mis en place différents partenariats soit avec des prescripteurs comme «Les toques d'Auvergnats», association de chefs cuisiniers auvergnats qui ne servent plus que la marque auvergnate de cola, soit avec des clubs sportifs qu'il sponsorise par une dotation en bouteilles.

- Objectifs quantitatifs

La **prévision initiale de 50.000 cols** pour la première année a été **multipliée par 10 en 3 mois**.

Pour mémoire, la production de Breizh Cola est de 5 millions de cols après 7 ans de production et le Corsica Cola de 3 millions de cols.

L'**objectif d'un million de cols par an devenait alors envisageable**.

De fait, le million de bouteilles est atteint dès août 2009 et la production va frôler les 2 millions de cols par an.

Quand Jean-Philippe rencontre Philippe

Devant ce succès, Jean-Philippe Nicolaux décide de séparer la production d'Auvergnat Cola des activités de Julhes. Début 2010, il cède la société Julhes pour se consacrer uniquement à l'activité Auvergnat Cola.

Dans sa stratégie de développement régional, il est à la recherche de partenaires tant pour la production que la distribution.

Après différents contacts sans suite, il rencontre **Philippe Audebert, PDG d'Audebert Boissons**.

A l'évidence les deux entreprises sont complémentaires : Auvergnat Cola a une image et une grande notoriété sur l'Auvergne dans le domaine des «soft drink», Audebert Boissons possède une unité d'emballage et un circuit de distribution en CHR.

Les discussions s'engagent et un accord est rapidement trouvé sur la reprise de la marque Auvergnat Cola par Audebert Boissons en mars 2011.



la saga des volcans

AUDEBERT Jacques, Michel, Marcel, Philippe
Audebert Boissons de père en fils de 1901 à 2011

En 1901, **Jacques Audebert** crée, sur l'actuel site du siège de la société Audebert Boissons, une activité de limonadier et de grossiste en vin. Il va livrer, avec sa carriole et son cheval, les cafés et épiceries, dans un rayon de 15 kilomètres autour de Bort-les-Orgues.

En 1935, son fils **Michel** assure la succession. Il pérennise l'activité de limonadier et de grossiste en vins et y ajoute le conditionnement en bouteilles de verre de bière achetée en vrac. Il commence, avec l'achat d'un camion, à élargir la zone de distribution qui sera portée à plus de 30 kilomètres à la ronde par **Marcel**, son fils, qui prend sa suite en 1960.

La zone de chalandise s'étend jusqu'à Mauriac, Riom-ès-Montagne, Condat. Audebert Boissons va poursuivre sa vie tranquille de bougnat, aussi calme que les volcans d'Auvergne, jusqu' en 1990.

En 1991 arrive à la tête de l'entreprise **Philippe**, dont l'envie d'entreprendre, du haut de ses trente ans, est comparable à l'énergie d'un volcan longtemps contenue et qui est libérée brusquement.

L'entreprise va croître plus vite que le dôme d'un volcan.



Philippe diversifie l'activité en devenant :

- torréfacteur en 1995
- micro-brasseur en 2005 sous la marque déposée Le Bougnat
- producteur de cola en 2009, sous la même marque
- acteur majeur de la distribution CHR sur l'agglomération clermontoise avec la création d'une plateforme au Cendre, en 2001 dans un entrepôt de 7.000 m² dont 3.000 couverts.

En 1996, **Philippe Audebert** fait partie de ces distributeurs de boissons qui ont décidé de prendre leur destin en main en créant CEB (*Centrale Européenne de Boissons*) devenu ensuite CEDIS (*Centrale Européenne de Distribution*) qui deviendra C10 par la suite. Au-delà du simple groupement d'achat, C10 s'est donné les moyens, notamment par une forte augmentation de capital, d'être autonome pour effectuer de la reprise d'activité ou du portage et de devenir un véritable réseau de distribution de boissons.

Aujourd'hui, ce réseau de 180 adhérents, leader de la distribution en Cafés Hôtels Restaurants, assure plus de 35 % des ventes de boissons hors foyer sur toute la France.

Comptoir des Vignes est l'enseigne vins de C10.

Cette mutualisation des achats, des compétences et du stockage permet aux adhérents de C10 d'avoir une carte des vins remarquable tant en qualité qu'en variétés ou en nombre de références en provenance du monde entier.

Philippe Audebert est cofondateur de C10, actionnaire, administrateur et « responsable achat » de la Commission Eaux.

Mais c'est sur la croissance externe qu'il s'appuie pour développer Audebert Boissons.

Entre 1992 et 2001, il procède aux rachats de pas moins de 11 entreprises de distribution ou grossistes en boissons, tissant ainsi une véritable toile sur l'Auvergne :

- **Robert Faure** à Mauriac (15), en 1992,
- **Pierre Delquaire** à Besse (63), en 1994
- **Momaur** à Aurillac (15) en 1996
- **Blanc-Vigouroux** à Aurillac (15) en 1997
- **Sautarel** aux Quatre Chemins (15) en 1999
- **Dalmas** à La Roquebrou (15) en 2006
- **Boisson Diffusion** à Cournon (63), en 2006
- **Café Téo** torréfacteur à St Flour (15) en 2007
- **Elidis La Courtine** filiale de Distribution de Kronenbourg en 2008
- **Bornes** à Salers (15) en 2010
- Et, en 2011, la marque de soda Auvergnat Cola, **Fai tot petar miladiu**



Le kola (*cola acuminata*) Le cola dans le monde

Le kolatier est un arbre de la même famille que le cacaoyer : les Sterculiacées.

Originaire de l'Afrique tropicale de l'ouest, il peut atteindre 25 mètres de haut et son tronc 50 centimètres de diamètre. Il donne des noix contenant généralement, selon la variété, de 2 à 6 cotylédons dont la couleur va du blanc au rouge foncé en passant par toutes les nuances de rose.

Au Cameroun comme au Nigéria, les arbres sont plantés au milieu des plantations de cacaoyers ou de caféiers.

La noix de Kola joue un rôle important dans la vie locale, à la fois social, spirituel et parfois sacré. Elle est consommée fraîche ou fermentée lors de diverses cérémonies dont les mariages, les funérailles et les veillées mortuaires.

Elle fait partie de la dot chez certaines ethnies et **chez les Bamilékés, le Kola est un signe d'amour et d'amitié.**

La noix de Kola contient 2 alcaloïdes : la caféine et la théobromine ; 2 stimulants permettant de lutter contre la faim, la soif, la fatigue. Elle aurait aussi un rôle de stimulation de l'activité intellectuelle et sexuelle. A la recherche d'alcaloïdes, les laboratoires d'industrie pharmaceutique l'utilisent pour la fabrication de nombreux médicaments.

Au XIX^{ème} siècle, elle fut très utilisée à titre thérapeutique sous forme de poudre ou fermentation sucrée.

C'est ce qui donna l'idée à John Pemberton en 1885 de fabriquer un soda : le Coca-Cola.



Pour certains, le véritable inventeur du Coca-cola serait Corse. Angelo Mariani, de son vrai nom Anne-François Sebastiani est né à Pero-Casevecchie en 1838. En 1863, il met au point la recette du «vin mariani», macération de feuilles de coca dans du vin de Bordeaux.

C'est un breuvage tonique, vendu en pharmacie, avec des effets miraculeux contre la grippe, les maux d'estomac, la dépression et les faiblesses sexuelles !!!

Le «vin mariani» connaît, à partir de 1868, un succès mondial grâce au génie commercial d'Angelo qui fait témoigner les people de l'époque : le pape Léon XIII, la reine Victoria, les présidents US Grant et Mac Kinley, des écrivains comme Dumas fils, Edmond Rostand, Emile Zola, Anatole France, Jules Verne, des scientifiques à l'instar de Thomas Edison, et bien sûr de nombreux artistes de chansons, de théâtre et de cinéma naissant.



Angelo développe aussi des outils de marketing moderne, cartes postales, affiches et médailles toutes réalisées par des artistes connues et, à chaque fois, en nombre limité. Des collectors !

Sûr de sa renommée, il ne craint pas les imitations !!!!!

En 1885, un certain John Pemberton, pharmacien de son état, en réalise pourtant une sous le nom de «french wine coca» qui connaît un succès immédiat. La prohibition arrivant la même année, il est contraint de supprimer l'alcool, le remplaçant par du kola, tout en gardant la coca dans la recette : **le coca-cola était né.**

Depuis le début du XX^e siècle, il se fabrique plus d'une centaine de colas dans le monde entier. Outre les deux principaux concurrents mondiaux que sont Pepsi et Virgin, auxquels on peut aussi ajouter Dr Pepper, Afri-Cola, Jolly-cola, RC-Cola, il existe de nombreux colas alternatifs.

Les colas politiques, anti américains, apparaissent dans les pays de l'est dès les années 60, mais aussi à Cuba avec le Tropi-Cola , et au pays de Mao, le China-Cola en 1998 qui représente à ce jour près de 10 % de la consommation interne de sodas de la Chine.

Plus tard sont apparus les colas moyen-orientaux comme le Zamzam-Cola iranien ou le Mecca-Cola, originaire du Moyen-Orient, dont la consommation s'est étendue aux pays musulmans et en Europe.

En France, plus récemment, sont apparus les colas régionaux, enfants de régions à identité culturelle forte : Breitz Cola, Corsica Cola, Elsass Cola, Vendée Cola, Fada Cola à Marseille, Ch'nord Cola, Col'Ardèche, Cat Cola, et Auvergnat Cola.

Régional mais qui a de l'ambition !

Si les autres colas régionaux ont pour unique cible commerciale leur région d'origine, l'Auvergnat Cola a voulu, comme les grands, se lancer à l'assaut de la capitale.

Fort des 3.000 brasseries parisiennes tenues par des auvergnats, sans oublier tous les cafés et restaurants d'Auvergne, il a donc été produit des bouteilles verre à leur intention.



L'Auvergnat Cola : une bouteille en verre pour cafés et brasseries

Les brasseurs et cafetiers ont conservé l'usage de la bouteille verre consignée. Cette particularité de la profession peut s'expliquer par les relations commerciales particulières existant entre les tenanciers de bar et leur fournisseur de boissons. Celles-ci facilitent grandement la logistique de reprise de vide qui se fait lors des livraisons de bouteilles pleines.

Audebert Boissons reste dans cette tradition des brasseurs et possède à Bort-les-Orgues une ligne d'embouteillage de soda avec une laveuse de bouteilles.

Ce système de bouteille verre consignée, s'il est traditionnel, n'en est pas moins moderne, car il est économe en énergie de production et de transport. Donc écologique.

L'Auvergnat Cola en bouteille verre consignée de 33 cl destinée aux CHR, est désormais fabriqué et conditionné à Bort-les-Orgues avec l'eau provenant de la source du Marilhou (15) et le sucre de la sucrerie du Bourdon (63).

Donc 100 % auvergnat.

Alors, **fai tot petar, miladiu.**



Les sodas sans sucre

Par nature, un soda a une saveur sucrée. La mode du «light» a poussé les fabricants à remplacer le sucre par des édulcorants.

Edulcorant : substance d'origine naturelle ou de synthèse donnant une saveur sucrée. Telle est la définition donnée par le Larousse.

Le miel, le sirop d'érable sont des édulcorants naturels. De même que les polyalcools de type sorbitol ou manitol. Les premiers ne sont pas neutres du point de vue calorique et les seconds ont l'inconvénient, outre leur peu de pouvoir sucrant d'être, à faible dose, laxatifs. Les édulcorants utilisés aujourd'hui sont de synthèse et sont assimilés à un fort pouvoir sucrant et un faible pouvoir calorique.

Autrefois réservés aux diabétiques, ils ont actuellement le vent en poupe pour la fabrication de produits dits «sans sucre» -sodas, bonbons, chewing-gum,...- dont l'utilisation est régie en Europe par la directive communautaire 94/35, sous l'appellation Exxx.

La **saccharine** peut être considérée comme le plus ancien des édulcorants de synthèse réellement commercialisés. Sa découverte date de 1879 et sa commercialisation de 1884. La saccharine a fait l'objet de nombreuses attaques comme étant nocive pour la santé et, en particulier, cancérigène. A doses normales, aucune étude n'a démontré un quelconque danger pour la santé humaine. Elle apporta un réel confort aux diabétiques.

L'aspartame, découvert en 1965, est le plus utilisé à ce jour. C'est un dipeptide, composé de deux acides aminés : l'acide L.aspartique et la L-phénylalanine. Cette dernière est estérifiée par méthanol. C'est un édulcorant au fort pouvoir sucrant, 200 fois supérieur à celui du saccharose. L'aspartame, comme la saccharine, a subi de nombreuses attaques. Il semble qu'aucune étude sérieuse n'a pu imputer à l'aspartame de nocivité pour la santé humaine.

En 1976, au hasard de manipulations en laboratoire, on découvre le **sucralose**, dérivé du saccharose par chloration sélective. Il a un pouvoir sucrant encore plus élevé (*400 fois plus que le saccharose*) et permet de donner un goût sucré à très faible dose. Le sucralose subit lui aussi des attaques vis-à-vis de sa nocivité. Là aussi sans aucune étude sérieuse pour le prouver.

Certains pays, comme le Japon ou l'Australie, ont interdit l'usage des édulcorants de synthèse dans l'alimentation humaine. Ils privilégient l'utilisation d'édulcorants naturels comme la **Stevia**. La Stevia est une plante au fort pouvoir sucrant (*45 fois celle du saccharose*) utilisée par les Indiens guarani pour sucrer leurs aliments et fabriquer leurs breuvages médicinaux. Son usage fut interdit aux Etats-Unis dans les années 90, sous le lobbying des multinationales de l'industrie pharmaco-alimentaire telle Monsanto, fabricant de l'aspartame. Elle fut autorisée en tant que complément alimentaire sous la pression de l'opinion publique et de certains pays (Japon,...). Les grands industriels du soda étudient aujourd'hui son utilisation dans leurs boissons. Les enjeux économiques de ce marché des édulcorants sont tels que les grands groupes américains se livrent une lutte acharnée, utilisant tous les moyens pour affaiblir leur adversaire, y

compris le financement d'études plus ou moins sérieuses ou le lobbying politique comme pour la Stevia. Après avoir compulsé toutes les études existantes, **Green Fact**, qui ne peut être taxé de partialité, a reconnu l'innocuité tant de l'aspartame que du sucralose.

L'Auvergnat Cola zéro

Le sucralose a été choisi pour l'Auvergnat Cola zéro pour son pouvoir sucrant plus élevé (*3 fois plus que l'aspartame*) permettant un plus faible dosage, et son apport en calories moins élevé (*1000 fois moins*).

Dans la nouvelle formulation, le sucralose a été associé à de l'acésulfame de potassium. Cette association renforce le goût sucré de l'Auvergnat Cola zéro, le rapprochant encore plus de son aîné, l'Auvergnat Cola.

Cette proximité de goût entre l'Auvergnat Cola et l'Auvergnat Cola zéro a été confirmée lors de nombreuses dégustations à l'aveugle.



La canette, le chaînon manquant

La canette d'aluminium est apparue au début des années 1950. Et plusieurs centaines de milliards de canettes en aluminium seront produites dans le monde en 2011.

Elle est solide, légère (environ 13 à 15 g), compacte, imperméable, sécuritaire, recyclable et n'altère pas les goûts. La canette d'aluminium ne se brise pas et n'explose pas.

Légère et résistante, elle facilite le transport et le stockage.

Facilement recyclable à 100 %, elle est économe en énergie, donc écologique.

L'utilisation de canettes recyclées fait économiser 95 % de l'énergie requise pour la production d'aluminium de première fusion.



Pour l'Auvergnat Cola, c'était le chaînon manquant pour répondre à tous les modes de distribution des sodas.

La canette Auvergnat Cola est destinée aux distributeurs automatiques et à la petite restauration rapide : kébabs, sandwicheries, pizzerias ambulantes, buvettes temporaires sur les fêtes et manifestations sportives ou autres,

Un mariage prolifique

Audebert Boissons fabrique de la limonade depuis plus d'un siècle à Bort-les-Orgues. C'est Jacques, le fondateur, qui avait lancé cette production en 1901.

Au début des années 80, Marcel lance la production de cola et de tonic en grand conditionnement pour les discothèques. En 2009, toujours sur le même site, sous la marque Le Bougnat, Philippe démarre la production de sodas et de boissons rafraichissantes. Sous cette marque, il conditionne de la bière qu'il produit dans sa micro brasserie

Au Bougnat, la bière ; à l'Auvergnat Cola les soft-drink

Le rachat de la marque Auvergnat Cola permet à Philippe Audebert de scinder sa production de boissons en deux marques distinctes. Sous l'étendard Auvergnat Cola, il rassemble l'ensemble de la production de boissons sans alcool :

- ◆ **L'Auvergnat Cola**, fer de lance de la marque au célèbre slogan Faï tot pétar miladiu. Il sera décliné dans toutes les versions de consommation, en grande bouteille d'un litre et demi pour la GMS, en pack de 4 bouteilles de 50 cl ou 6 de 33 cl pour la GMS et la vente à emporter, en canette aluminium pour la vente à emporter et les distributeurs automatiques, en bouteille verre consignée de 33 cl pour les CHR.
- ◆ **L'Auvergnat Cola zéro**, fabriqué avec une nouvelle recette qui le rend plus doux, plus parfumé et encore plus proche du goût de son grand frère aîné. Deux édulcorants sont associés afin de rehausser le gout sucré et le goût de cola.
- ◆ **L'Auvergnat Limonade** poursuit la tradition limonadière d'Audebert avec une recette inchangée depuis 1901.
- ◆ **L'Auvergnat Tonic**, boisson gazeuse dans la plus pure tradition des sodas amers grâce à la pointe de gentiane d'Auvergne (*gentiane fraîche du Parc Naturel des Volcans d'Auvergne*).
- ◆ **L'Auvergnat Thé Pêche**, boisson rafraichissante sans gaz et peu sucrée, aromatisée avec des extraits de thé noir et du concentré de jus de pêche.
- ◆ **L'Auvergnat Thé Vert Menthe**, boisson rafraichissante sans gaz et peu sucrée, aromatisée avec des extraits de thé vert menthe et des arômes naturels de menthe.

Sous la bannière Le Bougnat seront commercialisées les boissons alcoolisées dont les bières artisanales qui sont fabriquées dans la micro-brasserie. Elles sont obtenues par la fermentation de malt d'orge dans des tanks à température dirigée. Ces bières sont pasteurisées et filtrées, conditionnées en bouteilles ou en fûts, sauf la triple uniquement conditionnées en bouteilles.

La bière Le Bougnat se décline en plusieurs catégories aromatisées ou non :

- ◆ Bière blonde
- ◆ Bière blonde à la gentiane
- ◆ Bière blonde de garde
- ◆ Bière blonde au miel d'Auvergne - Bière blonde aux myrtilles d'Auvergne
- ◆ Bière blanche à la pomme du Limousin
- ◆ Bière triple fermentation dont la fermentation se poursuit en bouteille et se conserve plusieurs années.

Le marché de la GMS

Philippe Audebert souhaite maintenir, voire même développer les ventes d'Auvergnat Cola en GMS. L'offre en GMS sera donc plus large avec, en plus de l'Auvergnat Cola et l'Auvergnat Cola Zéro, de l'Auvergnat Tonic, de l'Auvergnat Limonade, de l'Auvergnat Thé Pêche, en grandes bouteilles de 1,5 litre et petites bouteilles de 50 cl (*sauf Auvergnat Tonic*).

Audebert Boissons, major de la distribution CHR en Auvergne

Audebert Boissons, c'est 49 collaborateurs et un chiffre d'affaires de 13,5 Millions d'euros dans les CHR auvergnats où il distribue tout type de boissons, dont une grande partie des produits issus de grandes marques. Son ambition est de commercialiser un maximum de produits de sa fabrication en marques propres.

Audebert distribue 27.000 hectolitres de bière de toutes les grandes marques -dont les siennes-, des soft drink -dont l'Auvergnat Cola- et toute la gamme de soft drink dérivés -sous la bannière «Auvergnat.....»-, ainsi que des eaux plates ou pétillantes, sirops, jus de fruits,.....

Il regrette, en auvergnat pure souche, l'absence d'une marque d'eau plate auvergnate en bouteille verre pour les CHR. Et la nature ayant horreur du vide!!!!!!!

Audebert, c'est aussi une superbe carte de vins au travers de **Comptoir des Vignes**.

Audebert Boissons réalise un chiffre d'affaires de 3 M€ en vente de vins en CHR et espère le doubler dans les années à venir en menant une politique commerciale plus visible sur ce créneau et par l'ouverture de boutiques grand public sous l'enseigne **Comptoir des Vignes** comme il en existe déjà beaucoup en France.

La tradition, ça a du bon !

Audebert Boissons

1 Avenue Le Corbusier - 63670 Le Cendre
6 Rue Jean Moulin - 15000 Aurillac
317 Avenue Gambetta - 19110 Bort-les-Orgues
www.auvergnatcola.com



**Auvergnat
Cola®**
Fait par passion auvergnate !

Boisson gazeifiée à l'arôme naturel
www.auvergnatcola.com

Création et rédaction : Phoebe Communication - www.blog-a-lulu.com - 04 73 263 263