

MALONGO REND HOMMAGE
 A L'IMAGINATION DES ENFANTS
 DES RUES
 DES PAYS PRODUCTEURS DE CAFE.

www.malongo.com

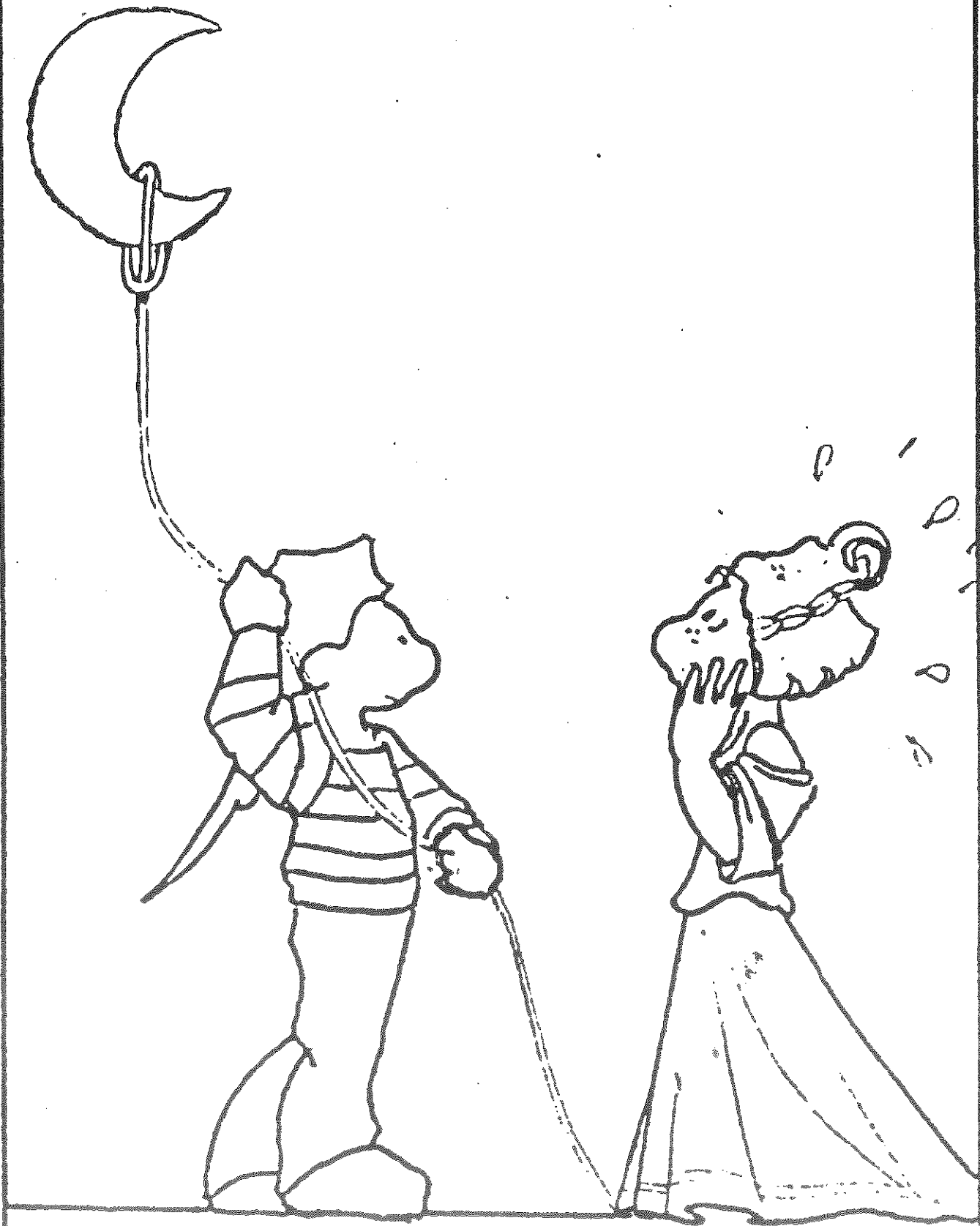
Ancienne «Boîte métal Argent et Jaune»



SOS SOLIDARITE CAFE

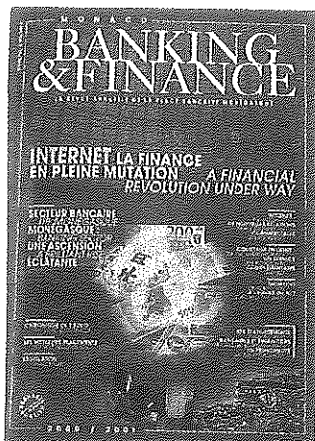
Depuis plus de dix ans, Malongo vient en aide aux populations vivant du café dans les pays producteurs. C'est en Haïti, cette fois, où des milliers d'enfants vivent misérablement, que la machine humanitaire se met en marche. Pour le sauvetage espéré des gosses des rues de Port-au-Prince, Malongo finance des ateliers de sculptures sur métal, notamment celui des boîtes de café, en association avec l'association France Haïti Partage. Avec l'aide du sculpteur haïtien Makingson, les enfants vont apprendre à sculpter ces boîtes, qui seront transformées en jouets et vendues par le torréfacteur dans les Malongo Cafés, les boutiques spécialisées et sur Internet (Malongo.com). Les bénéfices seront ensuite reversés à une association qui œuvre sur place pour améliorer les conditions de vie des gamins. Puisse cette initiative servir de modèle aux marketeurs qui planchent sur la conso «éthique».

DR X 2





Argus de la presse // PARIS
Copie interdite sans autorisation du C.F.C.



REVUE

Le n° 3 de Banking & Finance

Et de Trois ! C'est la troisième édition de *Banking & Finance*, la revue de la place bancaire monégasque, disponible en librairie. Cette publication annuelle, de la société Epi communication, est éditée en version bilingue français/anglais.

Cet ouvrage est un véritable outil d'information et de promotion locale et internationale pour les

établissements bancaires et financiers de la Principauté. Dans cette édition 2000, un thème central a été retenu : "Interne, la finance en pleine mutation".

PRESSE

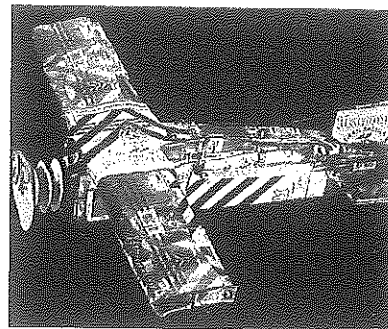
Les CCI en pointe

La presse consulaire occupe une place importante dans la diffusion de l'information économique avec environ 89 magazines à son actif. C'est ce qui ressort des quatrièmes rencontres nationales de ce type de presse qui ont eu lieu le 15 septembre à Nice. À cette occasion, les participants se sont, notamment, interrogés sur le fait qu'elle représente une concurrence ou, au contraire, forme une union avec la presse économique régionale. D'autre part, quelle évolution va-t-elle connaître confrontée aux nouvelles technologies de l'information ? L'accent a été mis sur l'importance des échanges d'expériences lors de ce type d'événement. Ainsi, un portail Internet concernant la presse consulaire va voir le jour sous la protection de l'Assemblée française des chambres de commerce et d'industrie.

CAMPAGNE

Malongo met l'art en boîte...

Les cafés Malongo affichaient une nouvelle campagne publicitaire le mois dernier dans la capitale et ses alentours ainsi que dans le Sud (Perpignan, Montpellier, Nice). À la base, il y a trois boîtes de café Malongo, à l'arrivée il y a une voiture, un vélo et un avion... le tout imaginé par les enfants des rues des pays producteurs de café. Cette campagne hautement symbolique sera suivie par de grands projets humanitaires.



PUB

Les objets de Punch

Il est des entreprises qui croissent, sans faire d'éclat ni de communication outrancière... juste sur leur réputation et sur leur savoir-faire. C'est le cas de Punch et de sa filiale Coup de Poing. Créée en 1983 par Vincent Poisson, cette société niçoise, est spécialisée dans la communication par les objets publicitaires et dans les catalogues d'entreprises. En 1996, Punch réalisait 41 MF de chiffre d'affaires, quatre ans plus tard elle dépasse les 52 MF. Ses clients sont prestigieux, Air France, Reader Digest, La Redoute, le CFO qui, en 1998, demande à Punch de réaliser des sacs pour la Coupe du Monde de Football, et bien d'autres... "Notre métier c'est d'abord la création, 60 % de nos produits proviennent de nos services, assure Vincent Poisson qui ajoute, nous sommes contre le 'repiquage', et nous cherchons toujours de nouvelles idées pour satisfaire les clients."

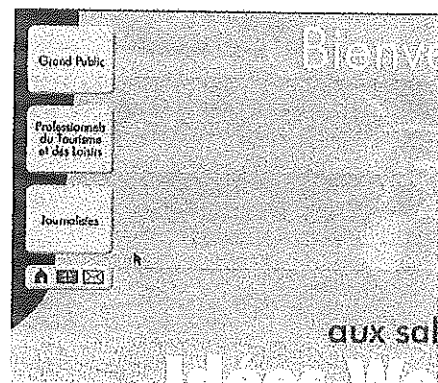
Avec ses 32 employés (dont cinq ont été recrutés cette année) la société dispose de bureau à Marseille, Paris, Lyon et Hongkong. Forte de ses résultats, elle vient de remporter un nouveau marché et non des moindres celui des hôtels Méridien (135 établissements) pour un montant annuel de 3 à 4 MF. Si, la société réalise actuellement 25 % de son chiffre d'affaires à l'export son président n'a qu'un seul regret : "Nos clients sont pour la plupart de grosses sociétés institutionnelles. Nous travaillons en national et même à l'international. Mais nous ne réalisons que 10 % de notre C.A. en local."

SALON

4^e édition d'Idées Week-End

Les 18 et 19 novembre prochains, se tiendra, au Palais des Congrès de Saint-Raphaël (Var), la quatrième édition du salon Idées Week-end, le salon des loisirs de fin de semaine. Pour la première fois un pays est invité d'honneur, il s'agit de la Hongrie.

Cette dernière s'est rendue célèbre pour son thermalisme et ses paysages qui, chaque année, séduisent quelque 250000 touristes en provenance de



Vente et location de propriétés,
Villas de luxe, appartements...
Locations saisonnières

