

À LA UNE



Sur le même bateau par gros temps...

Cette année 2020 est décidément bien complexe. Votre activité a été lourdement frappée par ces deux confinements. Ne pouvant plus venir à votre rencontre, nous avons dû trouver d'autres moyens de rester en contact avec vous.

Ainsi, nous nous sommes parlé au téléphone, nous avons mis en place une veille des mesures gouvernementales et vous avons tenus informés au jour le jour des nouvelles mesures gouvernementales.

Nous espérons que l'autorisation d'ouvrir, intervenue le 28 novembre, vous a permis de retrouver votre clientèle. **Et n'oubliez pas, nous sommes sur le même bateau !**

Dans votre magasin, pour une bonne cause

Voilà quelques années maintenant que nous vous proposons notre opération "Etoile Filante". C'est peut-être le moment de participer à une bonne action.

Des cadeaux pour ceux auxquels la vie n'en a pas fait...

Cette année encore, le père Noël oubliera certains enfants. Qu'ils soient hébergés dans une famille d'accueil, dans un foyer ou en milieu hospitalier, il s'agit de leur offrir des cadeaux.



Comment se déroule l'opération ?

- Vous contactez le foyer ou centre de votre choix. Les enfants ont la possibilité d'écrire ou de dessiner leur souhait de Noël sur une boule de Noël devenue pour l'occasion "Boule de vœux".
- Ces boules décorent le sapin de Noël de votre magasin pendant la période de l'Avent. Un client souhaitant offrir un présent à un enfant choisit une boule dans le magasin et revient avec le cadeau souhaité.
- Les cadeaux sont ensuite remis aux enfants lors d'une manifestation à laquelle vous pouvez convier la presse.

Tout le monde y gagne ! Les enfants bien sûr, mais aussi vos clients qui font une bonne action. Quant à vous, qui exprimez une générosité propre à tisser des liens privilégiés, vous vous affichez comme un acteur sociétal impliqué au sein de votre ville.

VOUS SOUHAITEZ ACCUEILLIR "ETOILE FILANTE" DANS VOTRE MAGASIN ?

GMS vous fournit un kit comprenant :

- 50 boules de Noël,
- 3 Posters,
- 250 publicités format A4 afin que toute l'opération se déroule dans les meilleures conditions possibles.
- un exemple de communiqué de presse,
- Afin de couvrir les frais d'impressions nous demandons une participation de 39 €.

Intéressé ? Contactez votre interlocuteur GMS habituel !

PLEINS FEUX SUR NOS PARTENAIRES

Animer, accueillir, informer dans votre magasin avec Nora Distribution

La décoration des vitrines, l'affichage des prix, l'annonce des soldes et promotions... tout ce qui anime un point de vente, informe et guide les clients : vous êtes chez NORA Distribution. Depuis plus de 44 ans, cette PME familiale, qui se revendique fièrement de l'artisanat, se consacre à la communication visuelle en magasin. Son secret ? A l'écoute de son marché, elle a su évoluer, et intégrer dans sa gamme tous les nouveaux produits attendus par sa clientèle.

Histoire d'une famille, d'une passion, et aujourd'hui, d'une équipe.

1976 : Noacco Omero et Roland Altmeyer, 2 hommes et 4 initiales pour une entreprise

Tout commence par un constat : ces deux collègues constatent que les gondoles métalliques, installées dans les magasins ne sont pas personnalisées ! Où qu'on aille, elles se ressemblent, et mériteraient bien un habillage ! Ils se lancent dans le négoce de petite PLV, principalement des affiches et des glissières.

Les années 80 : NORA Distribution prend son envol

En plus du négoce, Nora accueille une activité de production. Dès 1983, l'entreprise se lance dans la sérigraphie, elle produit d'abord en grande série, puis se met à proposer à ses clients la découpe de lettres, pour davantage de personnalisation de leurs points de vente.

Les années 90 : des univers dans les magasins

A partir de 1993, les magasins s'organisent par thèmes et par univers différents. Bien entendu, NORA Distribution est aux premières loges pour accompagner cette nouvelle tendance notamment avec l'impression numérique. Les procédés de fabrication enregistrent ensuite de gros progrès : alors qu'en 1993 on fabriquait 1 m² de panneau /heure, on en fabrique aujourd'hui entre 200 et 400 m² !

NORA Distribution aura ensuite toujours à cœur de servir ses clients avec des produits d'une qualité artisanale, à des prix ultraconcurrentiels.



RETOUR SUR...

Le salon Crecendo

Le salon Crecendo, a bien eu lieu cette année à Paris, dans le respect des consignes sanitaires naturellement.

Bien sûr, nous avons vécu cette année une édition très spéciale. Cependant, nous avons été ravis de croiser certains d'entre vous, certes masqués, mais au moins... en vrai !



LE MAGASIN

selon Nora Distribution

En tant que professionnel de la surface de vente, NORA saura vous proposer tout ce dont vous avez besoin.

La vitrine est importante, c'est la surface présentée au client avant son entrée dans la surface de vente.

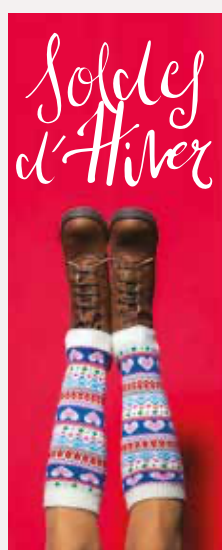
Elle compte beaucoup dans la décision d'entrer dans votre magasin.

Nora propose des présentoirs, et tout ce qu'il faut pour la théâtralisation du produit, ainsi que pour l'annonce des promotions : affiches, chiffres de polystyrène.

Arrivés à l'intérieur du magasin, vos clients ont besoin d'être orientés, informés.

C'est là qu'ils apprécient la signalétique et tout ce qui contribue à faciliter leur parcours :

PLV et ILV, éclairages leds pour les caissons, etc.



Dans le cadre du partenariat entre NORA Distribution et GMS, nos clients bénéficient d'un catalogue dédié.

N'hésitez pas à le demander à votre interlocuteur GMS.

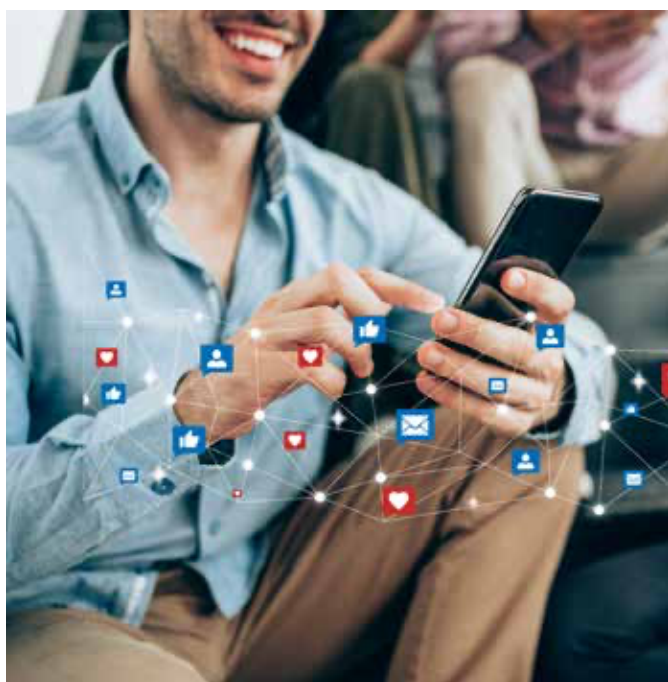
D'ailleurs, les affiches pour les soldes d'hiver sont arrivées !

Vous pouvez passer commande dès maintenant en mentionnant votre N° de client GMS auprès de Bastien MULLER :

bastien.m@nora-distribution.fr

03 88 68 21 49

RESTONS EN CONTACT !



Chez GMS, nous tenons à entretenir le lien avec nos clients. Pour cela, vous savez que différents moyens de communication sont à disposition :

- Nous venons à votre rencontre dans vos magasins : nous allons nous revoir très bientôt, dès que les conditions sanitaires le permettront ;
- Dès que nous avons connaissance d'une information qui peut impacter votre activité, nous vous adressons un communiqué par e-mail ;
- Vous disposez des coordonnées téléphoniques et mail de vos interlocuteurs GMS ;



ET N'OUBLIEZ PAS NOTRE PAGE FACEBOOK, qui, de plus en plus, va nous permettre de communiquer et d'instaurer un nouvel échange entre nous, sur la page elle-même, ou en message privé !

facebook.com/GMSgroupFrance/

UN PEU D'HISTOIRE

(Suite de notre chronique)

Nos ancêtres avaient déjà du talon ! Et voici la suite de notre saga sur l'histoire de la chaussure à talons, nous voici maintenant au début du XX^{ème} siècle.



Fin 19^e et début 20^e

Après la première guerre mondiale, la chaussure à talons devient un élément de séduction, de fantaisie (couleur et hauteur), et un signe d'érotisme.

On danse le charleston et le French Cancan avec des talons, les couleurs se multiplient et les talons deviennent de plus en plus hauts.

Les grands couturiers en font un accessoire de luxe.

Dans les années 30 et 40

Avec l'avènement du cinéma, on imite les grandes actrices en portant des escarpins.

Dans les années 40, en pleine Seconde Guerre Mondiale, les femmes les chaussent le soir, pour aller danser et oublier leurs soucis.

A la fin de la 2^{ème} guerre, elles ont gagné la liberté de s'affranchir des codes tant vestimentaires que sexuels.

Salvatore Ferragamo, Andre Perugia et Charles Jourdan développent un talon d'un genre nouveau : une pointe en métal entourée de plastique.

Cela permet d'avoir une chaussure plus résistante sans pour autant brider l'imagination des créateurs.

Les années 1950

et l'invention des talons aiguilles

Elles marquent un tournant dans l'histoire de la chaussure féminine, puisque c'est à cette époque que sont inventés les talons aiguilles !

Les talons sont passés par toutes les formes et toutes les extravagances ; ils restent un véritable objet de fantasme pour le public, mais aussi une inspiration sans cesse renouvelée pour les créateurs et les artistes !

Roger Vivier, chausseur travaillant notamment pour le couturier Christian Dior, reprend le principe de fabrication en bois, mais y insère une tige de métal au milieu afin de rendre les talons plus résistants, mais aussi plus légers que ceux en acier.

Ces chaussures "terminent la silhouette d'un coup de crayon" dira le créateur.

Le Ministère de l'Économie a mis en place un numéro d'appel unique pour vous renseigner sur les aides d'urgence mises en place :

0806 000 245

Il s'agit d'un numéro non surtaxé, qui vous coûtera le prix d'un appel local. N'hésitez pas à l'utiliser pour vous informer sur :

- Les reports de charges ou d'impôt
- les prêts garantis par l'État,
- le fonds de solidarité,
- l'activité partielle, etc.

Ce service est assuré conjointement par la direction générale des finances publiques (DGFIP) et l'Urssaf.