

# Entre Toits & Noues

Le journal du réseau ATTILA



N° 08 Avril 2016

## À la Une !

Cette citation « colle » bien à l'esprit qu'ATTILA souhaite donner à son Centre de Formation au travers de notre challenge de marque « La défense du Capital-toit » qui nous guide dans notre façon de faire notre métier avec comme perspective d'affirmer ce que nous sommes.

L'ouverture du Centre a eu lieu le 21 mars dernier et son inauguration se tiendra courant juin. Déjà de nombreuses formations se sont tenues et nous ont permis de recevoir différents publics.



Une des premières sessions du Centre de Formation

La formation est un investissement au service des collaborateurs, de la tête de réseau et des agences. Ces dernières années, le regard porté sur la formation a évolué : elle est de plus en

plus considérée comme un investissement, garant à la fois de la pérennité des « entreprises » et du maintien durable des compétences des collaborateurs.

Une tendance se confirme : le « Capital humain » est la principale clé de la croissance. L'investissement en formation permet l'amélioration de la performance RH et s'impose comme un facteur de compétitivité différenciant. La formation a une place essentielle dans la performance des organisations.

L'idée est de concevoir et délivrer des programmes créateurs de richesse, tant pour l'entreprise que pour l'individu.

Le défi consiste à anticiper l'évolution des métiers, des savoir-faire et des savoir-être.

Cette formidable dynamique repose sur une offre de thématiques large et évolutive, des formats pédagogiques innovants, des outils d'évaluation pertinents qui, à la finale, transforment l'acte de formation en enrichissement personnel et professionnel pour chacun d'entre nous.

Le Centre nous permettra d'offrir une même qualité de prestations en lien étroit avec l'innovation en communiquant découvertes et nouveautés. Notre capacité à innover

déterminera notre réussite : identifier les évolutions de métiers, les nouvelles compétences associées et imaginer les modalités de formation les mieux adaptées à nos besoins.

Nous devons cultiver cette innovation par une veille active (à laquelle chacun d'entre nous doit participer), la construction de solutions sur mesure et la recherche permanente de pistes d'amélioration, conformément à nos engagements qualité.

Créons ensemble de la valeur, pour que chacun d'entre nous progresse et atteigne objectifs individuels et collectifs. JLC

«Le plus grand intérêt de la formation n'est pas d'apprendre quelque chose de nouveau, mais de faire mieux que ce que l'on fait déjà» Peter Drucker

## On en parle

### Agences à l'honneur

#### ATTILA Bordeaux Ouest «primée»

Patrick Erissy est un nouveau lauréat du Réseau Entreprendre Aquitaine.

Outre l'obtention d'un prêt d'honneur qui est une aide précieuse lui permettant de consolider son BFR, il a décidé de rejoindre ce réseau pour deux autres raisons.

Tout d'abord, il souhaitait bénéficier d'un réseau d'entrepreneurs de proximité afin de renforcer sa confiance dans son projet et deuxièmement, il désirait devenir un membre actif de cette structure afin de développer ses capacités humaines.

Pour rappel, le réseau Entreprendre Aquitaine soutient les projets de créateurs et repreneurs d'entreprises à potentiel de création d'emploi. Pendant deux années et grâce à l'investissement bénévole de ses adhérents, ce réseau accompagne humainement et financièrement ses lauréats.



JLC

### «Jamais 2 sans 3»

France DABEK « cumule » et vient d'obtenir un 3ème mandat. En plus de ses mandats au Conseil d'Administration FFB du Hainaut et à la Commission Nationale Marchés FFB Paris, France fait désormais partie pour le MEDEF du Comité Régional d'Action Logement (CRAL).

La mission générale de cette instance est de représenter politiquement Action Logement au niveau territorial auprès des entreprises, des salariés, des acteurs de l'urbanisme et de l'habitat, des collectivités locales, des services déconcentrés de l'Etat, dans toutes les instances et/ou dispositifs de concertation.

D'autres missions sont remplies comme le recueil et la synthèse des besoins des entreprises et des salariés dans les principaux bassins d'emploi de la région, la préconisation de toute action susceptible d'apporter une réponse efficiente à ces besoins, la promotion permanente de l'image d'Action Logement auprès de l'ensemble des parties prenantes de la région... Bravo France !



JLC

## L'Édito de Benoît

### 10 années incroyables

Voilà déjà 10 ans que l'aventure de notre réseau a commencé, avec les premiers à me faire confiance Bruno et Valerie - un grand merci à « ces pionniers ».

Cette aventure est juste fantastique, incroyable, enthousiasmante, passionnante.

Comment imaginer qu'en 10 ans le réseau ATTILA :

- Accompanyerai plus de 60 chefs d'entreprises dans leur aventure entrepreneuriale
- Représenterai plus de 400 collaborateurs
- Ambitionnerai 45 millions d'euros de CA en 2016
- Aurai un positionnement grands-comptes
- Ouvrirai un centre de formation
- La liste est très longue...

Cette performance en pleine période de crise économique, démontre l'efficacité d'un groupe qui partage un projet commun : implication de tous au service de chacun ! Merci à vous tous, franchisés, collaborateurs, équipe tête de réseau. Ce résultat est la conséquence d'une implication, d'efforts d'adaptabilité de chacun



10 ANS  
2006 - 2016

d'entre vous chaque jour. Cela nous permet aujourd'hui, de fêter ces 10 ans dans des conditions très favorables pour réaliser de belles et grandes choses dans le futur !

La seule performance est celle qui s'inscrit dans le temps. Ensemble, nous devons relever les défis de demain pour les 10 prochaines années : faire d'ATTILA la marque d'une entreprise de son temps, une référence dans plusieurs domaines :

- Socialement performante
- Économiquement efficace
- Ouverte au partage, à l'échange et transparente tant en interne qu'envers nos clients et partenaires
- Agile sur l'innovation
- Axée sur le service
- À la pointe de la formation...

Pour les 10 prochaines années, l'enjeu pour ATTILA est de passer d'une jeune marque à une marque reconnue et respectée.

Au vu de l'implication des personnes que je côtoie tout au long de l'année et qui constituent notre réseau, je suis très confiant sur notre réussite collective.

Benoît LAHAYE | Fondateur du réseau

## Événements

### Franchise expo 2016 : une édition de qualité pour ATTILA

Cette nouvelle édition de Franchise Expo Paris, qui a eu lieu du 20 au 23 mars derniers, a été un très bon cru avec une large augmentation de la fréquentation de notre stand tout au long des quatre jours par rapport aux années précédentes.

Nous avons rencontré des porteurs de projet très motivés par notre concept, en plus grand nombre avec une hausse de 15% par rapport à l'an passé en ce qui concerne les dossiers de candidature.

De plus, les candidats que nous avons rencontrés sur notre stand étaient déjà très bien renseignés sur notre réseau. Nos participations aux conférences et ateliers organisés pendant Franchise Expo, nos présences dans la presse et le bouche à

oreille de nos clients et de nos franchisés, font grossir notre notoriété d'année en année.

Le salon a été aussi l'occasion pour ATTILA de dévoiler son challenge de marque « La défense du Capital-toit », présentation réalisée autour d'un moment de convivialité sur notre stand le lundi 21 mars au soir, rassemblant de nombreux convives (journalistes, franchiseurs, experts, partenaires, clients...) qui ont découvert par le biais de notre vidéo, notre signature, synonyme de notre ADN et de la cohésion de notre réseau.

Ce fut une très belle réussite nous assurant par la même occasion une notoriété supplémentaire.

JLC



## Histoire d'agence



### Joyeux anniversaire ATTILA Nord !



Nous vivons depuis le 27 Avril 2006, une très belle aventure ! Jour du début de notre activité ! 10 ans déjà, 10 années que notre Ami Benoît nous fait confiance et contribue à notre réussite, et nous le remercions sincèrement pour cela.

En 10 ans il y a eu des hauts, des bas, des bonjours, des au revoir, des pleurs, des fous rires, de bonnes

et belles rencontres... chaque jour est différent, ce n'est jamais simple de gérer une agence, il faut toujours se battre, aller de l'avant et nous sommes très fiers de notre parcours, c'est pour cela que nous avons fêté l'anniversaire de notre agence ce 29 avril en toute simplicité et convivialité, une ambiance de folie a régné tout au long de cette soirée, très appréciée de notre équipe et des conjoints. Rendez-vous dans 10 Ans !

Valérie ANCEL | ATTILA Nord



### ATTILA Saint-Étienne : Champion du Monde !



L'équipe de l'agence de Saint-Étienne a participé à un tournoi de « soccer 5 » organisé par « Acctifs/For-Act », club d'entreprises locales. Le tournoi s'est déroulé les 8 et 15 mars derniers et ce en toute convivialité et bien sûr « dans le respect des règles de sécurité ».

Après leur qualification en demi-finale, l'agence de Saint-Étienne a, s'il vous plaît, remporté le tournoi. Autre victoire, l'ensemble des salariés de l'agence a participé à l'évènement comme joueurs ou spectateurs. Chacune des deux soirées s'est conclue autour d'un buffet champêtre, moments propices aux échanges de toutes natures (sportifs et autres). L'agence ATTILA de Saint-Étienne est attendue de « pieds fermes » l'année prochaine pour « la défense de son Capital-titre ».

JLC

### ATTILA La Tour-du-Pin «fait son show»



L'équipe de la Tour-du-Pin était présente au salon de l'habitat de Saint Clair de la Tour (38110) les 12 et 13 mars 2016. Durant ces deux jours, Bruce RANDON et son assistante Angélique ont pu échanger avec les visiteurs et initier des contacts.

Le stand s'est apparemment distingué positivement des autres. De plus, le camion nacelle de l'agence était stationné à l'extérieur concourant ainsi à la communication globale. Des rendez-vous clients ont été pris, l'image de l'agence en local boostée... de belles perspectives à venir.

JLC

### Les agences IDF «en campagne»

Les agences de l'île de France ont participé au salon des maires IDF les 12, 13 et 14 avril derniers.

Un stand dédié à la présence attilienne a occupé les lieux pendant ces 3 jours et a été un cadre référent pour nouer des relations et générer des échanges entre élus et gérants.

Plus de 20 000 visiteurs sont venus fêter les 20 ans d'un salon qui démontre le volontarisme des maires d'île de France et de son association, l'AMIF.

Une campagne e-mailing d'invitations avait été routée auprès de 550 contacts de la base afin de générer du trafic sur le stand Attilien. Les retombées commerciales ne se feront certainement pas attendre... À suivre.

JLC



# Au coeur de nos valeurs

### La vision 2016 : priorité donnée à la sécurité, l'harmonisation et la proximité.

Nous poursuivons notre développement avec une croissance maîtrisée. Cependant, la pérennité du réseau est essentielle. Pour l'accompagner, les fondamentaux que sont la sécurité, l'harmonisation et la proximité sont primordiaux.

- La sécurité avec le respect des règles, son management auprès des équipes, les plans de formation... Elle est un gage de qualité et une démarche de progrès constante.

- L'harmonisation qui prend sa véritable dimension dans le respect des préceptes, les relations aux équipes, les outils,

### Point réseau

### Le réseau ATTILA à « huit clos »

Le premier quadrimestre 2016 « s'est clos » avec l'ouverture de «8 nouvelles agences» au sein du réseau : Yvetot-Barentin, Dijon Ouest, Roanne, Sète-Agde, Lanester, Saint-Germain-en-Laye, Vitrolles et Orly. Parmi eux, Frédéric GOFFIN et Nicolas LEGENDRE ouvrent leur seconde agence : excellente nouvelle qui souligne la bonne santé du réseau.

ATTILA compte désormais 63 agences et intensifie donc sa présence sur le plan national. Nous souhaitons à ces nouveaux et anciens gérants tous nos vœux de réussite. JLC



Arnaud Peyrusse-Dionisi (Yvetot Barentin)



David Bailly (Dijon Ouest)



François Cossard (Roanne)



Guillaume Blaise (Sète Agde)



Thierry Dardel (Lanester)



Philippe Catherine (St-Germain-en-Laye)



Frédéric Goffin (Vitrolles)



Nicolas Legendre (Orly)

### «Le meilleur manager est celui qui sait trouver les talents pour faire les choses, et qui sait aussi réfréner son envie de s'en mêler pendant qu'ils les font» Theodore Roosevelt

Le séminaire gérants 2016 s'est déroulé les 10 et 11 mars en région parisienne. Le thème de l'évènement : le Management. Savoir mieux vivre son quotidien en tant que manager, savoir maîtriser la force de son développement, autant de thèmes précis abordés lors de ces deux journées.

Le programme de ce séminaire fut une fois de plus soutenu. Après une prise de parole de Benoit LAHAYE, le bilan de l'année 2015 dressé avec ses temps forts, la thématique du Management fut introduite. Ce thème est essentiel et démontre que c'est un processus complexe au niveau de la structuration et de l'organisation des agences, avec notre réseau constitué d'une pluralité importante d'entreprises.

A chaque organisation, à chaque projet, correspondent des sujets de management où le facteur temps, la disponibilité et les ressources humaines sont prépondérants. Il s'en suivit une présentation des Grands-Comptes, des

objectifs 2016 et la synthèse des tables rondes des séminaires des chargés de clientèle et des TTA.

Après le déjeuner, un des temps forts de ce séminaire fut l'intervention de Claude ONESTA, entraîneur national de l'équipe de France de Hand-ball. Ce dernier, au travers de son expérience sportive, mit en exergue les fondamentaux du management d'équipe sportive faisant ainsi le lien avec le monde du travail et plus précisément avec notre réseau. Cette intervention fut extrêmement remarquée par sa qualité, son contenu et l'ensemble des exemples significatifs présentés. Ensuite, une autre forme de management celui à la sécurité fut abordée avec l'intervention de la société Fullmark. Après l'effort, le réconfort : la soirée débuta avec le « lancement



en live » du nouveau site Internet du réseau et se poursuivit avec un dîner rythmé au gré d'animations.

Le lendemain fut tout aussi studieux que la première journée avec des groupes de travail autour de différentes thématiques.

Dernier volet de ce rassemblement : le management de la proximité et le bien-être des collaborateurs, autre volet du management, tout aussi important au quotidien.

Le séminaire prit fin en milieu d'après-midi, le vendredi, concluant ainsi une « immersion » dans le monde du management avec ses nombreux pans.

Autant de pistes de réflexion concrètes et utiles pour le bien et l'épanouissement de toutes et de tous au sein de notre réseau.

JLC

## Assistant(e)s avec un grand A

### Site Internet : blogs agences «les 7 règles d'or»

- 1) Mettre un titre à l'article avec des mots clés + une localité.
- 2) Ranger l'article dans la bonne catégorie (vie du réseau ou chantiers/interventions).
- 3) Renommer les images sur votre ordinateur avant de les intégrer sur le site Internet.
- 4) Vérifier que vos images sont bien en jpeg et non en png.
- 5) Remplir les champs images «Alt Text» et «Title Text».
- 6) Créer des liens internes et externes en cohérence avec votre contenu.
- 7) Renseigner le bloc « Meta » (Title, Description et Keywords).

Pour tout complément d'information, contactez le service Marketing.

Fabien KERAGORET | Chef de Projet Digital



# Vie de terrain

## Chargé(e) de Clientèle et de peps

### ■ Séminaire 2016

Le début de l'année 2016 (21 et 22 janvier) fut marqué par le nouveau séminaire « chargés de clientèle ».  
Son objectif : créer un moment de cohésion, appréhender l'avenir du réseau et participer à son élaboration pour que chacun s'approprie la marque afin d'en être garant.  
Il est nécessaire de comprendre que nous intervenons sur un nouveau métier qui reste à structurer. Cette structuration ne sera possible que si des thématiques comme la sécurité, la proximité et l'harmonisation sont assimilées, maîtrisées et travaillées au quotidien.  
Elles sont les clés de la cohésion, de la motivation et de

l'efficacité des équipes et par conséquent du réseau.  
Agir sur les comportements, renforcer l'implication de chacun, mieux se comprendre, trouver des solutions ensemble... autant de sujets évoqués et travaillés pendant ces deux jours avec au sommaire : descente d'informations, partage, échanges, communication, remontée d'informations, tables rondes et ateliers... mais aussi détente.  
Les journées furent très riches... et très « vivantes » avec le jeudi soir, un dîner agrémenté d'une animation digne des plus grands shows hollywoodiens « avec des acteurs au maximum de leur forme » et la matinée du 22 avec l'activité de teambuilding à l'espace Koezio à quelques mètres de notre point de chute.  
Un séminaire une fois de plus réussi.

JLC



## Couvreurs à l'œuvre

### ■ 1er séminaire couvreurs

La fin 2015 a été soulignée par un événement fort : le 1er séminaire couvreurs de l'histoire Attilienne. Plus d'une centaine d'entre eux était au rendez-vous en région parisienne sur une période de deux journées courant novembre.  
Ces deux jours furent l'occasion de cimenter la cohésion, de participer au sens de l'histoire, d'impulser un nouveau métier...  
Au rendez-vous : déclinaison de notre organisation et de la marque, de ses principes, présentation des services supports et des chiffres majeurs, exposition du fonctionnement en réseau, tables rondes... le séminaire s'est déroulé suivant un rythme soutenu.

L'intelligence collective, le modèle participatif et collaboratif ont été omniprésents lors des ateliers de réflexion et de partage. La thématique centrale « Qu'est ce qui est différent chez Attila, qu'est ce qui nous différencie de nos confrères ? ». Les sujets développés furent les suivants : la sécurité, la relation clients,



l'image de marque, la technique et la politique managériale. Les résultats ont été au-delà de toutes les espérances tant les éléments différenciants étaient nombreux et pertinents et les axes d'amélioration extrêmement perspicaces.

Et pour récompenser ces moments studieux, deux espaces de détente : le dîner du jeudi soir avec des jeux où l'ardeur, la chaleur, l'excitation et l'entrain ont régnés et le lendemain, un challenge cérébral et sportif où la cohésion d'équipe était de mise.

Que de souvenirs... à partager

JLC

l'adhésion au challenge de marque... Elle renforce notre image de marque.

- Enfin la proximité, véritable ADN de notre réseau participatif et collaboratif, doit nous habiter au quotidien, tête de réseau et agences confondues, afin de renforcer les valeurs qui sont le socle de notre enseigne.

Nous sommes en route pour devenir le référent dans la maintenance de la toiture à l'horizon 2020. Charge à nous d'emprunter ce chemin de la meilleure des façons toujours guidés par cette vision reposant sur la sécurité, l'harmonisation et la proximité.

Benoît Lahaye



APPLICATION  
CAMPAGNE DE SENSIBILISATION  
À LA SÉCURITÉ

## La sécurité

### ■ La formation FULLMARK

C'est avec succès que la formation animée par Bénédicte notre coach a été accueillie. Les formations ont eu lieu :

- 18 avril Montargis pour les régions Centre et Ile de France
- 19 avril Beauvais pour la région Grand Nord-Ouest
- 25 avril Nantes pour la région de l'Ouest
- 26 avril Bordeaux pour la région Sud-Ouest
- 27 avril Macon pour la région Grand Nord-Est
- 28 avril Chasse sur Rhône pour la région Est
- 29 avril Montpellier pour la région Sud-Est

**Fullmark**<sup>®</sup>  
since 1966

La première campagne sécurité nationale ATTILA va commencer le 2 mai 2016, nos supports communs seront un facilitateur de mise en application. Cette démarche axée sur le comportement de l'individu (car il n'y a pas de thème sur l'opérationnel) est le commencement d'une autre façon d'animer la sécurité dans son entreprise.

En juin commencera l'accompagnement collectif en agences.

Jacques CLERC | Directeur Technique

### ■ Animation Technique du 15 décembre 2015 de la société DIMOS à Ancenis



Thomas Alligier, François Boucher, Jacques Clerc, Marc Fontaine. Loïc Jauneau et Patrick Prel étaient présents à cette journée.

L'objectif de cette visite était de comprendre l'intérêt d'un éventuel partenariat avec DIMOS concernant le matériel de la protection collective et individuelle, du petit outillage et des machines de chantier.

Nous avons visité l'usine de fabrication des crochets ardoise, ensuite nous sommes allés voir le matériel E.P.C (garde-corps et filet périphérique, ancrage, stabilisateur d'échelle, sécuriplac etc.) et enfin, nous avons eu une présentation de la gamme petit outillage.

**dimos**<sup>®</sup>

Les démonstrations :

L'utilisation des machines d'atelier et de chantier (plieuses, boudineuses, cisailles-guillotine, rotalame etc.).

La mise en place du matériel sécuriplac et des garde-corps périphérique avec filet antichute.

Suite à cette visite nous allons lister nos besoins en matériel-outillage.

DIMOS c'est aussi un support de communication auprès des professionnels et cela serait une opportunité pour véhiculer l'image ATTILA.

Jacques CLERC | Directeur Technique

### ■ Animation Technique du 7 janvier 2016 de la société DRONE VOLT

Les informaticiens Geoffrey Boeuf et Christophe Payen et le service technique, Thomas Alligier et Jacques Clerc, étaient présents pour cette journée.

L'objectif de cette rencontre était d'étudier l'apport en sécurité pour les gérants et les chargés de clientèle dans la réalisation des métrés, des rapports de visite et des diagnostics de toitures, ainsi que de rester à la pointe du progrès.

Nous avons reçu les informations sur la réglementation à suivre pour l'utilisation des drones.

**DRONE VOLT**<sup>®</sup>

Nous allons rencontrer prochainement deux entreprises prestataires de drones, afin de proposer aux gérants le choix d'investir ou de faire appel à un fournisseur extérieur pour cette prestation.

Jacques CLERC | Directeur Technique





## Technique

### Animation Technique du 8 décembre 2015 de la société ABBA

François Boucher, Didier Caillerie, Jacques Clerc, Xavier Forestier, Marc Fontaine, Guillaume Gressin, Loïc Jauneau, Christophe Pasquet, Patrick Prel étaient présents lors de cette journée à Saint-Léger-sous-Cholet.



pour comprendre le processus et l'action des produits sur les mousses, lichens et différents champignons sur les toitures. Les photos nous démontrent l'évolution et l'efficacité des différents produits ABBA appliqués dans les conditions préconisées. Des échanges s'en sont suivis sur des retours d'expériences. Ensuite nous sommes retournés à l'usine pour une démonstration de l'utilisation du matériel de pulvérisation.

Cette visite très constructive est à renouveler dans d'autres secteurs géographiques.

Jacques CLERC | Directeur Technique

L'objectif était de comprendre l'évolution d'un traitement anti-mousse sur la toiture. Nous avons visité l'usine de fabrication avec ses trois zones qui correspondent aux grandes étapes :

- 1) la fabrication
- 2) Le stockage en cuve
- 3) Le conditionnement

Ensuite nous sommes allés en salle de réunion

## Marketing

### ATTILA tisse sa toile

Le 10 mars dernier, lors du séminaire gérants, le nouveau site Internet ATTILA a été ouvert « au public ». La volonté qui a animé ce dossier était de dépasser la notion de « site vitrine » et de proposer un site qui soit un véritable outil marketing, communicant, interactif et commercial au travers d'une plateforme de communication digitale répondant aux standards actuels.

Plusieurs objectifs ont été assignés à cet outil : gagner en notoriété, générer du trafic entrant pour les agences, mutualiser la communication via un site unique, présenter la marque ATTILA comme un apporteur de solutions dans le domaine de la toiture, être LE référent dans la maintenance des toits... Il faut que chaque internaute, suivant ses besoins, ses attentes, puisse trouver une réponse à son questionnement, qu'il soit prospect, client, prescripteur ou simple visiteur.

Sur le plan du concept créatif, visuel et rédactionnel, le site doit aussi provoquer un intérêt immédiat, donnant l'envie de le parcourir tout en laissant une trace dans les mémoires. Enfin dans le domaine de la stratégie de communication, le nouveau site doit assurer de la visibilité, favorisant l'expérience client (qui est de plus en plus nomade) avec une réponse en « responsive design » (qui s'adapte à tous les supports de lecture).

Le nouveau site a été développé pour qu'il soit plus ergonomique afin d'améliorer l'expérience client, segmenté par type de « profils clients » d'une part et par univers « métiers/prestations » d'autre part.

Un internaute doit pouvoir trouver une réponse pédagogique à ses questionnements et obtenir une information claire sur les services et solutions que nous lui proposons. C'est pourquoi le site a été conçu pour répondre aux attentes des internautes selon leur profil.

Un travail de référencement en amont permet aux internautes d'accéder au site via différentes pages et en faire ainsi un site multi-entrées. Avec une optimisation en référencement naturel puissante qui permet de quadriller au maximum les expressions et mots clés liés au domaine la toiture, le site

ATTILA mise sur le long terme.

Le nouveau site se veut aussi plus informatif, dans un univers où chaque expression technique revêt une importance primordiale, un glossaire technique est à la disposition des visiteurs. Soucieux de répondre aux attentes des internautes en termes de compréhension sur nos services, de leurs questionnements dans le domaine de la toiture, de l'implantation de nos agences..., l'arborescence du site a été totalement refondue. Pour plus de proximité avec les clients, chaque agence ATTILA dispose d'un espace dédié afin de présenter ses actualités et les dispositifs techniques qu'elle propose.

Nos clients ne perçoivent pas toujours l'importance que représente la bonne santé de leur toit. C'est pourquoi, à travers des rubriques très pédagogiques, nous leurs démontrons que la défense et la protection de leur capital-toit font partie de notre ADN et doivent être pris en considération. Il en ressort un contenu conséquent, alliant quantité et pertinence d'un point de vue internaute, au travers de textes, documents techniques, photos, illustrations, animations et vidéos (vidéo de « la défense du capital-toit » par exemple), autant d'ingrédients qui démarquent le site de notre enseigne des autres sites existants.

Au 21 avril 2016, les premiers résultats sont plutôt encourageants. Depuis son lancement, sur la même période par rapport à 2015, le site a généré + 51% de trafic (en sachant qu'il y a toujours

un déficit conséquent de référencement lors du passage d'un ancien site à un nouveau site, les performances sont donc tout à fait honorables). Bonne nouvelle, 62% du trafic global provient du référencement naturel (SEO) sur lequel l'accent avait été principalement mis lors de la réalisation du site. Candidatures spontanées (14), demandes de renseignements et demandes de devis pour les agences (24), première position du site pour certains mots clés (diagnostic toiture...), blogs des agences qui commencent à être enrichis...là encore les résultats sont plutôt prometteurs.

Un grand merci aux agences pour leur contribution et aux services supports avec une « mention spéciale » au service technique.

JLC

## Grands-Comptes

### ATTILA au contact des plus grands



ATTILA était présent le 11 avril 2016 au GALA de L'IMMOBILIER 2016 de L'AGORA des directeurs Immobiliers à Paris.

Les plus grands décideurs de l'immobilier de France étaient présents dont certains clients ATTILA.

Notre ambition de 1er réseau national de maintenance de toitures s'est légitimée à cette occasion, grandie par la présence de Benoît Lahaye.

Cette stratégie d'être présent dans ce réseau « select » construira dans le temps la notoriété de notre Marque et notre réseau.

Le concept de défense du Capital-toit s'inscrit également auprès des grandes entreprises.



Notre cible était d'établir le contact avec la société REXEL qui possède plus de 600 bâtiments en France. Chose faite, nous allons mener la démarche avec Jérôme très prochainement.

La prochaine étape sera notre participation au GALA des Directeurs des Achats et Frais Généraux le 1er juin 2016 à Paris. C'est une étape supplémentaire importante dans le développement de notre Marque.

Florian MEUNIER | Directeur Grands-Comptes

## JEU DE LOGIQUE

«La créativité, c'est l'intelligence qui s'amuse» Albert Einstein.  
Quelques énigmes pour travailler sa créativité...  
JLC

- 1 Un bûcheron, nommé Jacques, met une minute pour scier une bûche. Combien de temps sera nécessaire pour couper une bûche en 10 morceaux ? **A 3 minutes - B 6 minutes - C 9 minutes - D 10 minutes**
- 2 Julie peut deviner le nombre auquel vous pensez. Choisissez un nombre N ; multipliez-le par 2 ; ajoutez 10 au résultat ; divisez le résultat par 2 ; soustrayez au résultat le nombre N du départ ; pensez très fort au résultat obtenu... Julie dit « Vous pensez au nombre 5 » **Quel est le secret de Julie ?**
- 3 Pour Pâques, Christine a reçu 3 ballots de chocolats. Le premier ballotin contient 60 chocolats de plus que le troisième et le deuxième contient 6 chocolats de moins que le troisième. Il y a 150 chocolats en tout. **Quel est le nombre de chocolats dans chaque ballotin ?**
- 4 Céline est étourdie, elle a oublié le code de sa carte bleue. Mais elle a toujours sur elle une petite note sur laquelle figurent des indices :  
1) Le code est composé de quatre chiffres « modu » (m=milliers ; c=centaines ; d=dizaines ; u=unités).  
2) La somme des chiffres qui composent le code est égale à 13  
3) Le chiffre des milliers est le double de celui des unités  
4) Le chiffre des centaines est le triple de celui des dizaines  
**Pouvez-vous aider Céline à retrouver le code de sa carte bleue ?**
- 5 Florian aime jouer au tennis. Son partenaire préféré est le frère unique de la fille unique de son beau-père. Qui est son partenaire de tennis ? **A Son cousin - B Son beau-frère - C Son oncle - D Son neveu**
- 6 Indiquez l'intrus parmi les mots suivants : **Aplomb - Dard - Remords - Sort - Melon**
- 7 Quel est l'intrus ? Attention seules les sonorités comptent...  
**A Esopo reste ici et se repose - B Engage le jeu que je le gagne - C Emile et son nouveau pull elime - D Elu par cette crapule - E Et la marine va venir à malte**
- 8 Quel est l'intrus ? **A Corps - B Malade - C Calendrier - D Manger - E Meuble**
- 9 Quel est l'intrus dans la série suivante ? 58CT - 74SE - 32TX - 25VQ - 91QG - 63SS  
**A 58CT - B 91QG - C 74SE - D 63SS**
- 10 Quel est l'intrus parmi les nombres suivants ? **A 87 - B 441 - C 169 - D 625 - E 49**

1. Il faut une minute à Jacques pour une coupe donc il faudra 9 minutes pour 9 coupes qui donnent à la finale 10 morceaux. Réponse C.  
2. Modifions l'énoncé de Julie : soit N le nombre entier choisi au départ. Les opérations successives donnent : N -> 2N + 10 -> (2N + 10) / 2 -> N + 5. Le résultat final est alors égal à N + 5. Quel que soit le nombre choisi au départ, le résultat est toujours égal à 5.  
3. Si on appelle N le nombre de chocolats que contient le 2ème ballotin, les données indiquent que le 1er ballotin contient N+60 chocolats et que le 3ème ballotin contient N-6 chocolats. De plus, on sait qu'il y a en tout 150 chocolats donc : N+60+N-6+N = 150 -> 3N+54 = 150 -> 3N = 96 -> N = 32. Il y a donc 32 chocolats dans le 2ème ballotin, 60+32 = 92 chocolats dans le 1er et 32-6 = 26 chocolats dans le 3ème.  
4. Notons N = mcdm le code de Céline, avec m millier de 0. Les indices permettent d'écrire : m+c+d+u = 13 ; m = 2u ; c = 3d. En remplaçant m et c par leurs expressions en fonction de d et u, dans la première équation, on a donc : 2u + 3d + d + u = 13 -> 3u + 4d = 13 avec u et d des chiffres compris entre 0 et 9. La solution u = 3 et d = 1 convient, les autres valeurs possibles pour u et d ne conviennent pas.  
5. Son beau-père est le père de sa femme. Son partenaire de jeu est le frère de son épouse, donc son beau-frère. La solution est donc 6313.  
6. La première et la dernière lettre de chaque mot se suivent dans l'alphabet sauf dard. L'intrus est dard.  
7. « Emile et son nouveau pull Elime » est la seule phrase qui ne soit pas un palindrome, c'est-à-dire un groupe de mots qui peuvent être lus indifféremment de gauche à droite ou de droite à gauche. L'intrus est la réponse C.  
8. Tous les mots sauf « calendrier » peuvent former un mot composé avec « garde » : garde-corp (rampart), garde-malade (soignant), garde-manger (armoire) et garde-meuble (entrepôt). L'intrus est la réponse C.  
9. Les deux lettres correspondantes à la première et à la dernière lettre de chaque mot sont : 58 (cinquante-huit), CT : 74 (soixante-quatorze), SE, etc. pour 91, (quatre-vingt-onze), les lettres devraient être inversées. La solution est la réponse B.  
10. Tous les nombres sauf 87 sont des carrés parfaits : 441 est le carré de 21, 169 celui de 13, 625 celui de 25, et 49 celui de 7. L'intrus est la réponse A.