

RAYONNER

LAUSANNE

Responsable des marchés
de l'Europe centrale
et de l'Europe de l'Est

N°1 de la vente de produits culturels par abonnement en Europe.
Une créativité produits sans égale dans tous les types de produits vendus par abonnement, que ce soient des produits culturels ou des consommables comme la lingerie...
Une gestion multi-pays et multi-langues dans 16 pays européens et dans 15 langues.
Une pratique internationale du Direct Marketing.

Nouveau départ vers de nouveaux succès

La société mère, à l'origine «Les Éditions Rencontre» était l'un des leaders de la diffusion du livre en Europe. Après la cession en 1976 de sa clientèle française, représentant les trois quarts de son activité, à la Guilde Internationale du Disque, le site lausannois a dû s'orienter vers les autres marchés européens. Le rayonnement en toutes directions fut rapide, d'abord sur les marchés francophones puis successivement dans les pays de langue allemande, néerlandaise, scandinave, ainsi que dans les pays de l'Est. Des investissements pertinents et une grande maîtrise de l'édition internationale ont permis aux Éditions Atlas Suisse de réussir leur expansion en respectant toujours leurs critères de qualité, basés sur une idée forte, novatrice et créatrice, celle qui devance les désirs d'un public culturellement contrasté et très homogène en terme d'exigence.

Comprendre toutes les nationalités pour mieux les servir

Comprendre chaque client, lui offrir un service adapté à ses aspirations, être disponible et ouvert à la diversité, apprendre sans arrêt pour être plus efficace, plus disponible, voilà le challenge indispensable que les Éditions Atlas Suisse ont dû remporter pour faire face à la diversité de ses marchés. Ce service est effectif et fonctionnel à tous les niveaux de l'entreprise, à l'image de son département Clientèle qui s'applique à répondre à toutes les demandes en français mais aussi en allemand, néerlandais, suédois, finnois, russe, tchèque.

L'art de rayonner

Fortes de ces acquis et toujours dans un esprit de conquête, les Éditions Atlas Suisse continuent de développer le potentiel extraordinaire des nouveaux marchés comme des nouveaux produits. Le succès rencontré par les lignes de lingerie a incité à plus d'audace dans le domaine des produits «consommables» et mené à la création en 2003 de Provéa, une nouvelle société dédiée aux produits hors édition qui comprend les marques *Miriale International*, *Tono International* et *Provéa Vita*; cette politique est menée dans la perspective d'aller au de là des frontières de l'Europe.