

### Économie

#### Bodet Software vise un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros

PAGE 8

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 2 septembre 2015



### ► **Economie.** Bodet Software vise un chiffre d'affaires de 30 millions d'euros cette année

**Bodet Software affiche une belle dynamique commerciale. A la fin de ce premier semestre 2015, l'éditeur choletais de solutions de gestion des temps et des ressources humaines, enregistre une croissance de 12 % de ses ventes.**

« Aujourd'hui, nous sommes bien identifiés sur le marché. Notre offre, adaptée et performante, répond à tous les besoins des grandes entreprises. Elles sont ainsi de plus en plus nombreuses à nous faire confiance », explique Eric Ruty, directeur général de Bodet Software. De plus, l'activité SIRH (système d'information de gestion des ressources humaines) est en plein développement auprès des PME. L'éditeur affiche une croissance de 25 % sur cette offre. Autre vecteur de croissance : l'export avec la conquête de nouveaux marchés en Afrique subsaharienne notamment.

#### **L'innovation au cœur de la stratégie**

Bodet Software, qui compte 35 000 clients dans le monde, tire son épingle du jeu grâce à

sa capacité d'innovation. Lancé en juillet dernier, le nouveau terminal communicant, Kelio Visio X7, a reçu un excellent accueil. « Nous avons déjà réalisé à ce jour une cinquantaine d'installations notamment au sein du Groupe M6. Ce terminal améliore la compétitivité de notre offre Gestion des Temps sur un marché très concurrentiel et qui continue de s'internationaliser. L'innovation est prépondérante dans notre stratégie, c'est dans l'ADN du groupe Bodet. Nous consacrons 14 % de notre chiffre d'affaires au développement de nouveaux produits logiciels et matériels ».

Pour 2015, Bodet Software s'est fixé comme objectif d'atteindre les 30 millions d'euros de chiffre d'affaires. « Nous sommes sur une tendance de croissance de 9 % pour la fin de l'année alors que nous avons initialement prévu une croissance de 5 % », confie le directeur général. La société, qui rassemble à ce jour 255 collaborateurs, prévoit le recrutement de 10 personnes d'ici la fin de l'année pour des fonctions « support utilisateurs et intégration. »

Le Courrier de l'Ouest – Mercredi 2 septembre 2015





## Bodet

### Une antenne en Malaisie

Le spécialiste choletais de mesure et gestion du temps renforce sa présence sur le continent asiatique - où il compte 65 distributeurs - avec l'ouverture d'une antenne à Kuala Lumpur et le recrutement d'un ingénieur d'affaires. Le groupe Bodet emploie 650 collaborateurs en France et à l'étranger et réalise un chiffre d'affaires de 66 millions d'euros sur 2014 dont 20 % à l'export. Elle dispose de 5 filiales en Europe, d'un bureau à Dubaï depuis 3 ans et d'un réseau de plus de 500 agents et distributeurs dans le monde.

*Le Journal des Entreprises n°341 – Septembre 2015*

#### **7. LW&ASSOCIÉS, PARTENAIRE DU CHOLET BASKET ENTREPRISE**

# LWA

LW & ASSOCIÉS



### **WILLIAM DAVID**

Il succède à Didier Suteau à la présidence du Centre des jeunes dirigeants de Cholet. Âgé de 43 ans, William David dirige le cabinet de conseil en gestion de patrimoine LW & associés, basé à Cholet. Entré en 2010 à la section de Cholet (53 membres), William David prendra ses fonctions mi-septembre.

*Le Journal des Entreprises n°341 – Septembre 2015*





**SUPER U**  
Cholet Arcades Rougé

**G STAR RAW**

# Internet devient l'allié des commerçants de Cholet

Les commerçants et artisans contre-attaquent. Ils veulent s'équiper de sites internet pour présenter leurs produits, et ainsi attirer les clients jusqu'à leurs boutiques. L'initiative est pilotée depuis Cholet.

## L'initiative

« Et si Internet devenait notre allié ? », interroge Florian Vincent-Pelligry, gérant de G-Star. Alors que la concurrence internet est de plus en plus rude, les commerçants de Cholet ont décidé de s'allier à leur « ennemi ». Le projet de « commerçants connectés » est né des problématiques, que les commerçants, eux-mêmes ont fait remonter. « Avec les Vitrines de Cholet, association de commerçants et artisans, nous travaillons sur différents projets. Il y a un an, nous avons décidé de relancer, par cette initiative, les Vitrines d'Anjou - fédération regroupant l'ensemble des associations de commerçants et artisans de Maine-et-Loire - endormie depuis une dizaine d'années », explique Sébastien Niedland, co-président des vitrines de Cholet.

Ce projet, piloté depuis Cholet et en collaboration avec la CCI (Chambre de commerce et d'industrie), est une première en France à l'échelle d'un département. « Aujourd'hui, un commerçant doit être multi-canal, et plus uniquement dans sa boutique », souligne Sébastien Niedland.

### Conserver sa clientèle

Le but : augmenter la visibilité des commerces du territoire en bénéficiant d'une couverture médiatique plus importante, et ce, quel que soit le type de commerce : alimentaire, textile, service... « Nous voulons créer un portail numérique départemental. Les magasins seront en quelque sorte « ouverts » 24 heures sur 24, 7 jours sur 7. Nous pourrions ainsi toucher plus de monde », explique Florian Vincent-Pelligry, qui a élaboré, avec d'autres commerçants, le cahier des charges. « C'est un projet qui nous permet de mettre



Aurélien Gaudin, opticien Kryss, et Florian Vincent-Pelligry, gérant de G-Star, font partie du projet « commerçants connectés », imaginé par et pour les commerçants.

en place des choses que nous n'aurions pas pu faire seul. Il a été pensé par et pour les commerçants », détaille Sébastien Niedland.

L'idée n'est pas de faire de la vente en ligne, mais de présenter des produits. Les clients pourront réserver sur le site et récupérer leur commande en magasin. « C'est un moyen d'attirer les clients à la boutique. Nous aurons toujours ce plus qui est le conseil du vendeur », explique Florian Vincent-Pelligry. Si l'initiative se développe bien, « il est possible d'imaginer un « market

place ». Le client ne recherchera plus par commerce mais par thématique », détaille Sébastien Niedland.

A partir d'une arborescence commune aux Vitrines d'Anjou, chaque commerçant pourra le personnaliser selon ses goûts... ou presque. « Je suis un commerçant franchisé donc j'ai des contraintes sur les chartes graphiques. L'ADN du magasin porte sur le Denim », souligne le gérant de G-Star.

Mais pas question d'augmenter la charge de travail des commerçants.

« Cela sera simple et rapide pour eux », insiste Sébastien Niedland. Un « support » sera mis en place pour veiller à l'alimentation des sites. Les commerçants n'auront plus qu'à faire leurs demandes auprès de ce support qui gèrera la rédaction et la mise en ligne.

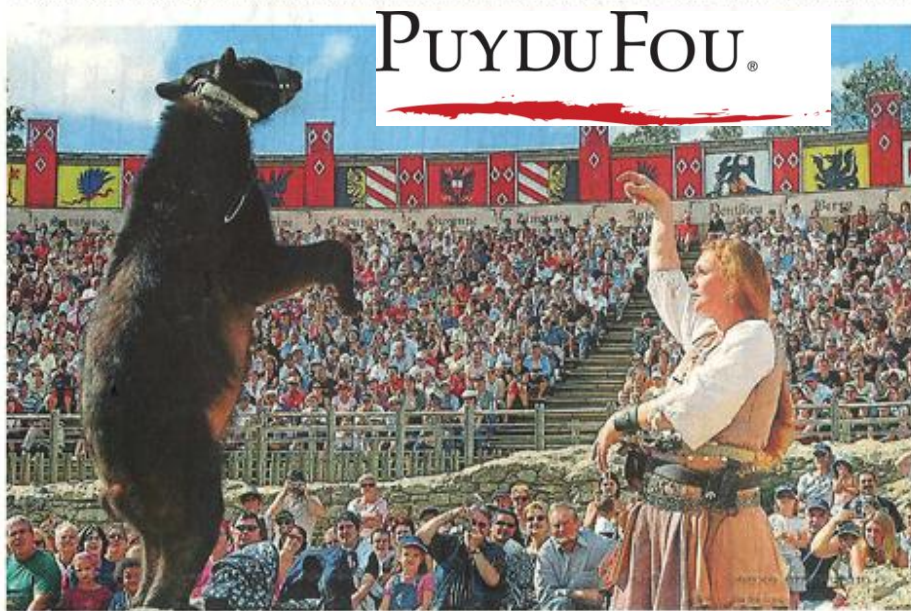
Pour l'heure, une dizaine d'associations de commerçants seraient intéressées. « On espère que le projet sera finalisé pour la fin d'année », ajoute Sébastien Niedland.

Apolline MERLE.



## L'été de tous les records au Puy du Fou

Le parc vendéen enregistre plus de deux millions de visiteurs cette année. Les clés du succès : l'innovation et la météo.



PUYDUFOU®

**Le Puy du Fou, jeudi dernier.** Les intempéries du milieu de la semaine n'ont constitué qu'une courte parenthèse. Dans l'ensemble, l'été s'est montré très favorable à la fréquentation du Grand Parc.

**Yves DURAND**

yves.durand@courrier-ouest.com

Le temps détestable du milieu de la semaine dernière n'y change pas grand-chose : le Puy du Fou enregistre un nouveau record ! Plus de deux millions de visiteurs auront fait étape au Grand Parc cette année. Directeur général, Laurent Albert se la joue modeste, rappelant que les sites touristiques français, cet été, ont bien fonctionné dans leur ensemble. À cause de la météo très favorable - quelques jours ont fait exception - mais aussi du contexte économique : « Les Français ont été moins nombreux à partir à l'étranger ». C'est autant de gagné pour le tourisme national.

La politique du Puy du Fou en matière d'investissements contribue évidemment au succès vendéen : « 11 millions d'euros cette année, 21 l'an dernier et 24 encore l'an prochain. Les visiteurs, en particulier ceux qui reviennent, savent que le Grand Parc renouvelle régulièrement ses spectacles ». Quand il parle de record, Laurent Albert aime préciser : « Record de

l'émotion ». La preuve se trouve dans l'indice de satisfaction des clients, évaluée chaque semaine au travers d'un sondage : « La semaine dernière, la plus grosse de la saison en terme de fréquentation, la note était pratiquement de 9 sur 10. Et 98 % des visiteurs se disent prêts à recommander le Puy du Fou autour d'eux. C'est énorme ! »

**« 160 permanents  
et 1 270 saisonniers »**

Au total, le Grand Parc propose 17 animations. Si elles bénéficient toutes d'une excellente notation, le public a ses chouchous : les Vikings et le Signe du Triomphe sont les deux spectacles les plus fréquentés. 96 % des visiteurs y assistent. Dédiée à la Première Guerre mondiale et à l'univers des tranchées, l'animation des Amoureux de Verdun constitue la nouveauté de la saison ; cette reconstitution de l'univers infernal des tranchées obtient également « une très belle note ».

En coulisses, le succès du Puy du Fou suppose une organisation logistique sans faille. Chaque jeudi,

Laurent Albert réunit autour de lui l'encadrement du parc. L'équipe en profite pour planifier les spectacles des sept jours à venir, qu'il s'agisse des horaires ou du nombre de représentations. Ici, on s'adapte au plus près aux conditions météo et aux réservations : « Les Mousquetaires de Richelieu, par exemple, ont été joués deux fois mercredi. Mais nous avons eu trois séances jeudi et cinq vendredi ». On le devine, le réglage est une mécanique de précision. Le Grand Parc constitue en effet une grosse machine avec 160 emplois permanents et 1 270 saisonniers répartis dans une foule de métiers différents - l'agent d'accueil aussi bien que la danseuse ou le gladiateur. Beaucoup de saisonniers sont des régionaux, mais 40 % d'entre eux arrivent d'ailleurs. Quelques-uns ont fréquenté Le Puy du Fou comme spectateurs quand ils étaient enfants. Leur vocation y est née. « Quand ils sortent d'un spectacle, les petites filles veulent toutes être princesses, et les garçons, chevaliers ».

## Il « fait travailler tout le monde » à Cholet

En plein centre de Cholet, l'hôtel San Benedetto profite à plein de l'attractivité puyfolaïse.

« S'il n'y avait pas eu le Puy du Fou, je n'aurais pas repris l'hôtel ! » Chantal Poirier gère depuis dix ans l'hôtel San Benedetto, situé en plein centre-ville de Cholet. À son arrivée, « Il y avait zéro chambre aux Puy du Fou et aux Herbiers, Cholet était le premier logement autrefois ». Elle se souvient que son prédécesseur fermait en août. L'hôtel emploie désormais « en saison » sept salariés et l'activité grimpe de juin à septembre.

Certes, depuis trois ans, le parc hôtelier a enflé en Vendée mais aussi à Cholet et Chantal Poirier a vu décliner un temps ses réservations. « Mais cette année, j'ai mieux travaillé, ça repart ! » assure la gérante qui explique ce regain par la notoriété grandissante du Puy du Fou mais aussi la

conjoncture et le contexte international : « Il y a beaucoup d'Anglais, d'Allemands, d'Italiens... Et les Français sont moins partis à l'étranger, j'ai accueilli dernièrement des Alsaciens, des Marseillais... »

Souvent, Le Puy du Fou représente « une à trois nuits d'hôtel » à Cholet « au début ou à la fin des vacances, sur la route des Sables d'Olonne ou de La Rochelle ». Chantal Poirier, qui n'est encore jamais allée visiter le « meilleur parc d'attraction du monde », remplit régulièrement près de la moitié de ses 50 chambres avec deux cars de touristes. Parfois, ces réservations sont liées à un « forfait » Chnécénie et l'hôtelière doit alors reverser une commission au Puy du Fou. Peu importe, le parc « fait travailler tout le monde » se réjouit Chantal Poirier, « même le coiffeur voisin en profite aussi ! »

**Fabien LEDUC**



Le présentoir du Puy du Fou trône sur le comptoir de l'hôtel.



### 3 QUESTIONS A Laurent Boron

#### « Une véritable locomotive »

Laurent Boron est le directeur d'Anjou Tourisme. Il explique le poids du Puy du Fou sur le tourisme local.

#### 1 Quel impact le Puy du Fou a-t-il sur le tourisme régional ?

• En tout état de cause, il est évident que le Puy du Fou est une véritable locomotive pour le tourisme de la région. Les hébergeurs, sites de visite et restaurateurs de Cholet et des environs sont favorisés. Plus on est proche du Puy du Fou, et plus les retombées sont importantes. Même le Saumurois bénéficie largement de cet attrait, et je ne prends pas de risque en disant cela.



Laurent Boron, directeur d'Anjou tourisme.

#### 2 Comment travaille le parc du Puy du Fou ?

• Tous ceux qui travaillent pour le Puy du Fou font preuve d'un professionnalisme hors pair. Le parc a une reconnaissance mondiale, et gère remarquablement sa communication et son marketing. Travailler avec eux est très agréable, même s'ils seront encore amenés à progresser. Mais le parc ne travaille pas seul. Il compose avec les Institutions qui sont autour, avec un travail qui se fait en symbiose totale avec les organisations du tourisme.

• La volonté d'Anjou Tourisme, c'est de construire avec le tourisme de Vendée un rapport gagnant-gagnant, qui existe déjà depuis quelque temps. Eux peuvent profiter de la dynamique de la Loire, qui est une de nos grandes forces. La Vendée nous intéresse pour tout ce qui est structurant. Le tourisme n'a pas de frontière, et je suis heureux de faire un échange avec la Vendée. On essaie même de travailler à cinq départements, à l'échelle de la région des Pays de la Loire. Cette force est mise à disposition des destinations touristiques de proximité, comme le Saumurois, le Baugeois, les Mauges ou encore le Choletais.

#### 3 Que fait Anjou Tourisme pour profiter de cette forte attraction ?

#### ► Météo. Tempête ou pluie, « on assure »

Jeudi dernier, on a vendu au Puy du Fou plus de ponchos que de casquettes. À cause de la pluie, naturellement. Certains papas s'en tiraient les cheveux, essayant de reconnaître leur progéniture dans la foule des Impers rouges, jaunes ou noirs, estampillés du logo du parc : « C'est le problème, vous vous ressemblez tous avec votre poncho ! »

Le public n'accueille pas les Intempéries avec le sourire, mais il se montre résigné. Certains, tout de même, évitent de s'asseoir sur les gradins trempés : « Moi, je ne veux pas me mouiller les fesses, je reste debout », se justifie une mamie en rajustant sa capuche.

Un jour comme jeudi, les spectacles en salle ont la cote. La tranchée de 14-18 est plébiscitée. Et les Mousquetaires de Richelieu sont encore plus appréciés que d'habitude. Installé bien à l'abri le public se console du mauvais temps extérieur en voyant artistes et chevaux évoluer... dans les jets d'eau. « Ce que j'ai préféré, ce sont les chevaux qui dansent », s'accordent Louis et Sacha, deux frères de sept et trois ans. De son côté, Célla, neuf ans, applaudit en connaissance - elle pratique l'équitation depuis deux années maintenant et elle juge la performance : « La confiance du cheval, c'est ce qu'il y a de plus dur à obtenir ! »

Jeudi, aucun spectacle n'a manqué à l'appel. « Qu'il vente ou qu'il pleuve, on les assure tous, quitte à décaler l'horaire. Les visiteurs qui viennent de l'autre bout de la France ont la garantie qu'ils seront pas déçus », souligne Laurent Albert. Lequel invente pour l'occasion un nouveau label : « Le Puy du Fou waterproof ».



La reconstitution de la tranchée de 14-18 : la nouveauté de la saison.

### A SAVOIR

#### ► Encore quatre semaines

Le 27 septembre, ce sera la fin de la saison 2015 au Puy du Fou. Une clôture prometteuse si l'on en croit les réservations, encore en progression. On enregistre + 21 % sur les séjours et + 12 % sur les billets Grand Parc.

## PUYDUFOU®



Laurent Albert, le Directeur général du Puy du Fou.

#### ► Théâtre des Géants

Le Grand Parc pense déjà à la saison de l'an prochain. En témoigne le chantier en cours dont les grues sont visibles. La construction d'un nouveau bâtiment, le Théâtre des géants, a effectivement commencé. Celui-ci abritera un nouveau spectacle : « Le dernier panache », consacré aux Guerres de Vendée. Le Puy du Fou le présentera aux professionnels, à l'occasion des principaux salons du tourisme qui marquent la rentrée.

#### ► A Noël

Entre-temps, le Puy du Fou aura donné rendez-vous au public au moment des fêtes de fin d'années. « Avec 45 000 billets d'ores et déjà vendus, nous allons probablement dépasser la barre des 100 000 visiteurs en onze jours d'ouverture autour de Noël », pronostique le Directeur général du site.

#### ► Visiteurs satisfaits

65 % des visiteurs reviennent. Le taux de revisite constitue le meilleur des encouragements pour le président Nicolas de Villiers et pour son équipe.

#### ► Retour de Moscou

Le jeune président du Puy du Fou était cette semaine en Russie où le parc vendéen apporte son expertise dans le cadre d'un grand projet touristique.



# La rentrée mise en scène à l'école du Puy du Fou

Un peu de spectacle, des costumes, de la musique... et des larmes pour les premiers élèves de la Puy du Fou académie. Au sein du parc vendéen, ils sont une petite cinquantaine à fréquenter une école atypique.

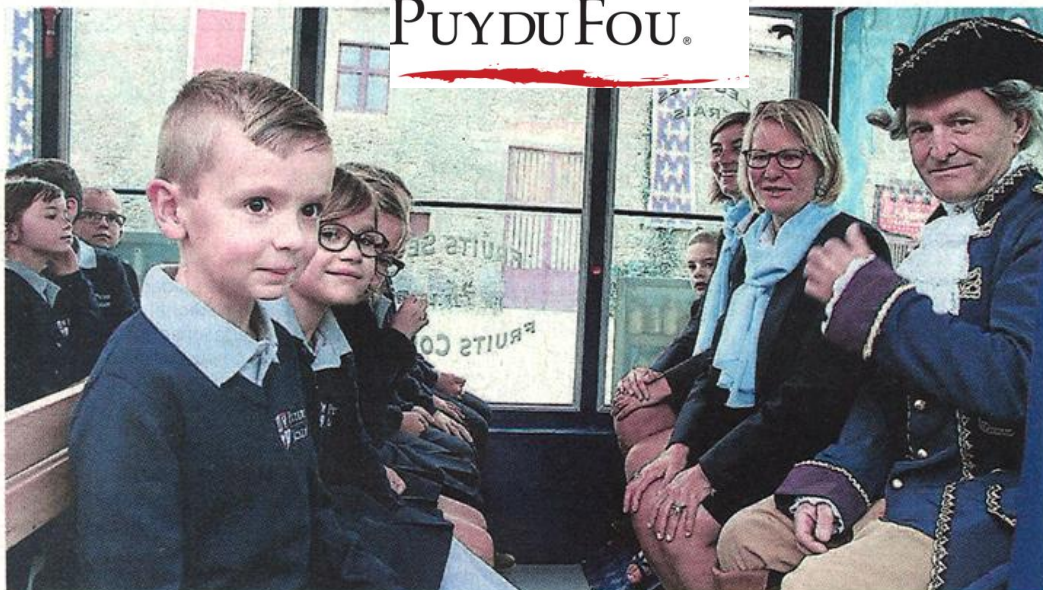
Sabrina a les yeux en larmes, c'est sa première rentrée. Ou plutôt celle de son fils Wilann, 3 ans. Hier, l'écolier en herbe a franchi la porte de la Puy du Fou académie, aux Épesses, en Vendée. Comme les quarante-sept autres élèves, de la maternelle au CE2, il intègre la nouvelle école créée de toutes pièces par le parc à thème. À son ouverture, l'établissement scolaire comprend six sections, réparties en quatre classes.

« C'est une chance pour Wilann, annonce son papa Maxime. Le projet nous correspond. Nous souhaitons une école qui allie la pédagogie et l'art du spectacle. Un enseignement où l'on puisse suivre les enfants au cas par cas. » Vœu exaucé pour le couple des Deux-Sèvres.

Tous les matins, les jeunes élèves recevront une formation académique, en lien avec le programme scolaire national. L'après-midi sera tournée vers l'apprentissage du théâtre, de la musique et du chant, mais aussi de l'éducation sportive. L'effectif ? « Pas plus de 7 à 8 élèves par classe », affirme Nicolas de Villiers, président de l'association du Puy du Fou.

## Patronage

Cérémonie d'ouverture oblige, le Puy du Fou a manié l'art de l'historique et du solennel. Les élèves ont été accueillis par une haie de Puyfolais (1) costumés, accompagnés



Après la cérémonie d'ouverture, les élèves se sont dirigés dans leur classe à bord d'un petit train.

de musique épique et d'un discours royal. Chaque classe est placée sous l'égide d'un patronage. Un peu à l'image de l'école Poudlard du jeune Harry Potter. Désormais Richelieu, ancien évêque de Luçon, veille sur le CP. Le scientifique vendéen Réaumur protège le CE1. Quant à Catherine du Puy du Fou, elle garde la grande section maternelle.

Sur le balcon du château, Nicolas de Villiers a martelé l'objectif de ce nouveau « bébé » : « Chercher l'excellence sur le plan scolaire et artistique. »

L'académie se veut stricte : uniforme bleu de rigueur et vouvolement imposé aux instituteurs envers leurs élèves. À midi, vaisselle pour tous. « Cette action permet de se mettre au service les uns les autres », ajoute François Durand, le directeur.

L'instruction, une première pour le parc ? Depuis 17 ans, il accroît son expérience de formation extrascolaire avec ses académies juniors. Le Puy du Fou façonne des casca-

deurs, des combattants et des cavaliers de 6 à 25 ans. Quant à la Puy du Fou académie, les bénévoles du parc ne s'y sont pas trompés : 40 % des élèves inscrits appartiennent à la grande famille des Puyfolais.

Avec une nouvelle flèche à son arc, le parc à thème bâtit son avenir. « Nous allons permettre à ces enfants de se construire et de s'enraciner. » En 2016, puis 2017, de nouvelles sections (CM1, CM2, etc.) devraient voir le jour.

Lionel PIVA.

(1) Les Puyfolais sont des bénévoles qui participent à la Cinéscénie, le grand spectacle du Puy du Fou.

**1 100 €** C'est le coût annuel de la scolarité à la Puy du Fou académie. Il comprend 90 € par mois (sur 10 mois) pour l'enseignement. 170 € sont destinés aux uniformes et aux fournitures. Les frais de dossier représentent 30 €.

Ouest France – Mercredi 2 septembre 2015



## Grâce à Rêves, Léa rencontrera le Père Noël



Samedi après-midi, Thierry et Nathalie Houlmé, de La vague gourmande, ont remis un chèque de 434 € aux bénévoles de l'association Rêves.

L'association Rêves a 20 ans. Chaque année, elle parraine le rêve de 400 enfants malades.

Samedi après-midi, Thierry et Nathalie Houlmé, les patrons du restaurant La vague gourmande, à l'aérodrome de Cholet, ont remis un chèque de 434 € aux bénévoles de l'association.

Lors du rassemblement US Meeting du dimanche 23 août, ils avaient organisé une vente de tickets de tombola au profit de Rêves. « Parce que

c'est du concret », justifient les organisateurs.

En effet, lors de la remise du chèque, Pascal Pavageau, président de la délégation départementale de l'association, a suggéré aux donateurs de parrainer le rêve d'une petite fille de 9 ans, Léa. Elle vit dans les Alpes, et aimerait rencontrer le Père Noël en Laponie...

L'association Rêves organise une grande manifestation à la Meilleraie, le 18 octobre prochain.



## 11. ABONNEMENTS 2015/2016

Une nouvelle saison va débuter le 3 octobre et nous comptons sur votre présence et vos encouragements lors des rencontres à la Meilleraie.

Toujours soucieux de votre satisfaction nous laissons en place **deux types d'abonnements** :

### - **CHAMPIONNAT\*** (17 matches de Championnat)

*\*Pour toute souscription à cet abonnement avant le 1er septembre 2015, vous bénéficiez de 1 place<sup>2</sup> offerte pour le 1er match de championnat de CB à domicile en ProA.*

### - **GRAND SUPPORTER\*\*** (Tous les matches de CB à domicile, sauf la Coupe de France)

*\*\*Pour toute souscription à cet abonnement avant le 1er septembre 2015, vous bénéficiez de 2 places<sup>2</sup> offertes : 1 place pour le 1er match de championnat et 1 place pour le 1er match de gala de CB à domicile en ProA (sauf Le Mans).*

(<sup>2</sup>Tribune Pays de la Loire)

De plus, deux conditions de paiements s'offrent à vous :

- **Paiement comptant** à l'inscription par : **Chèque** (établi à l'ordre de la S.A.S.P. CHOLET BASKET encaissable le 29 septembre 2015), **Carte Bancaire ou espèces**.

- **Paiement en 2 chèques** : 1er encaissement le 29/09/2015 et le 2ème encaissement le 22/12/15.

Afin de vous abonner dans les meilleures conditions et délais, vous trouverez ci-dessous les différentes dates de permanences.

**LES PERMANENCES** : N'oubliez pas d'apporter la fiche d'abonnement.

Les permanences s'effectueront au Smash (3 avenue Marcel Prat – CHOLET) aux dates suivantes :

- Lundi 24/08/2015 de 16H à 18H30
- Samedi 29/08/2015 de 9H30 à 12H
- Lundi 31/08/2015 de 16H à 18H30
- Samedi 05/09/2015 de 9H30 à 12H
- Lundi 07/09/2015 de 16H à 18H30
- Samedi 12/09/2015 de 9H30 à 12H

### **Dates de récupération des titres d'abonnement :**

- Lundi 28/09/2015 de 16H à 18H30
- Vendredi 02/10/2015 de 16H à 18H30
- Samedi 03/10/2015 de 9H30 à 12H



### **Important :**

Vous pouvez vous abonner dès maintenant en renvoyant la fiche d'abonnement dûment remplie et accompagnée du règlement (**celui-ci ne sera remis à l'encaissement que le 29/09/2015**) à CHOLET BASKET - Service Billetterie (Abonnements) - BP 10752 - 49307 CHOLET Cedex.

**Pour plus d'informations sur nos abonnements**, cliquez sur les liens suivants :

- [Présentation et tarifs des abonnements](#)
- [Choix des abonnements](#)
- [Conditions générales](#)
- [Fiche d'abonnement](#)





## **12. ABONNEMENTS : REJOIGNEZ NOTRE CLUB DE SUPPORTERS LES C'BULLS POUR LA SAISON 2015-2016**

Cette année, le club des supporters choletais **les C'BULLS** vous invite à les rejoindre et à vivre avec eux d'autres moments d'exception à la Meilleraie ou en déplacement.

**Le Club des Supporters devra être le 6ème Homme**

Pour cela, nous vous proposons un abonnement au tarif préférentiel (tee-shirt compris) de :

- **Supporters adultes** : 120€
- **Supporters adultes invalides** : 90€
- **Jeunes 16 à 17 ans et Etudiants** : 70€
- **Enfants 4 à 15 ans** : 45€

**Les avantages de l'abonnement Club des Supporters :**

- l'accès gratuit au **MATCH ESPOIRS**
- l'assurance de voir **TOUS LES GRANDS MATCHES**
- une **PLACE RÉSERVÉE** à chaque match
- un **ACCES PRIORITAIRE** au match
- le score des matches à l'extérieur par **SMS**
- le **calendrier** de CB
- le **guide officiel** de CB
- **un voyage à gagner** (participez au tirage au sort pour gagner un voyage à l'étranger pour 2 personnes en partenariat avec **RICHOU VOYAGES** ainsi que de nombreux autres lots)



Pour vous inscrire, merci de nous transmettre la fiche d'abonnement complétée et le règlement intérieur signé avec votre paiement avant le 1 Septembre 2015, par courrier à :

CHOLET BASKET - Abonnement Club des Supporters - BP 10752 - 49307 Cholet Cedex