



Goûtez enfin la différence

Dossier de presse

CONTACTS PRESSE

Fleishman-Hillard

Paula Esteves, Isabelle Odesser

Tél : 01 47 42 48 16 / 01 47 42 19 62

estevesp@fleishmaneuropa.com / odesseri@fleishmaneuropa.com

KFC France

Florence Provendier

Tél : 01 41 19 30 00

florence.provendier@yum.com



✓ KFC, une enseigne en pleine croissance	p.3
✓ KFC, goûtez enfin la différence	p.4
✓ Yum! Brands, premier groupe de restauration thématique	p.5
✓ KFC, bien plus que du poulet	p.7
✓ KFC, la qualité comme priorité	p.9
✓ KFC, une chance pour tous	p.10
✓ KFC, bientôt partout en France	p.11
✓ KFC, en toute franchise	p.14
✓ Les 46 restaurants KFC en France.....	p.16



KFC, UNE ENSEIGNE EN PLEINE CROISSANCE

KFC dans monde

L'histoire remonte aux années 1930, lorsque le Colonel Sanders invente la recette secrète du poulet cuisiné aux 11 herbes et aromates. Fort de son succès, le Colonel Sanders se fait connaître à travers le pays et reçoit même le titre honorifique de « Colonel du Kentucky » pour sa contribution à la cuisine américaine. Passionné, il poursuit sur sa lancée dans les années 1960 et se développe via la franchise. Ainsi en 1964, 600 points de vente proposent sa recette originale aux Etats-Unis et au Canada.

Jusqu'à son décès à l'âge de 90 ans, le Colonel participera à la promotion de l'enseigne devenue une multinationale.

Nombre de restaurants : **14 000**
Nombre de pays où est présent KFC : **80**
Nombre de consommateurs par jour : **Près de 8 millions**

KFC en France

Evolution de KFC en France

Année	1991	1992	1996	2001	2002	2005	2006	2007	2010
Nombre de restaurants	1	2	7	11	23	36	44	58	100

(Estimation)

Nombre d'employés : 2 100
Nombre de restaurants en franchise : 9
L'objectif du groupe est d'atteindre 50% du réseau en franchise.



KFC, GOUTEZ ENFIN LA DIFFÉRENCE

La politique de développement de KFC

Le succès de KFC sur le marché français démontre et valide l'énorme potentiel dont dispose cette marque sur le territoire national. Même si le nombre de restaurants reste modeste comparé à d'autres marchés européens ou mondiaux (il s'ouvre un KFC toutes les 22 heures en Chine par exemple), la France est le pays où le chiffre d'affaires par point de vente est le plus élevé au monde. D'où l'intérêt majeur porté par le Groupe à la filiale française. En 2006, KFC France devrait réaliser un chiffre d'affaires de 100 millions d'euros, ce qui représente une progression d'environ 30% sur 2005.

En France, l'objectif est de mailler progressivement l'ensemble du territoire en privilégiant dans un premier temps les principales métropoles régionales françaises de plus de 100 000 habitants pour atteindre 100 restaurants en 2010.

En 2007, l'enseigne envisage l'ouverture de 14 restaurants au minimum.

Aujourd'hui, KFC amorce un tournant stratégique

2006 a été une année clé pour KFC, elle marque le début d'un vaste plan de modernisation de la chaîne qui se lance dans une démarche à long terme d'harmonisation des services proposés dans ses 50 restaurants en France.

La rénovation du restaurant KFC des Halles, porte-drapeau de la marque, n'est qu'un commencement. Tous les restaurants de l'enseigne seront « remodelés » d'ici cinq ans au cas par cas.

KFC tient ainsi à renforcer son positionnement à part sur le marché de la restauration rapide. Alternative originale pour les consommateurs, l'enseigne a trouvé son public grâce à une offre en rupture avec les codes de ce segment. La fidélité et la confiance de ses clients lui donne une dynamique pour démarrer une nouvelle phase de croissance.

Les grandes étapes de KFC en France

1991 : KFC arrive en France et ouvre son premier restaurant à Villiers en Bière.

1992 : Ouverture du premier KFC à Paris dans le quartier des Halles

1995 : Pepsi Co gèle momentanément le développement de KFC en France (7 restaurants)

1999 : Retour de KFC en France avec une nouvelle stratégie d'expansion.

2000 : Mise en place de la structure indépendante KFC France

2006 : KFC compte 44 restaurants (octobre)

2007 : Février voit l'ouverture de trois nouveaux restaurants : Garges lès Gonesses ,
Marseille La Rose et Paris Convention

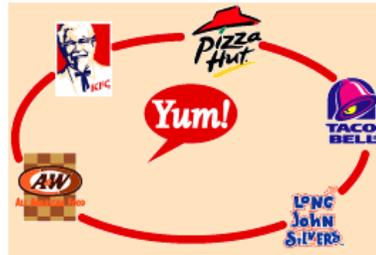
Yum! BRANDS, PREMIER GROUPE DE RESTAURATION THÉMATIQUE

Les grandes étapes du groupe Yum!

En 1997, le groupe **Pepsico** se sépare de sa branche restauration donnant ainsi naissance à la société **Tricon** qui regroupait **KFC**, **Pizza Hut** et **Taco Bell**, trois chaînes leaders sur leur marché.

En 2002, **Tricon** devient **Yum! Brands** suite au rachat de deux nouvelles enseignes, **A&W** et **Long John Silver's**. Avec plus de 35 000 restaurants dans plus de 100 pays, Yum! Brands est aujourd'hui le plus grand groupe de restauration au monde. Plus de 79% des implantations du groupe sont en franchise.

Les marques du groupe Yum!



KFC Corporation (Kentucky Fried Chicken)

KFC est la chaîne la plus populaire de restaurants spécialisés dans les recettes à base de poulets. Réputé depuis plus de 50 ans, l'enseigne d'envergure internationale compte 14 000 restaurants dans 80 pays. 79% des restaurants sont gérés en franchise. Chaque jour dans le monde près de 8 millions de clients dégustent les produits servis dans les restaurants KFC.

PIZZA HUT, Inc.

Avec pas moins de 7 200 restaurants aux Etats-Unis, 3 000 points de vente en livraison à domicile dans 80 pays et plus de 240 000 employés, Pizza Hut est le leader mondial sur le marché de la pizza. L'enseigne sert 5 millions de consommateurs chaque jour dans le monde.

TACO BELL Corp.

Taco Bell est la chaîne leader sur le secteur des restaurants à thème mexicain. Elle est uniquement présente aux Etats-Unis. Taco Bell sert plus de 35 millions de consommateurs chaque semaine dans près de 6 000 restaurants.

LONG JOHN SILVER'S, Inc.

Long John Silver's est la chaîne de restauration rapide la plus populaire dans le secteur du poisson et des crustacés. Il existe plus de 1 200 restaurants Long John Silver's dans le monde et plus de 200 points de distribution, en plus, présents dans les restaurants multimarques de YUM! Brands.

A & W RESTAURANTS, Inc.

A&W Restaurants est la plus ancienne chaîne de restaurants de service rapide franchisés aux Etats-Unis. Cette chaîne existe depuis 1919. A&W Restaurants compte plus de 600 restaurants dans 13 pays dans le monde et environ 600 points de distribution dans les restaurants multimarques du groupe YUM ! Brands.

La philosophie Yum! : La « Customer Mania »



La satisfaction client avant tout !

La réussite des enseignes du Groupe Yum! repose sur l'engagement de chacun à répondre aux attentes des clients, par un travail d'équipe, réalisé avec la passion du client.

Ce qui signifie en toute occasion assurer à 100%, la satisfaction des clients afin de leur faire vivre une expérience différente et unique dans chaque restaurant du groupe YUM! à chaque instant.

Le concept « Customer Mania » est basé sur l'excellence du service client, qui passe par une écoute attentive des consommateurs, sur l'excellence opérationnelle et sur des investissements marketing et publicitaires.

Les valeurs de YUM! Brands reposent sur le programme CHAMPS

C Cleanliness	Propreté
H Hospitality	Accueil
A Accuracy	Exactitude de la commande
M Maintenance	L'Entretien
P Product	La qualité du produit
S Speed	La rapidité du service

A travers le monde, les 900 000 employés du groupe Yum! Brands ont fait le pacte de la « Customer Mania » et partagent la même passion : « Mettre un Yum! (Miam ! en français) sur les visages des clients du monde entier. »

KFC, BIEN PLUS QUE DU POULET

« KFC, spécialiste du poulet en restauration rapide se positionne comme une véritable alternative au produit hamburger. » (Source étude GIRA 2005)

Une offre unique sur le marché de la restauration rapide

L'offre KFC est basée sur des produits de qualité irréprochable :

- De vrais morceaux de poulets entiers, découpés, marinés, panés et frits à la demande par les cuisiniers sur place dans chaque restaurant
- Des salades, des pommes de terre et des épis de maïs rigoureusement sélectionnés
- Une variété de desserts gourmands
- Des nouvelles recettes lancées régulièrement, élaborées en collaboration avec des experts en nutrition.

La préparation des recettes KFC, un véritable savoir-faire



Des recettes uniques préparées sur place

Les fameuses recettes KFC, tenues secrètes depuis plus de 50 ans, sont cuisinées à la minute directement en restaurant grâce à un mode de cuisson spécifique. En effet, le poulet est cuit à cœur utilisant un système contrôlé par ordinateur, pour assurer une qualité uniforme. A la sortie de cuisson, les produits atteignent des températures supérieures à 80°C. La panure est préparée sur place à partir d'ingrédients naturels (farine de blé, lait, œufs, sel, poivre, et un mélange de 11 herbes et épices) par des vrais cuisiniers afin de garantir la fraîcheur et le croustillant des produits.

Du vrai poulet

Aiguillettes de poulet, ailes, filets, hauts de cuisse, pilons, côtes, en fonction des plats proposés, KFC sélectionne les meilleurs morceaux du poulet entiers et non reconstitués. Entre savoir-faire traditionnel et innovation permanente, KFC propose en permanence de nouvelles recettes pour offrir une réelle diversité à ses consommateurs : des accompagnements équilibrés et originaux, comme les cobettes (épi de maïs) ainsi qu'un grand choix de desserts (Fondant aux fruits, brownie, crumble...).

La nutrition : bien manger, bien bouger avec KFC

Pour permettre à ses clients de choisir en connaissance de cause, en fonction de ses envies et de ses besoins nutritionnels, KFC a mis en place toute une série d'outils clairs et facilement utilisables à leur disposition :

- **Un dépliant nutrition** : Tous les conseils pour aider les consommateurs à mieux adapter leur alimentation quotidienne selon leurs attentes (composition nutritionnelle, équivalences de dépense d'énergie, les besoins journaliers...)
- **www.kfc.fr, la nutrition en un clic** : Sur le site Internet de KFC, les internautes adeptes de la marque peuvent trouver les informations sur les besoins journaliers de chacun en fonction de son profil et découvrir toutes les informations relatives au poulet.
- **Des sets de tables riches en informations** : des conseils nutritionnels simples et les données nutritionnelles sur les produits KFC

Le soutien d'un comité scientifique

Afin d'élaborer tous les outils nutrition et d'être au plus proche des attentes de ses consommateurs, KFC travaille en forte collaboration avec un Comité Scientifique, qui regroupe un médecin nutritionniste, un nutritionniste physiologiste, un vétérinaire et un microbiologiste.

Les experts nutritionnistes de ce Comité aident notamment les équipes de KFC à élaborer de nouvelles gammes de produits, en adéquation avec les attentes nutritionnelles des consommateurs et les recommandations d'aujourd'hui.



Le sandwich Brazer, une véritable alternative

Pour être au plus proche des attentes de ses consommateurs et plus particulièrement de ceux qui veulent faire attention à leur ligne en se faisant plaisir, l'enseigne a lancé le premier sandwich KFC au poulet cuit au four : le sandwich Brazer, qui est constitué d'un filet de poulet entier frais cuisiné et cuit sur place, de tomate, de fromage, de salade, d'un peu de sauce poivrée et poivrée, le tout dans un pain ciabatta.

KFC, LA QUALITÉ COMME PRIORITÉ

L'origine des produits



Le processus qualité : la garantie des experts

Un cahier des charges strict

KFC établit un cahier des charges très strict à destination de ses fournisseurs afin de garantir que les matières premières et les ingrédients utilisés dans les restaurants KFC sont d'une qualité constante et irréprochable.

Les fournisseurs s'engagent alors à respecter les règles de sécurité sur la ligne de production, les conditions d'emballage et de transport, l'absence d'organisme génétiquement modifié.

En outre, KFC exige de ses fournisseurs une application extrêmement stricte des réglementations françaises et européenne et mène chaque année auprès d'eux un ou plusieurs audits qualité.

Des poulets de qualité

Pour assurer une diversité d'approvisionnements, 90% des poulets proviennent de la Communauté Européenne et 10% du Brésil¹. Les fournisseurs français de KFC font partie des leaders du secteur de la volaille. Le principal fournisseur de la chaîne est ainsi le groupe breton Doux.

Tous les restaurants KFC sont approvisionnés plusieurs fois par semaine en produits frais. Les poulets ont une alimentation 100% végétale, garantie sans antibiotiques activateurs de croissance. Enfin, les volailles sont élevées dans des bâtiments ouverts où elles circulent librement.

La traçabilité

KFC s'assure de la traçabilité de ses produits depuis ses fournisseurs jusque dans ses établissements. Chaque produit a sa propre identification grâce à son numéro de lot et à sa Date Limite de Consommation (DLC). Avec la combinaison de ces deux informations, KFC est capable de reconstituer le trajet précis des poulets, à chaque étape de leurs parcours : de la production à la consommation en restaurant.

Des contrôles réguliers en restaurant

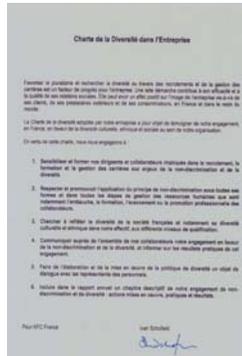
De l'élevage des poulets à la dégustation, en passant par l'élaboration et à la préparation en restaurant, il existe des consignes basées sur le maintien de la qualité optimale et sur la prévention des risques alimentaires, dans le respect de la démarche HACCP (Analyse des dangers et maîtrise des points critiques) et de la réglementation européenne.

En restaurant, des procédures sont mises en place afin que chaque employé suive les normes d'hygiène les plus strictes.

¹ Chiffres exprimés en Kg, Janvier 2006

KFC, UNE CHANCE POUR TOUS

La politique de ressources humaines



Chaque restaurant KFC compte en moyenne 70 employés. Pour le recrutement de ses équipes, KFC fait appel aux missions locales pour l'emploi, à l'ANPE et aux ASSEDIC, avec lesquels l'entreprise travaille en étroite collaboration.

La totalité des emplois en restaurant proposés par KFC sont des CDI régis par la convention collective de la restauration rapide. Les conditions de travail sont facilement adaptables aux personnes souhaitant travailler aux 3/5^{ème} ou aux 4/5^{ème}.

Une charte de la Diversité dans l'entreprise

KFC a mis en place dans l'entreprise une charte pour favoriser la diversité culturelle, ethnique et sociale au niveau des ressources humaines. Le principe de base est fondé sur la non-discrimination.

Les employés KFC sont recrutés avec ou sans expérience dans le domaine de la restauration. A leur entrée dans l'entreprise, ils bénéficient tous d'une formation adaptée pour chacun des postes.

Chaque année, KFC recrute 15 directeurs de restaurant et 40 nouveaux assistants-managers.

Des formations adaptées

Les produits KFC étant pour la grande majorité cuisinés sur place, le savoir-faire du cuisinier est essentiel au succès de la chaîne. Pour cette raison, la formation est l'une des préoccupations majeures de KFC.

Que l'on soit employé polyvalent, assistant-manager ou manager, chaque nouveau venu dans le groupe suit un parcours étalé sur une période allant de plusieurs semaines à plusieurs mois afin d'acquérir l'ensemble des compétences nécessaires à sa mission.

Ces formations visent également à préparer la personne à évoluer vers le poste supérieur. Ainsi, KFC peut-il se targuer d'être une entreprise offrant d'importantes perspectives d'évolution et de carrière.

Des perspectives d'évolution en interne



Une politique active de formation et d'évolution professionnelle

KFC contribue à l'emploi des jeunes et constitue bien souvent, pour la majorité d'entre eux, leur premier contact avec le monde professionnel. C'est pour eux, l'opportunité d'apprendre un métier et la chance de pouvoir évoluer rapidement dans une entreprise qui se développe constamment.

50% des managers, 50% des assistants-managers et 100% des responsables d'équipe en poste actuellement dans les restaurants KFC sont issus de la promotion interne.

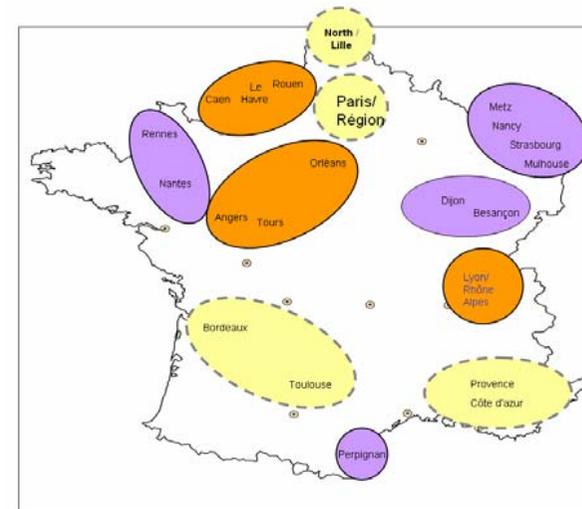
KFC, BIENTOT PARTOUT EN FRANCE

Un programme ambitieux pour la France

50 restaurants à ce jour

100 restaurants à horizon 2009

La volonté à terme est d'atteindre 50% du réseau en franchise



Une entreprise qui s'engage au niveau local

Pour chacun de ses restaurants, KFC mobilise d'importantes ressources financières pour construire et équiper ses nouvelles installations, soutenant ainsi les marchés locaux.

KFC fait appel à de nombreux services extérieurs pour ses activités quotidiennes : la maintenance, le traitement des déchets, le gardiennage et l'entretien des espaces verts qui représentent en moyenne 10% du chiffre d'affaires d'un restaurant.

Les critères d'implantations

En Centre Commercial :

Le Centre

Forte attractivité (Hyper + Galerie commerciale),
Densité de population à proximité

L'emplacement

Proche de la zone restauration / de l'activité ludique du centre (Cinéma, Patinoire ...),
Entrée de galerie de préférence,
Accessible direct pour le soir et le week-end,
Accès aisé aux moyens de transport ou parking,
Flux piétons important.

La taille des locaux dépend du marché potentiel de la zone

Superficie minimum de 400 m²,
Bonne visibilité avec une façade de 8 mètres de large minimum,
Prévoir gaine d'extraction (0,6 m x 0,6 m minimum).

En centre-ville

L'emplacement disposant d'une bonne visibilité et d'un volume élevé de passages piétons et/ou voitures :

Proche des moyens de transports (sortie/entrée de métro, arrêt de bus...),
Si possible accessible le soir en voiture,
Sur une zone de flux piétons important,
Forte densité de population à proximité,
Début de rue piétonne et Angle de rue de préférence.

La taille des locaux :

Superficie minimum de 400 m² dont 200 m² au RdC,
Bonne visibilité avec une façade de 8 mètres de large minimum,
Gaine d'extraction possible ou existante.

En périphérie

Un terrain d'une superficie minimum de 2 500 à 3 500 m² (moins en cas de foisonnement de parking ou de surface).

Un emplacement en périphérie-urbaine (axe routier), à proximité de villes importantes :

Proche des Centres Commerciaux,
Proche des zones d'activités sportives, ludiques (cinéma, parc d'attraction),
Sur un axe de passage voitures important,
Densité de population à proximité.

Et toujours : VISIBILITÉ ET ACCESSIBILITÉ !

KFC et l'environnement

En matière d'environnement, chaque restaurant veille à la propreté et au nettoyage de son établissement et de ses alentours. Les clients sont encouragés à respecter leur environnement par le biais d'affichage d'informations.

A tous les niveaux de l'entreprise, KFC a le souci d'avoir une démarche responsable et engagée pour :

- la gestion des emballages et le traitement des déchets
- le traitement des huiles de cuisson par une société spécialisée dans la valorisation des huiles alimentaires à des fins énergétiques
- le traitement des odeurs grâce à une technologie par ultraviolets qui permet la destruction totale des graisses ou vapeurs de graisses produites par la cuisson.
- la consommation d'eau et d'énergie contrôlée.

L'enseigne suit de près les évolutions du cadre réglementaire afin de rester en conformité, notamment pour ses prochaines ouvertures de sites. Ambitieuse, la marque a pour objectif d'obtenir la RT 2005. Il s'agira d'optimiser l'intégralité des projets de la structure de bâtiment à la gestion de l'énergie à moindre coût, avec une priorité à l'optimisation des moyens. KFC participe au développement durable et privilégie les matériaux recyclables.

KFC, EN TOUTE FRANCHISE

La politique de franchise



Les conditions d'accès à la franchise KFC

Dans le monde, 79% des restaurants KFC sont gérés en franchise.

Aujourd'hui, KFC envisage d'accélérer son expansion en France, avec une centaine de restaurants prévus à l'horizon 2010, contre 50 au premier trimestre 2007, en s'appuyant à la fois sur des ouvertures en propre et sur le développement d'une politique de franchise ambitieuse.

La franchise, véritable culture du groupe Yum! Brands, est un moteur indéniable d'expansion dans le secteur des restaurants thématiques car elle permet de s'appuyer sur des opérateurs, managers éprouvés, directement impliqués dans la gestion de leur restaurant et qui connaissent parfaitement bien leur environnement immédiat, clé de la réussite dans ce domaine.

Pour son développement, KFC consolide sa présence en Ile de France et sur la région PACA mais la chaîne souhaite également s'étendre dans le grand ouest, en Rhône-Alpes et dans l'Est de la France, avec une priorité sur les villes de plus de 100 000 habitants.

Pour cela KFC s'appuie sur deux concepts :

- Les restaurants de centre-ville
- Les DRIVE en périphérie de ville

KFC a choisi de s'appuyer sur de véritables entrepreneurs. Ils doivent être capables de créer et de développer plusieurs restaurants sur un secteur géographique et avoir une réelle envie de réaliser un projet personnel de création d'entreprise.

Passionnés de commerce et convaincus par la méthodologie et les produits KFC, les partenaires franchisés assument la gestion et le fonctionnement de leur(s) restaurant(s) de façon autonome, mais gèrent avant tout leurs employés afin de construire une équipe dynamique et soudée.

Issus du secteur des services, du commerce ou de la distribution, les franchisés n'ont pas nécessairement besoin d'avoir une expérience de la restauration car KFC leur dispense une formation complète et appropriée. Le partage des expériences et du savoir-faire de chacun est un des leviers de la réussite de KFC.

Etre franchisé KFC, c'est

- avoir la passion du métier de la restauration et du service client
- bénéficier de la forte notoriété de la marque, du service et des produits KFC
- être un acteur économique bien implanté dans son secteur, sa ville, sa région
- posséder un bon relationnel
- cultiver une vision à moyen terme de la gestion de sa franchise
- posséder les capacités humaines et financières pour supporter un développement ambitieux
- être capable d'adhérer à la culture et aux valeurs de l'entreprise et avoir un véritable état d'esprit « franchise »

Les conditions à remplir pour devenir un franchisé KFC :

- voir communiqué de presse au début du dossier de presse

LES RESTAURANTS KFC EN FRANCE

Où nous trouver ?

À Paris

BARBES
46, Bd Barbès - 75018 Paris
CLIGNANCOURT
35, Bd Ney - 75018 Paris
CONVENTION
349 rue de Vaugirard - 75015 Paris
ITALIE
211-213, Bd Vincent Auriol - 75013 Paris
LES HALLES
31-35, Bd de Sébastopol - 75001 Paris

En Ile de France

BAGNEUX
6, avenue Aristide Briand - 92220 Bagneux
BONDY
176/182, avenue Gallieni - 93000 Bondy
BONNEUIL
Avenue des Bleuets - Parc d'activités des Petits
94380 Bonneuil sur Marne
BOULOGNE
108, avenue Edouard Vaillant -
CERGY
Boulevard de l'Oise - Quartier des Linandes
95000 Cergy Pontoise
CLAMART
303, avenue du Général De Gaulle - 92140 Clamart
COIGNIERES
7, rue de l'Herminette - 78310 Coignières
EVRY II
Centre Commercial Evry II - 91000 Évry
GARGES LES GONESSES
10 rue Marcel Cerdan - ZAC de la Fontaine aux Prêtres
95140 Garges lès Gonesses
GRIGNY
17/25, RN7 - 91350 Grigny
LA VILLE DU BOIS
RN 20 - La Croix St Jacques
91620 La Ville du Bois

En province

AUBAGNE
Centre Commercial Barneoud - 13400 Aubagne
AVIGNON MISTRAL
Route Nationale 7 - Clos de la Cristole
Chemin de l'Herbe - Montfavet - 84141 Avignon
AVIGNON SORGUES
RN 942 - Lieu-dit 'Vert Pré' - 84700 Sorgues
BORDEAUX
129/131 Cours Victor Hugo - 33000 Bordeaux
CREIL
ZAC du Bois aux Fenêtres - 60740 Saint Maximin
FACHES THUMESNIL
1, Rue De L'Egalité - 59155 Fâches Thumesnil
JAUX COMPIEGNE
63, rue des Métiers - 60880 Jaux
LA SEYNE SUR MER
Rond Point de Latre de Tassigny
3500 La Seyne Sur Mer
MARSEILLE PLAN DE CAMPAGNE
Centre Commercial de Plan de Campagne - 13480

MENILMONTANT
150-152, Bd Ménilmontant - 75020 Paris
PLACE CLICHY
10 bis, place Clichy - 75009 Paris
REPUBLIQUE
21, place de la République - 75003 Paris
STRASBOURG SAINT-DENIS
1, Bd de Strasbourg - 75010 Paris

MONTIGNY
181-183, Bd Victor Bordier
95370 Montigny Les Cormeilles
MONTGERON
CC Valdoy - 406, Rue d'Ablon - 91230 Montgeron
PANTIN
72, Av Jean Jaurès -
PLAISIR
47, Rue Francis Carco
78370 Plaisir
PONTAULT COMBAULT
Route Nationale 4 - Le Pavé de Pontault
ROSNY
27, Bd Gabriel Péri
93110 Rosny Sous Bois
SAINT-DENIS
29, Rue de la République - 93200 Saint-Denis
SAINT-BRICE-SOUS-
Zone dite - La Chapelle St
95350 Saint-Brice-Sous-
SARTROUVILLE
4, rue Pondichéry - 78500
VILLABE
Lieu-dit "Plaine des
VILLIERS
16, Bd Friedberg - 94350

MARSEILLE VALENTINE
La Valentine - La Briqueterie Av des Peintres Roux
13011 Marseille
MARSEILLE LA ROSE
12 Avenue des Olives - 13013 Marseille
MARSEILLE LE MERLAN
CC Carrefour Le Merlan - Avenue Prosper Merimée
13014 Marseille
NICE LINGOSTIERE
604, route de Grenoble - 06000 Nice
NICE JEAN MEDECIN
64, avenue Jean Médecin - 06000 Nice
NIMES
5210, Bd Salvador Allende - 30900 Nimes
ROUBAIX
44, Bd Gambetta - 59100 Roubaix
TOULON LA VALETTE
138, Avenue de l'Université - 83160 La Valette Du Var

