



Comment acheter et financer des véhicules pour son entreprise ?

Fiducial Expertise et la Banque Fiducial informent leurs clients.

De gauche à droite : Antoine COLIN, responsable régional ARVAL. Christophe BADINIER, directeur commercial Banque Fiducial. Aymeric RUYANT, chargé d'affaires Banque Fiducial. Christophe MIALON, directeur régional Fiducial Expertise. Patrick REROLLE, responsable offres et produits Banque Fiducial.

Fiducial représenté par Christophe MIALON, son Directeur Régional, a organisé une journée conviviale le jeudi 13 octobre au Golf de Limère près d'Orléans afin d'échanger avec ses clients sur les thématiques liées au financement et à la fiscalité des véhicules. Lors de cette journée, les chefs d'entreprise ont, non seulement, pu renforcer leur connaissance en matière d'investissement de véhicules de fonction, de service et de direction, mais aussi apprécier les essais organisés en partena-

riat avec ARVAL. En effet, plusieurs marques étaient présentes : Mercedes, BMW, Peugeot ou encore Maserati ou Volvo.

Christophe MIALON précise qu'« à travers cette journée de convivialité et de travail, nous expliquons à nos clients les différentes stratégies envisageables par rapport aux véhicules, choix de financement, inscription à l'actif... et, sous forme d'ateliers, nous leur faisons part de la nouvelle donne bancaire à laquelle participe la banque Fiducial ».

Le concept Fiducial

Créé il y a 40 ans d'après des modèles inspirés des grands cabinets anglo-saxons, Fiducial revendique la proximité, la sécurité et la sérénité de ses clients, en répondant à un objectif primordial : libérer les chefs d'entreprise des contraintes de la gestion adminis-



trative pour leur permettre de se consacrer à leur métier. Pour cela, Fiducial a développé une offre globale comprenant le droit, la gestion sociale, la banque, le conseil financier, l'informatique, la sécurité et également une activité de distribution, le monde du bureau. Avec la constitution récente de la banque Fiducial et un maillage territorial conséquent (une agence tous les 30 km), le groupe entend réaffirmer ses engagements : proximité, expertise, réactivité, valeur ajoutée.