Le Parisien
ÉCONOMIE

ÇA COÛTE OU ÇA RAPPORTE
Trouver une domiciliation pour son entreprise
Page 12

6 PAGES D'OFFRES D'EMPLOI
Pages 25 à 30

LUNDI 5 OCTOBRE 2015

INVITÉ DE LA SEMAINE

(LP/Philippe Lavieille.)

ALAIN AFFLELOU
Président du conseil de surveillance du groupe Afflelou
Page 6

FACE-À-FACE
Cuisines Schmidt / Arthur Bonnet
Pages 10 et 11

CAP SUR LA CROISSANCE
PME : décrocher des commandes publiques
Page 14

MARKETING
Mesurer la rentabilité d'un emailing
Page 16

INNOVATION
La valise géolocalisable
Page 18

ARGENT
Les prêts interentreprises bientôt autorisés
Page 21

Le numérique, facteur de croissance pour les entreprises

(Fanatic Studio.)

Intégrer la révolution digitale à la stratégie des PME et TPE, est un atout pour améliorer productivité et compétitivité. Reste à ces entreprises à s'approprier les outils nécessaires à cette mutation. Pages 2 à 5.

Exemplaire strictement personnel
Thomas Pinatel 16:59
88.173.184.135 29/01/2016
tpinatel@wooxo.fr

COMMISSION PARITAIRE N° 0120 C 85979
NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT

L'éditorial

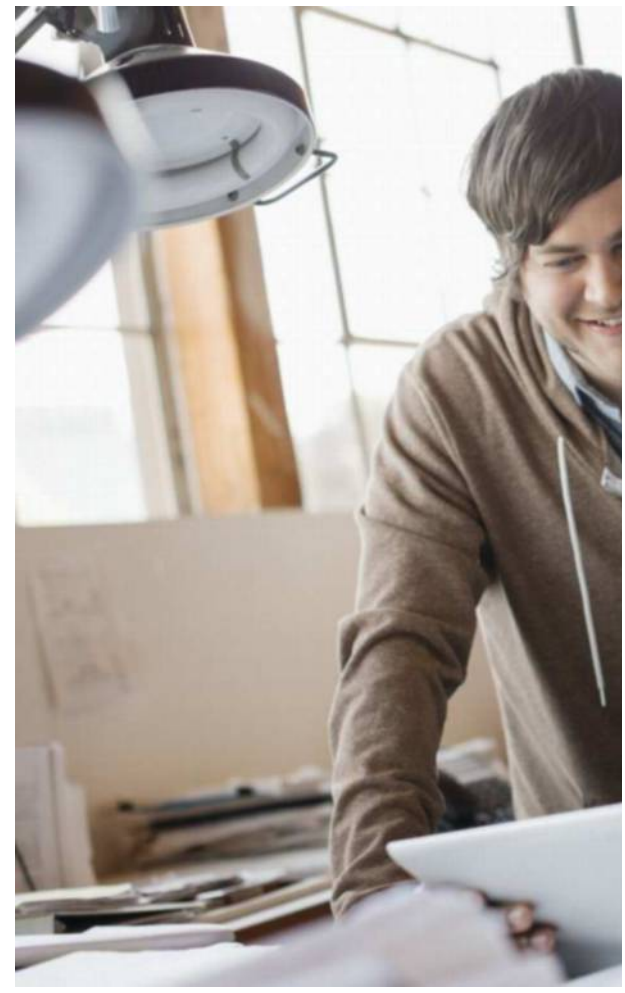
Reprogrammer notre logiciel

Vivre une révolution économique n'est sans doute pas toujours confortable ni rassurant, mais c'est sans conteste passionnant. Pour les « digital natives », ces enfants nés depuis 1990 avec un ordinateur dans leur berceau, impossible de mesurer le chemin parcouru en vingt ans. Les autres se souviennent qu'il n'y a pas si longtemps ils vivaient dans un monde où seul un téléphone fixe permettait à toute une famille de communiquer, où l'apparition du CD n'était pas nécessairement vécue comme un progrès, où on achetait ses chaussures et ses chaises de jardin entre 9 heures et 19 heures — et non pas à minuit dans son lit — où on savourait son café en terrasse sans, dans le même temps, répondre à un mail professionnel, envoyer un texto à une amie et acheter un billet de train. Un nouveau monde s'est ouvert sous nos yeux. Comme chacun d'entre nous, les chefs d'entreprise doivent désormais reprogrammer à toute vitesse leur logiciel personnel pour s'adapter et donner une nouvelle dimension à leur activité grâce au numérique.

■ BÉNÉDICTE ALANIOU

Le numérique, un outil pour aider les entreprises à grandir

Augmentation de la productivité, meilleure réactivité, amélioration de la compétitivité… Dans tous les secteurs professionnels, le numérique s'affirme comme un facteur de croissance.



(Photononstop/Fancy/Hiya Images.)

Difficile ces derniers mois d'échapper à la « transformation digitale ». Ce terme surgit en effet dès qu'il est question de nouvelles technologies dans le monde professionnel. Mais le concept recouvre une réalité : l'importance de plus en plus grande du numérique dans les entreprises. Aucune n'y échappe, même les plus petites. Qu'il s'agisse de réaliser un fichier client, de mettre en place une solution collaborative, de gérer des suivis de maintenance technique ou de lancer un site de e-commerce, la plupart de ces opérations s'appuient désormais sur des solutions numériques. Avec quelques contraintes — mise à jour des compétences, investissement dans le matériel et les logiciels, réorganisation des modes de travail… —, mais aussi beaucoup d'avantages.

Stimuler la collaboration

Une enquête réalisée fin 2014 par Ipsos Mori et Microsoft révèle que pour 84 % des PME interrogées, les nouvelles technologies ont amélioré les rendements internes. 77 % d'entre elles considèrent que cela a réduit les coûts, et 72 % qu'elles ont stimulé la collaboration. L'étude pointe aussi le fait que les PME ayant opéré leur transformation numérique ont vu leurs effectifs croître deux fois plus vite que les entreprises réticentes à s'engager dans cette voie.

Néanmoins, en France le panorama est encore très contrasté et à côté d'entreprises qui ont pris résolument le virage du numérique subsistent des structures plus lentes à franchir le pas comme le rappelle Romain Hugot, administrateur de l'Association des éditeurs de logiciel (Afdel) : « Les entreprises françaises ont encore un peu de retard par rapport à leurs homologues allemandes et anglaises, mais il y a une vraie prise de conscience de l'intérêt de ces technologies. » La preuve, par exemple, avec les sites Internet qui sont un marqueur important de l'équipement numérique des entreprises. 64 % des PME et TPE françaises ont un site mais dans le nord de l'Europe (en incluant la Grande-Bretagne) ce taux monte à 91 %. « Cela traduit aussi en France le vieillissement de la population des artisans qui est moins encline à aller sur Internet. » Or ces dernières années, 8 entreprises sur 10 qui ont disparu n'avaient pas de sites Internet, note Laurent Pontegnier, délégué général de Transition Numérique +, une association qui vise à promouvoir le numérique auprès des TPE / PME. A la décharge de ces entreprises, il remarque qu'en France acheter des solutions numériques n'est pas toujours évident. Ce qui peut ralentir la décision de s'équiper.

Smartphones et Cloud computing

Laurent Pontegnier note cependant plusieurs axes de progrès. « Le développement des Smartphones a beaucoup fait évoluer l'équipement et les usages. L'Etat peut également être un catalyseur en instillant une culture du numérique. Enfin, les donneurs d'ordre imposent la numérisation des processus. » Ainsi de la dématérialisation obligatoire des déclarations de résultat et de TVA depuis octobre 2014 et d'une façon générale la multiplication des téléprocédures. « Par ailleurs la transformation numérique va bien au-delà de l'usage, souligne Serge Masliah, directeur général de Sage France. C'est devenu un impératif économique. Il y a une dizaine d'années, quand une entreprise s'équipait, cela lui permettait de prendre de l'avance. Aujourd'hui, cela lui évite de prendre du retard. Mettre en place des solutions numériques pour gérer son entreprise permet, par exemple, de libérer du temps consacré jusqu'alors à des tâches à faible valeur ajoutée, et donc améliore l'efficacité opérationnelle. » Une évolution d'autant plus envisageable que la complexité et le coût ne sont plus des freins à l'équipement. Grâce au cloud computing et aux terminaux mobiles, ces technologies sont désormais accessibles à toutes les tailles d'entreprises.

■ DOSSIER RÉALISÉ PAR FLORENCE PUYBAREAU

Accompagner les entreprises

L'équipement numérique des entreprises est devenue l'une des priorités des pouvoirs publics. Les Chambres des métiers et les Chambres de commerce et d'industrie (CCI) mènent notamment de nombreuses initiatives avec 1 000 conseillers au numérique sur le territoire pour assister les entrepreneurs, et des formations gratuites qui, selon Laurent Pontegnier, connaissent un vrai succès. « Ces rencontres ont une dimension pédagogique ». Transition Numérique Plus organise régulièrement des événements en région afin de promouvoir les usages du numérique auprès des TPE et des PME.

www.transition-numerique-plus.fr

REPÈRES

79%

des PME

sont équipées d'un logiciel de comptabilité.

- **21%** font usage de la facture électronique.
- **11%** ont un logiciel de gestion de la relation client

(Source : Sage/septembre 2015).

- **50% des dirigeants de PME** envisagent d'investir plus dans l'année pour accompagner leur transformation numérique.
- **46% des entrepreneurs** pensent que le numérique constitue un levier de croissance.

(Source : Microsoft/IDC 2014 « Les dirigeants des PME et le numérique »).

TÉMOINS

« Pouvoir accéder de partout aux documents numériques »

(DR.)

Mikaël BENFREDJ
Gérant de Lago, Paris IIe.

Pas facile d'essayer d'introduire du numérique dans les méthodes de travail, surtout quand il s'agit d'une entreprise familiale peu portée sur les nouvelles technologies. C'est pourtant ce qu'est parvenu à faire Mikael Benfredj, qui distribue en France la marque Lago, un fabricant de meubles de maison et de bureau : « J'ai commencé ma carrière professionnelle dans des start up. Et j'ai souhaité changer pour me lancer dans le mobilier et l'architecture d'intérieur. J'ai mis au service de l'entreprise des usages plus modernes que j'avais déjà expérimentés. » L'impératif du jeune patron était de pouvoir stocker les énormes fichiers que génère son activité et d'accéder facilement aux données en toute sécurité. « Nous faisons 60 % de notre activité avec des architectes et le reste avec des particuliers pour des paniers moyens de 7 000 à 8 000 euros. Nous avons beaucoup de documents, des plans, des photos…» Pour fluidifier les processus, la décision a été prise d'utiliser la solution de la société Box qui permet à tous ses collaborateurs mais aussi aux architectes d'alimenter, de consulter et de partager les fichiers : « Nous avons mis l'ensemble des documents (dont les fiches de paie des salariés et les factures) dans la Box et ceux-ci sont accessibles de partout. Les monteurs peuvent envoyer des photos via leur smartphones qui sont stockées directement sur le serveur en mode SaaS *(NDLR, dans le cloud computing)*. Les commerciaux ont la possibilité de consulter les documents où qu'ils soient. » Pour cette petite entreprise d'une dizaine de salariés et d'environ 5 millions d'euros de chiffre d'affaires, le gain est important, tant en termes d'image de marque que sur le plan financier : « Cela nous a permis de nous positionner très vite auprès des jeunes architectes, car nous sommes capables de répondre plus rapidement à leurs attentes. Et nous sommes devenus plus agiles, capables de prendre des décisions plus facilement. »

TÉMOIN

« J'ai adopté un système de paiement connecté »

(Rémy Deluze.)

David MEULEMANS
Président des éditions
Aux Forges de Vulcain, Paris IIIe.

Comment acquérir un système de paiement par carte bancaire lorsqu'on est une toute petite entreprise (1 personne à temps plein, 200 000 euros de chiffre d'affaires) et que l'on fait peu de transactions directes ? C'est à cette problématique qu'a été confronté David Meulemans, président des éditions Aux Forges de Vulcain. Installée au cœur de Paris, dans le IIIe arrondissement, cette petite maison d'édition a été créée en 2010 et compte environ 70 titres distribués dans la France entière auprès des libraires : «Une fois que le livre est diffusé en librairie, il faut attendre 120 jours pour être payé. Ce qui peut poser un vrai problème de trésorerie. Nous vendons bien des livres en direct sur les salons mais jusqu'en avril dernier nous n'avions pas de solution pour les paiements par carte bancaire. La commission demandée par la banque était trop importante au vu du montant des ventes », explique David Meulemans. Il se met en recherche d'une autre solution et se voit proposer celle de la société suédoise iZettle qui se compose d'un lecteur de carte à brancher sur un smartphone ou une tablette et d'une application qui permet de gérer les ventes et les fichiers client. L'avantage de la solution ? Sa simplicité et son coût : « Nous payons une commission en fonction du montant de la transaction (entre 1,50 % et 2,75 %). Plus nous vendons, moins elle est élevée. » Et les bénéfices ont été immédiats : « Nous avons augmenté de 50 % nos ventes sur les salons qui représentent 15 % de notre chiffre d'affaires. Les visiteurs payent plus facilement par carte qu'en liquide et ils achètent davantage. » Les montants étant crédités en 48 heures, la société récupère ainsi immédiatement de la trésorerie, « ce qui permet de payer plus facilement les charges de base » et David Meulemans a même commencé à la demande de certains clients à vendre des livres dans ses locaux. « Je peux également générer des factures, savoir immédiatement quel livre s'est bien vendu. C'est un vrai facilitateur. »

(Istock/Pornpipat Ruenjaichon.)

L'AVIS DE...

« En tirer parti fait grimper le chiffre d'affaires »

(Eric Malemanche.)

Stanislas DE BENTZMANN
Président
de Croissance Plus.

◆ Que dire aux entrepreneurs qui hésitent à investir dans le numérique ?
Ils n'ont pas le choix ! Par crainte, certaines personnes ne veulent pas voir qu'elles sont aussi concernées. Elles n'ont pas conscience que ce qu'elles font à titre personnel avec leur smartphone va bientôt toucher leur activité. Or aujourd'hui, tout le monde est connecté, et cette évolution change à grande vitesse la relation entre le client et le consommateur avec une suppression des intermédiaires. C'est une véritable transformation des usages dont toutes les organisations doivent saisir l'importance. Il y a des entreprises qui ne se sont pas informatisées et peut-être que cela les a empêchées de se développer davantage. Avec le numérique, cela devient incontournable et elles prennent un risque fort si elles ne comprennent pas le choc qui arrive.

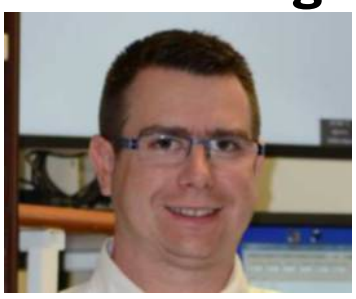
◆ Tous les secteurs ont-ils besoin d'aller, comme vous le préconisez, à marche forcée vers cette numérisation ?
Absolument, d'autant plus avec l'économie de partage qui « secoue » le marché. Tous les secteurs vont être touchés, même les plus industriels. Même les plombiers vont être concernés à l'instar des taxis. Si vous proposez une offre avec de la qualité de service, les clients vont adhérer.

◆ Quel est l'intérêt économique d'une telle démarche ?
Multiple. Cela fait grandir la taille du marché et cela ouvre à de nouveaux consommateurs. C'est indispensable si l'on veut espérer changer de dimension. Mais il faut que les entreprises augmentent la qualité de service, créent une nouvelle valeur. Ceux qui sauront en tirer partie verront leur chiffre d'affaires augmenter. C'est une démarche qui est autant offensive que défensive. Néanmoins, cela sera plus difficile pour les entreprises qui n'ont pas franchi l'étape de l'informatique. Il y aura pour elles deux étapes à franchir.

◆ Mais comment un entrepreneur de PME très axé sur l'opérationnel a-t-il le temps et la possibilité d'appréhender ces enjeux ?
D'abord, qu'il se rassure. C'est un nouveau monde, et tout le monde ou presque essaye de saisir les enjeux, même les grandes entreprises qui achètent de l'expertise. Les dirigeants de PME et TPE doivent se donner du temps pour comprendre, pour faire des choix en connaissance de cause. Ils peuvent être aidés en cela par leurs experts-comptables. Les chambres de commerce aussi organisent des rencontres.

TÉMOINS

« Montrer une image de professionnalisme aux clients grands comptes »



(DR.)

Benoit CLOMENIL
directeur Informatique et Qualité de Bernier
à Brétigny-sur-Orge (Essonne).

Fondée en 1933, la société francilienne Bernier conçoit et fabrique des connecteurs à destination de l'armée. En 2001, l'entreprise en difficulté est rachetée. A l'époque, elle n'a plus que trois collaborateurs pour 100 000 euros de chiffre d'affaires. 14 ans plus tard, Bernier emploie 25 salariés et réalise 7 millions de chiffre d'affaires dont près de 60 % à l'export. Une croissance qui n'aurait pu se faire sans investir dans les solutions numériques. « Nos clients sont des grands comptes. Il fallait que l'on soit au même niveau technique pour les réunions et les échanges », explique Benoit Clomenil, directeur informatique et qualité de Bernier. Le choix se porte sur les solutions de Microsoft (Suite Office, Serveur de messagerie Exchange …) qui par la suite seront basculées dans le Cloud (Office 365). « Ainsi nous n'avons plus besoin de nous occuper du support en interne. » Autre innovation instaurée par la PME : des tablettes tactiles afin d'automatiser le suivi de production. Un investissement modeste (100 euros par terminal) au regard du gain de productivité : « Avant, toutes les informations était manuscrites. Cela devenait inexploitable. Aujourd'hui, les salariés voient directement le planning. Ils savent ce qu'ils ont à faire et nous avons aussi intégré des vidéos. » Le budget annuel pour les solutions Microsoft est d'environ 10 000 euros. « Mais cela nous permet de faire du travail collaboratif et vis-à-vis de nos clients, c'est un gage de qualité de nos prestations car ils constatent que nous sommes capables d'investir dans les mêmes outils qu'eux. »

« Améliorer le service et réduire les délais »

(DR.)

Christine MARQUES
Responsable du back-office de FIMM
à Savigny-sur-Orge (Essonne).

Spécialisée dans les produits lessiviels à destination des machines de nettoyage par ultrasons, la société FIMM (5 personnes en France pour 2,2 millions de chiffre d'affaires) s'est dotée assez tôt d'une solution de gestion commerciale. Mais les collaborateurs ne parvenaient pas à dégager suffisamment de temps pour prendre en charge les prospects. Au risque de perdre des contrats : « En 2012, nous avons décidé de mettre en place un logiciel de CRM (gestion de la relation client) de l'éditeur Sage. Cet outil a changé notre travail et nous a rendus nettement plus réactifs» explique Christine Marques, responsable du back-office de FIMM. La base de données prospects a ainsi été multipliée par deux et le temps dégagé pour gérer le back-office a pu être reporté sur le service client : « avant, la saisie des prospects dans des tableurs était longue et fastidieuse. Désormais tout est intégré. Les solutions communicant entre elles, il est possible d'établir immédiatement un devis avec les prix à jour du catalogue » précise Christine Marques. Tous les collaborateurs de la société ont été formés à la solution qui peut être utilisée sur smartphone et tablette. Là aussi un énorme de gain de temps puisque le commercial peut désormais envoyer directement son rapport au siège. L'investissement est assez lourd pour l'entreprise (3500 euros minimum) mais a été compensé par les bénéfices en termes d'efficacité et de service au client.

« Nous avons franchi le cap du site Internet à la demande de notre clientèle »

(DR.)

Blandine RIMBAULT
responsable de la communication de La Jardinerie (Vendée).

La Jardinerie est une entreprise familiale indépendante qui appartient au groupe Le Bot. Créée en 1987, elle emploie 90 salariés dans six magasins vendéens. Elle n'a pourtant lancé son site Internet qu'au mois d'août dernier. « Cela faisait longtemps qu'on y songeait mais nous avons franchi le cap à la demande de nos clients », explique Blandine Rimbault, responsable de la communication. La première étape de la digitalisation du groupe a été l'ouverture il y a deux ans d'une page Facebook qui compte aujourd'hui 2 047 abonnés. Un moyen de prolonger le lien avec les clients mais qui reste insuffisant. « Les gens nous demandaient souvent s'ils pouvaient voir les produits sur Internet avant de venir en magasin. La vente en ligne s'imposait aussi pour prendre des parts de marché », explique Blandine. Ce projet initié en 2013 a mis un peu de temps à aboutir car la responsable de la communication n'avait pas de formation dans le domaine. « J'étais très motivée et le dirigeant, Alexis le Bot, m'a entièrement fait confiance. » Il a aussi fallu rassurer certains salariés un peu frileux qui craignaient que le développement de la vente en ligne fasse baisser le nombre de clients en magasin. Blandine a rencontré une dizaine de prestataires locaux pour comparer leurs offres. Ses exigences : un site fonctionnel, lisible, coloré avec une prise en main facile. « C'était un de mes critères principaux car je dois pouvoir gérer le site toute seule », indique la responsable de la communication. Coût : 15 000 euros sans les frais de référencement. Côté contenu, on y trouve le catalogue, un service de paiement en ligne, les actualités, des modules de partage sur les réseaux sociaux, des conseils d'expert en jardinerie ainsi qu'un service de drive baptisé Jardi'piéton. Blandine rédige tous les textes et descriptifs et recherche toutes les photos. Elle s'occupe aussi de l'animation des réseaux sociaux avec deux à trois publications par semaine sur Facebook notamment. « Cela représente beaucoup de travail mais c'est aussi beaucoup de satisfaction, explique-t-elle. Cela fait rire mes collègues quand je le dis, mais c'est un peu mon magasin à moi. »

SOLENNE DUROX

(Istock/Cherezoff.)

Le digital c'est vital

Les experts sont formels, si elles veulent survivre, les PME et ETI doivent se projeter d'urgence vers de nouveaux modèles de production.

Certains l'appellent Industrie 4.0, d'autres préfèrent la notion d'Industrie du futur. Quel que soit le terme employé, l'idée est que demain, l'outil industriel va devoir transformer son modèle économique par le numérique. Cela signifie que les systèmes industriels de production et de fabrication qui reposent encore souvent sur des systèmes fermés vont s'appuyer massivement sur des technologies numériques (objets connectés…). Si nos voisins allemands, fortement industrialisés, ont déjà pris une longueur d'avance, le gouvernement français a clairement annoncé ses ambitions concernant l'industrie du futur à travers un grand projet lancé en mai par le président de la République. Les PME et les ETI sont particulièrement visées par ce programme. Il est en effet prévu que des diagnostics leur soient proposés par les régions avec l'appui de l'Alliance pour l'industrie du futur. L'objectif est que d'ici la fin 2016, plus de 2 000 PME et ETI aient bénéficié de diagnostics personnalisés. Mi-septembre, 400 entreprises recrutées au niveau local s'étaient déjà engagées dans la démarche. Dix-huit régions ont dédié un budget de 160 millions d'euros à l'opération. Pour la suite, un appel à projets doit être lancé.
Par ailleurs, le Premier Ministre a annoncé des mesures de soutien aux entreprises qui investiront dans la modernisation de leurs capacités de production : 2,5 milliards d'euros d'avantage fiscal pour les entreprises investissant dans leur outil productif au cours des douze prochains mois et 2,1 milliards d'euros de prêts de développement supplémentaires distribués par Bpifrance aux PME et ETI au cours des deux prochaines années.

Un constat partagé

« L'Industrie du futur est une véritable opportunité pour nos entreprises. Elles vont produire mieux grâce au numérique. Mais il faut se projeter vers de nouveaux modèles. Non plus penser en termes de produits uniquement mais d'usage. Car on ne va plus fabriquer une automobile mais un véhicule de transport », explique Guy Mamou-Mani, président du Syntec numérique qui insiste sur l'urgence pour les PME et les ETI de passer à l'heure du digital, « sinon c'est la mort ». Un constat partagé par de nombreux experts.

http ://www.economie.gouv.fr/lancement-seconde-phase-nouvelle-france-industrielle

La marge de progression reste importante

Connectés, les patrons de PME le sont. Il leur reste à vraiment intégrer le digital à leur stratégie.

Bien, mais peuvent mieux faire. Si les patrons de PME français sont 59 % à être connectés sur les réseaux sociaux, ils ne sont que 44 % à déclarer se sentir concernés par les évolutions liées à l'importance croissante du digital, selon l'étude menée par Ipsos pour AXA Entreprises. Enfin, à peine plus d'un dirigeant sur trois (36%) fait de son développement un de ses principaux objectifs pour l'avenir.

«Les patrons sont des Français comme les autres ! explique avec humour Sabine de Lalun, directrice marketing et services d'AXA Entreprises. Ils sont de plus en plus nombreux à aller chercher de l'information sur les réseaux sociaux : 59% sont connectés, soit une hausse de 12% par rapport au Baromètre 2014.» L'experte met en exergue le temps nécessaire de «l'appropriation et de la maturité», avec une caractéristique culturelle bien française : «La méfiance accompagne la nouveauté.»

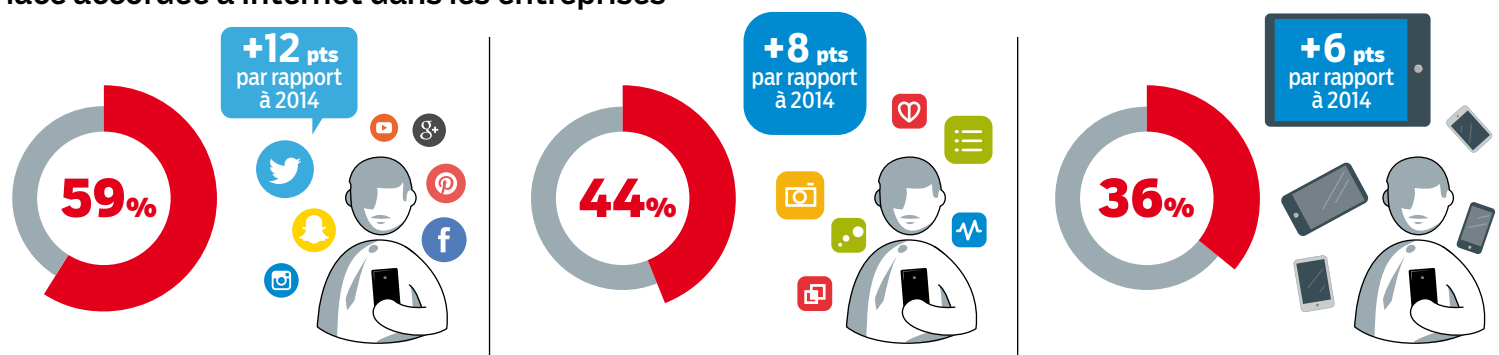
Changement profond dans la relation au client

«En France, souligne Sabine de Lalun, 65% des entreprises ont un site web contre 75% des entreprises européennes.» Il semble pourtant que, passé le temps de l'appropriation, nos chefs d'entreprise aient une vraie capacité d'accélération. «Aujourd'hui il y a plus de start up en France qu'en Grande-Bretagne. L'environnement est très porteur, se félicite Sabine de Lalun. 44 % de dirigeants concernés par Internet, c'est 8 % de plus qu'en 2014.» Si les grosses entreprises ont mis des moyens importants au service de la transformation digitale, c'est plus compliqué dans les petites structures. «Pour les patrons les moins connectés, la transformation est plus lente, mais ils sont déjà un sur trois à avoir intégré Internet dans leur stratégie et je pense que cette proportion va augmenter très vite», assure la directrice marketing et services d'AXA Entreprises. «Le digital implique un changement profond dans la relation au client. Il oblige les entreprises à enrichir leur domaine d'activité et à franchir les frontières.»

Ces nouvelles opportunités de croissance génèrent aussi de nouveaux risques sur le plan de l'e-réputation ou de la protection des informations. «En tant qu'assureur, nous avons un rôle crucial en matière de cyber sécurité, insiste Sabine de Lalun. Avant, un chef d'entreprise redoutait l'incendie, aujourd'hui il craint aussi de perdre ses données. Ces nouveaux territoires entraînent de nouvelles responsabilités.»

■ BÉNÉDICTE ALANIOU

Place accordée à Internet dans les entreprises



Source : 2e édition du Baromètre AXA des préoccupations des chefs d'entreprise

studio.v2

Le nec plus ultra pour les professionnels.

intel inside CORE i7

HP EliteDesk 800 Mini, HP EliteBook Folio 1020, HP EliteBook 840, HP ElitePad 1000, HP EliteDesk 800.
Équipés de processeurs Intel® Core™.

Plus compacts. Plus fins. Plus légers. Cette gamme unique comprend les ordinateurs de bureau professionnels les plus compacts au monde[1], les ordinateurs portables professionnels les plus fins et légers existant de nos jours[2], ainsi que le tout premier BIOS du secteur capable de s'auto-réparer[3]. Les ordinateurs HP Elite se démarquent également par leur extrême durabilité et leurs processeurs Intel® Core™ de 5e génération ultra-performants, qui vous assurent une puissance inégalée pour votre activité. Découvrez les ordinateurs professionnels idéaux pour vos projets les plus importants. Acheter maintenant sur **hp.com/go/elite**

Intel Inside®
pour des solutions optimisées.

[1] Ordinateurs de bureau HP Desktop Mini - Basé sur les ordinateurs de bureau professionnels équipés de processeurs Intel® Core™ de 4e génération, du système d'exploitation Windows Pro et du TPM et totalisant, au 24 février 2015, des ventes annuelles supérieures à 5 millions d'unités.
[2] Gamme HP EliteBook Folio 1020 - Sur la base des ordinateurs portables professionnels dotés de fonctions pré-installées de cryptage, d'authentification, de protection contre les logiciels malveillants et de protection au niveau du BIOS, équipés en option d'une station de travail avec alimentation intégrée, ayant réussi les tests MIL STD 810G et totalisant, au 9 janvier 2015, des ventes annuelles supérieures à 1 million d'unités.
[3] HP Sure Start est uniquement disponible sur les HP EliteBooks.
Intel, le Logo Intel, Intel Inside, Intel Core et Core Inside sont des marques de commerce d'Intel Corporation aux États-Unis et dans d'autres pays.
© Copyright 2015 HP Development Company, L.P.

L'INVITÉ DE LA SEMAINE

« Depuis quarante-trois ans, le groupe Afflelou a su se réinventer »

Opticien et audioprothésiste de formation, Alain Afflelou, 67 ans, a démocratisé les lunettes en misant sur le discount, l'innovation et la publicité. S'il a passé les commandes à Frédéric Poux, président du directoire, il garde un œil sur le groupe qu'il a créé il y a plus de 40 ans.

ALAIN AFFLELOU, *président du conseil de surveillance du groupe Afflelou.*

(LP/Philippe Lavieille.)

◆ Alain Afflelou, c'est plus de 40 ans de croissance régulière. Quelle est votre botte secrète ?

Mon groupe a évolué et grandi face aux épreuves. Quand j'ai ouvert ma première boutique en mars 1972 à Bordeaux (Gironde), j'ai été boycotté par les mutuelles car je n'étais pas syndiqué. J'ai pris le taureau par les cornes et j'ai inventé le discount en proposant des montures à moitié prix. J'ai certes dû baisser mes marges, mais je me suis rattrapé sur le nombre de clients. Aujourd'hui, l'enseigne Afflelou compte quelques 1 200 magasins, principalement des franchisés, répartis dans douze pays, et son chiffre d'affaires s'élève à 757 millions d'euros. Le groupe a toujours été en croissance car depuis 43 ans, nous n'avons cessé d'enrichir le concept du discount tout en inventant de nouvelles offres commerciales.

◆ Comment avez-vous révolutionné le mode de consommation des lunettes ?

Jusqu'au début des années 1990, plus de 90 % des gens qui avaient besoin de lunettes pour voir n'en possédaient qu'une paire. Le prix était, à l'évidence, le seul obstacle à la multi possession. Comme dans notre ADN, il y a le service au consommateur et l'innovation commerciale, je me suis mis à inventer des concepts...

◆ Quels sont vos plus beaux succès ?

Il y a la « Forty » bien sûr, un coffret de quatre paires, créé pour dédramatiser la presbytie et qui a changé la vie de nombreuses personnes. Elle s'est vendue à plusieurs millions d'exemplaires. J'ai commencé avec « le contrat lentilles liberté », qui a démocratisé la lentille, puis il y a eu le verre incassable ou encore Tchin-Tchin d'Afflelou, la deuxième paire pour 1 euro de plus. Son succès est aussi incontestable et son concept a été repris dans le monde entier.... Il y a quatre mois, nous avons inventé Win-Win qui enregistre déjà un très bon démarrage.

◆ Vous avez très vite parié sur la publicité. Pourquoi ?

Avec l'innovation, c'est le deuxième pilier de ma stratégie de développement. Dès 1985, je fais le pari de la publicité avec la campagne « La moitié de votre monture à l'œil chez Alain Afflelou », réalisée par l'agence RSCG de Jacques Séguéla. Et là on fait un malheur : les gens font la queue devant nos magasins. Alors que je n'étais pas trop favorable à utiliser ma personne dans les campagnes, je finis par accepter « On est fou d'Afflelou », où je suis porté par des femmes. Là encore c'est un énorme succès. J'ai travaillé par la suite avec les plus grandes agences, de Publicis à BETC, aujourd'hui.

◆ Quel budget consacrez-vous à la communication ?

Depuis 25 ans, nous lui consacrons 7 % de notre chiffre d'affaires. Nous avons eu aussi beaucoup de campagnes avec des gens connus, comme le cycliste Laurent Fignon pour nos verres incassables, les acteurs Jean Yann, Jacques Perrin et Anouk Aimée pour notre offre « Forty » ou encore la star internationale Sharon Stone qui est notre égérie.

◆ Que pensez-vous de l'optique en ligne ?

C'est un flop tant en France qu'à l'international. Je reste persuadé que les gens ont besoin d'essayer leurs lunettes. Mais cela ne nous empêche pas d'être présents sur Internet. Nous avons développé un site ultra moderne qui permet notamment de scanner son visage et d'essayer virtuellement tous nos modèles grâce à la technologie exclusive Ditto. Internet, c'est donc très bien pour préparer son achat, avoir des informations pratiques. Mais ce n'est pas un enjeu pour nous.

◆ Quels sont les enjeux pour votre groupe ?

Continuer à croître dans un marché atone voir négatif. Nous sommes en train de remailler notre réseau. Nous fermons les magasins trop petits ou en perte de vitesse, mais nous en ouvrons autant de plus grands et mieux placés, dans les centres commerciaux, par exemple. Concernant nos implantations, je souhaite que personne ne soit distant de plus de 30 km d'un magasin Afflelou.

◆ Et à l'international ?

L'international pèse 30 % de notre activité et cela me va parfaitement car il ne faut pas mettre tous ses œufs dans le même panier. Nous sommes très présents en Espagne et au Portugal. Nous venons d'ouvrir nos premiers magasins en Tunisie, et nous espérons annoncer prochainement un contrat dans un grand pays...

◆ Que pensez-vous du système de remboursement des lunettes ?

Il est malsain, car il laisse supposer aux gens que c'est un dû de ne rien payer pour ses lunettes. On déresponsabilise les gens, et cela est vrai dans toutes les branches de la santé. Mais il est vrai que les tarifs de remboursement de la Sécurité sociale, qui n'ont pas été revalorisés depuis 40 ans, n'ont pas suivi l'évolution du coût de la vie. Les mutuelles, pour avoir des clients, se sont lancées dans une surenchère d'offre « une paire de lunettes par an », et les opticiens ont suivi.

◆ Vous dénoncez un marché de l'optique qui ne tourne plus très rond...

Il y a cinq ans, il y avait 8 000 opticiens, aujourd'hui, nous sommes 12 000. Chaque année, 2 000 nouveaux opticiens arrivent sur le marché et ça fait 1 800 chômeurs. Il y a aussi trop d'écoles. On en compte une centaine contre quatre quand j'ai fait mes études... L'Etat devrait, au mieux, réguler et au moins, informer les jeunes qui veulent devenir opticiens sur l'avenir qui les attend. Ce n'est plus un secteur où on trouve du travail et où on gagne très bien sa vie.

◆ Il y a trois ans, vous vous êtes lancés dans l'audition. Quel bilan en tirez-vous ?

Je suis également audioprothésiste de formation. Nous avons 130 magasins et cela se développe bien. Là encore, je souhaite démocratiser en proposant des offres commerciales uniques. Après Tchin-Tchin, nous proposerons bientôt le concept Win-Win pour l'audio. C'est encore un petit marché mais qui est amené à se développer car, dès 60 ans, tout le monde devrait être équipé ! Nous avons dégagé 16 millions d'euros de résultat en progression de 50 % sur un an.

◆ Êtes-vous pour l'ouverture des magasins le dimanche ?

Si tous les opticiens ouvrent, cela n'a aucun intérêt car nous sommes des petits commerçants. Personnellement, j'y suis opposé car si j'avais dû ouvrir le dimanche, c'est ma vie de famille qui explosait...

> ***« Nous sommes très bien implantés : personne n'est éloigné de plus de 30 km d'un magasin Afflelou »***

◆ Vous avez quitté Paris pour Londres il y a trois ans. Êtes vous parti pour des raisons fiscales ?

Absolument pas. Je reste un citoyen français qui vit à Londres et qui paye en France, une partie de ses impôts sur le revenu et l'ISF. Ce qui n'est pas rien.. Quand, il y a trois ans, j'ai passé les commandes du groupe à Frédéric Poux, devenu président du directoire j'ai trouvé judicieux de quitter Paris.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR SANDRINE BAJOS

Le chiffre À RETENIR

15%

de part de marché –

C'est ce que pèse le groupe Afflelou dans les ventes d'optique en France.

AUTOMOBILE

Soixante ans après son lancement, la mythique DS est devenue une marque

Le groupe PSA veut le faire savoir avec une campagne télé à la gloire de la « Plus belle voiture du XXe siècle », signée La Maison, l'agence luxe de Publicis.

Il y a tout juste 60 ans, le 6 octobre 1955, Citroën révolutionnait le secteur de l'automobile en présentant sa première DS sous la verrière du Grand Palais à Paris. Bourrée d'innovation, cette voiture futuriste va connaître un succès fulgurant et devenir un mythe. Le jour même de sa présentation, 12 000 commandes sont passées. Du jamais vu. La DS connaîtra une longévité exceptionnelle puisque Citroën la commercialisera jusqu'en 1975. En 20 ans, la DS va se vendre à près d'1,5 million d'exemplaires et entrera dans le patrimoine culturel français. Élue voiture la plus belle du XXe siècle devant une Ferrari et une Jaguar, la DS, conduite par Fantomas, est aussi une star de cinéma.

Star de cinéma

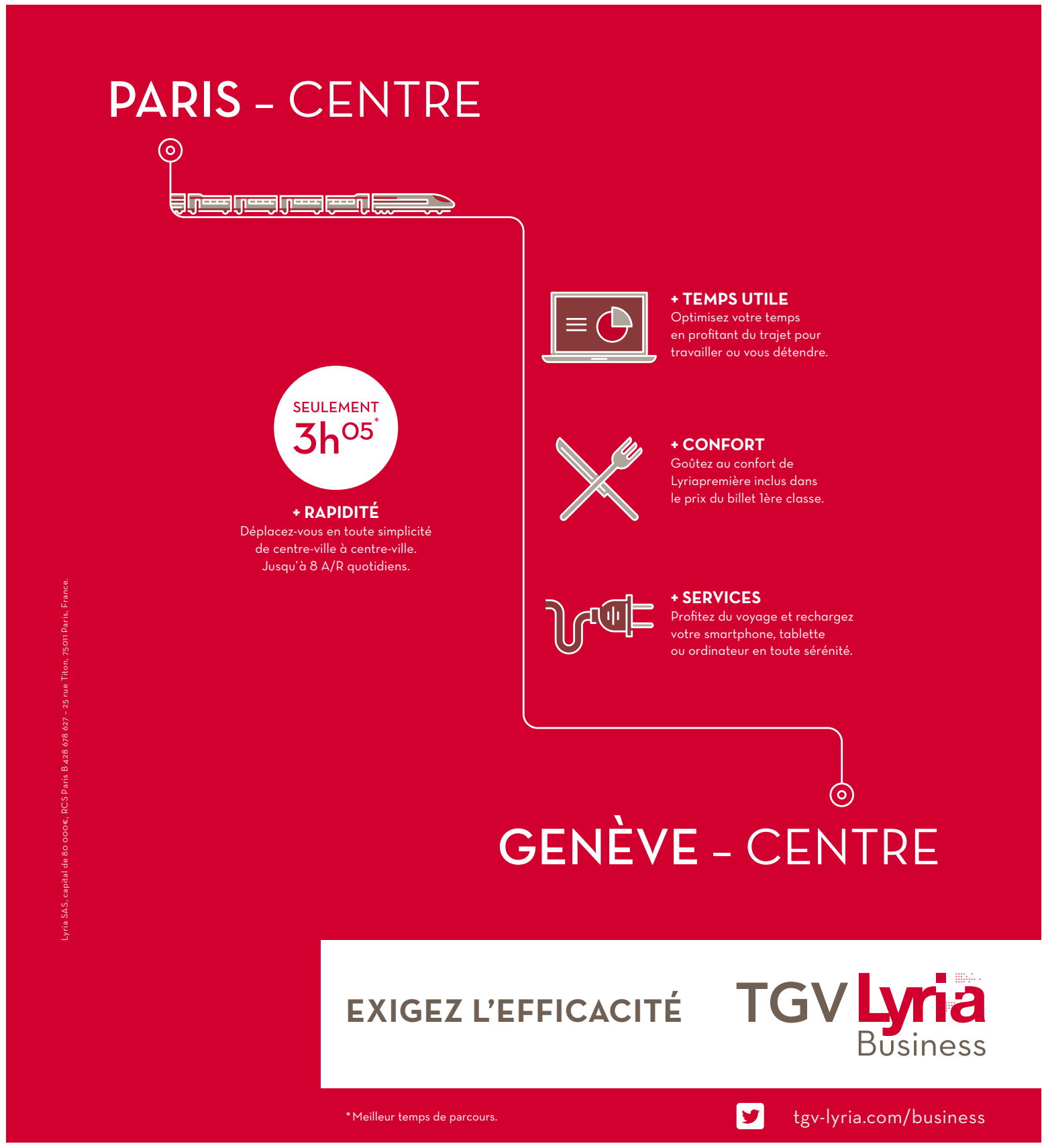
Citroën n'a jamais réussi à archiver définitivement cette pépite. Il y a tout juste trois ans, le groupe Peugeot-Citroën (PSA) lançait la DS3, bien décidé à redonner ses lettres de noblesse à la voiture de luxe made in France. Et en juin 2014, PSA a choisi d'en faire une marque à part entière aux côtés de Peugeot et Citroën. « Fort du savoir-faire de la légendaire DS Classique qui a toujours été à la pointe de la technologie mais aussi de son incroyable capital sympathie, PSA a pris le pari de lancer une nouvelle marque qui doit permettre à l'automobile française de renouer avec le haut de gamme, explique Yves Bonnefont, directeur de la marque DS. Notre territoire est une alliance de technologie et de raffinement, avec la volonté d'être élégant sans être prétentieux. » A ce jour, plus de 500 000 nouvelles DS ont été vendues dont 77 % en Europe et 23 % en Chine, pour un prix allant de 15 950 à 46 550 euros.

Aujourd'hui, le constructeur profite des 60 ans de sa DS classique pour lancer une campagne publicitaire à la hauteur des ses ambitions. Avec La Maison, l'agence de publicité du groupe Publicis dédiée au seul secteur du luxe, il entend faire partager au plus grand nombre son faire-part de renaissance : «La nouvelle marque DS célèbre les 60 ans de la DS». Le 6 octobre, et seulement ce jour anniversaire, un film publicitaire d'une minute, contre les 30 secondes classiques d'un spot TV, sera diffusé une seule fois sur les grandes chaînes (TF1, France 2, France 3, Canal + et M6) aux heures de prime-time, avant ou après la grande messe du 20H.

L'idée est de célébrer «l'esprit d'avant-garde de la DS, voiture mythique et fleuron de l'industrie automobile française», souligne Charles Georges-Picot, président de La Maison. L'agence a pris le parti de jouer sur la complémentarité entre le DS classique et la nouvelle DS. Deux DS, deux voix, l'une d'un jeune enfant, l'autre d'un homme mûr, vraisemblablement son grand-père, commentent des images des deux DS : «Nous sommes l'avant garde (...), notre tâche est de faire avancer le monde (...) nous ouvrons la voie (...) nous défrichons la voie, (...), mais jamais, jamais nous ne suivons la voie».

SANDRINE BAJOS

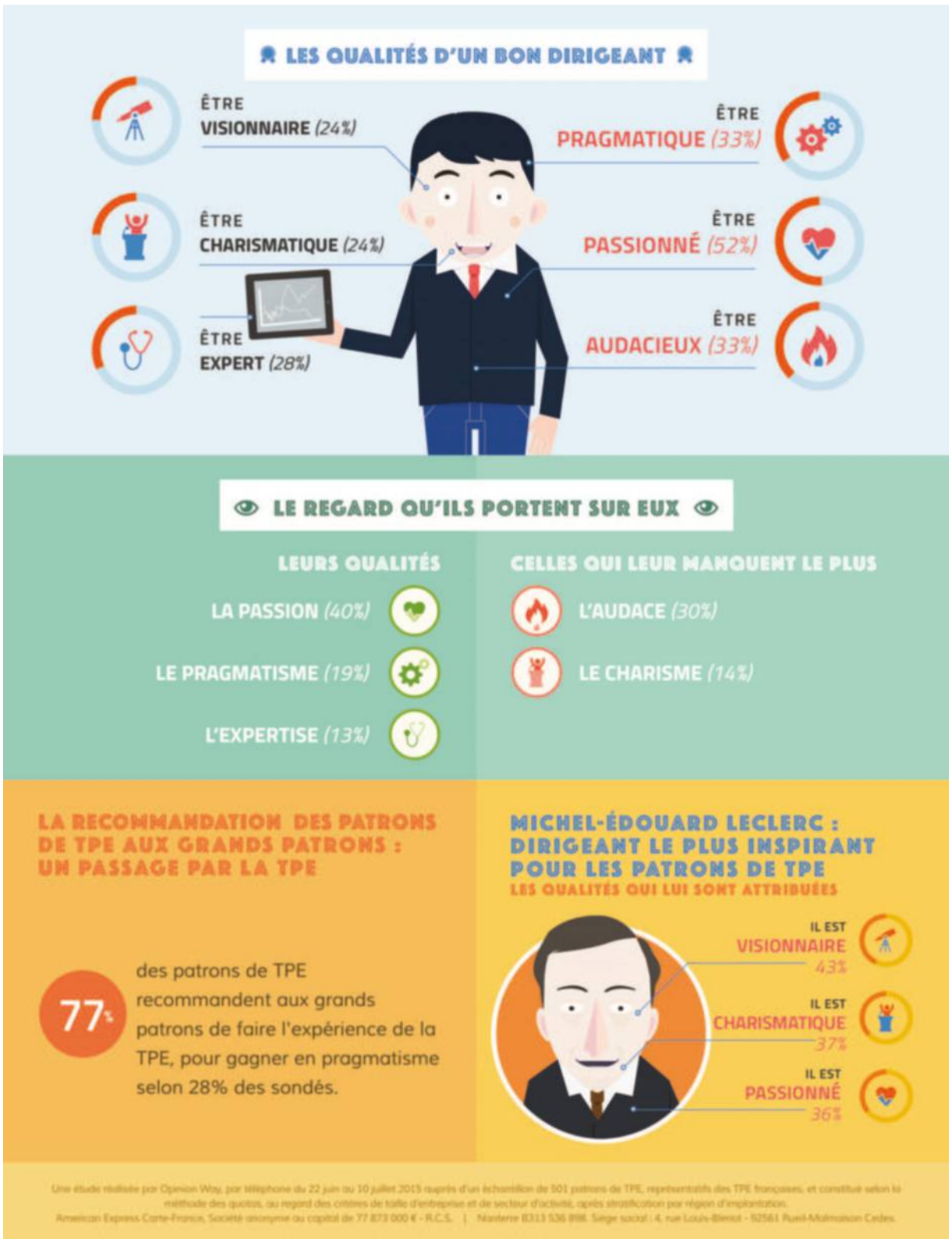
Une image du clip publicitaire qui sera diffusé le 6 octobre, juste avant le 20H. (DR.)



DÉCRYPTAGE

Les patrons de TPE sont pragmatiques et passionnés

Dans le troisième volet de l'enquête American Express, les dirigeants de TPE analysent les qualités dont ils doivent faire preuve.



Passionné, pragmatique et audacieux : ce sont les trois qualités essentielles d'un patron, selon les chefs d'entreprises interrogés par Opinion Way pour American Express Small Business. La passion arrive en tête pour plus d'un dirigeant sur deux (52 %). «Ce n'est pas surprenant car diriger sa société, c'est un choix qui repose sur la passion d'entreprendre et de créer », analyse Christophe Brouttier, vice-président Cartes pour les petites et moyennes entreprises American Express France. En deuxième position, on trouve, ex-aequo, le pragmatisme et l'audace. Cette dernière est celle qui leur fait le plus défaut selon un tiers (30%) des patrons interrogés. Quand on demande à ces dirigeants de TPE et PME, quel est le grand patron qui les inspire, c'est Michel-Edouard Leclerc qui recueille la majorité des suffrages (19 %). le PDG de l'enseigne de distribution est particulièrement reconnu pour sa vision, son charisme et sa passion. Il est suivi par le patron de Free, Xavier Niel (17 %) qui le détrône sur le critère du pragmatisme (37 %).

Mais un tiers des dirigeants interrogés ne se reconnaissent dans aucune figure emblématique de la vie économique française. «Ces patrons de TPE et PMe ont le sentiment de vivre un quotidien très différent», confirme Christophe Brouttier. A 77 %, ils invitent d'ailleurs les grands patrons à avoir une expérience à la tête d'une TPE, «véritable école de la réalité économique».

BÉNÉDICTE ALANIOU

LE TABLEAU DE BORD

LE CHIFFRE DE LA SEMAINE

0,70 euro

Ce sera le nouveau prix du timbre vert à partir du 1er janvier 2016, contre 0,68 euro aujourd'hui.
Le timbre rouge (lettre prioritaire) passera lui de 0,76 à 0,80 euro.

LES CHIFFRES DE LA CONSOMMATION

		par rapport au mois précédent
Inflation (août 2015)		**+ 0,3 %**
dont	Énergie	- 1,9 %
	Alimentation	- 0,1 %
	Produits manufacturés	+ 1,6 %
	Services	+ 0,2 %
Consommation des ménages		**+ 0,0 %**

Les dépenses des ménages en biens sont restées stables en août (+0,0%), après une hausse de 0,3% le mois précédent. En juillet, elles avait été tirées par les dépenses d'énergie (+1,5%), d'habillement (+2%) et d'équipement du logement (+2,1%). En août, avec la fin des soldes d'été, les dépenses d'habillement ont fléchi (-0,3%), tout comme les dépenses alimentaires (-0,2% après -0,3% en juillet). Sur juin-juillet-août, la consommation en biens des ménages grimpe de 0,7% par rapport aux trois mois précédents.

Indices des loyers (au 2e trimestre 2015) En variation annuelle	**125,25** **+ 0,08 %**

LE MARCHÉ DU TRAVAIL

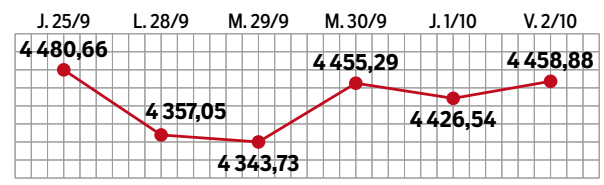
Salaires (A partir du 1er janvier 2015)

	Minimum horaire brut	Minimum horaire net
	9,61 €	7,53 €
35 h	1 457,52 €	1 142,07 €

Chômage (août 2015)	(sans les DOM-TOM)
Demandeurs d'emploi (Cat. A, B, C)	5 420 900
% de la population active (2e trimestre 2015) *Source : INSEE*	10,3 %
Variation sur le mois précédent	+ 0,2%

ÉPARGNER

CAC 40 **- 0,49 %**



Livrets A/bleu (net)	PEL (brut)	Euro/dollar
0,75 %	2 %	1 € = 1,1270 $ Cours le 2 octobre

EMPRUNTER

Taux fixe pour un emprunt immobilier		
	Sur 15 ans	Sur 20 ans
Taux moyen	2,30 %	2,55 %
Taux minimum	1,80 %	1,98 %
Taux minimum des crédits à la consommation sur un an	2,75 %	

Source : Baromètre Empruntis.com, taux moyens hors assurance.

LE RENDEZ-VOUS START UP AVEC PARIS&CO

Option start up pour les collégiens et lycéens

« Les élèves ont particulièrement apprécié de voir comment une imprimante 3D pouvait fabriquer des objets et de pouvoir les manipuler », relate une enseignante d'un lycée du XVIIe arrondissement, ayant participé à l'édition 2013 d'Option Start up. Cette année encore, les 15 et 16 octobre, les start up de quarante lieux d'innovation parisiens ouvriront leurs portes pour faire entrer près de 4 000 collégiens et lycéens de troisième et seconde dans le monde de l'innovation. L'objectif de cet événement porté par la Ville de Paris et Paris&Co ? Faire découvrir les métiers du numérique, les dynamiques de la création d'entreprise et le quotidien des incubateurs de start up à des jeunes en pleine réflexion sur leur future orientation.

Une partie des 130 classes de troisième et seconde sont d'ores et déjà inscrites à l'un des 130 parcours imaginés par les start up impliquées dans cet événement. Ils toucheront entre autres du doigt la poubelle connectée de Uzer, le principe de production d'énergie à partir de résidus de céréales d'Agronergy, la solution de parking partagé de Zenpark ou encore le robot interactif de Leka conçus pour les enfants atteints d'autisme et pourront goûter les boissons à base de spiruline d'Algama.

Plus de 500 élèves en 2013

La précédente édition *(NDLR, en 2013, l'événement n'ayant pas eu lieu en 2014)* avait mobilisé quinze lieux d'innovation, dix-huit écoles et plus de 500 élèves. Côté start up, les équipes seront mobilisées pour accueillir les élèves et leurs professeurs. Patrick Marchal, co-fondateur de la jeune entreprise We Want to Know, qui propose des jeux permettant d'apprendre les maths en s'amusant, a été impliqué lors de l'édition 2012 : « C'est intéressant car il faut toujours être au contact du public pour constater ce qui plaît ou ne plaît pas et en interne, ce genre d'événement motive les troupes ! »

« Pour les start up, présenter leur activité devant des élèves, cela change des pitchs habituels. Les questions sont assez franches, mais c'est un exercice intéressant », note un représentant de l'incubateur Telecom Paris Tech.

Concrètement, certains élèves ont eu l'occasion d'expérimenter les services développés par les start up : à l'incubateur Nouveaux Médias par exemple, chaque groupe a produit, grâce à l'outil DraftQuest, trois courts chapitres qui ont été ensuite intégrés dans l'outil de création de magazine Madmagz. La dernière étape consistait à utiliser la solution d'enrichissement d'ONprint, leur permettant de créer des liens entre les pages du magazine et des ressources du Web. « Les élèves ont été très stimulés et motivés par l'expérience », affirme Nicolas Rodelet, chef de projet chez Paris&Co. Certains ont même gardé le contact pour envisager des stages de fin d'année dans le milieu des start up.

ELSA SIDAWY

Plus d'infos et inscriptions : http ://www.optionstartup.paris/#optionstartup

L'édition 2012 de l'opération Option start up. (DR.)

À l'arrivée, chaque cliente de Nocibé se sent unique. Au départ, il y a la logistique sur mesure de La Poste.

Comment gérer et personnaliser des milliers de commandes en ligne chaque semaine ? C'est le défi relevé par Viapost, la filiale logistique de La Poste, pour Nocibé. Gestion des stocks, préparation des commandes en ligne, emballage personnalisé, expédition et livraison. Nos experts s'occupent de tout !
Avec La Poste Solutions Business, découvrez le e-commerce sur mesure, performant et toujours plus innovant.

3634 la ligne BUSINESS
0,34€ TTC/min. à partir d'un poste fixe

DÉVELOPPONS LA CONFIANCE | LA POSTE SOLUTIONSBUSINESS

La Poste – SA au capital de 3 800 000 000 € - 356 000 000 RCS Paris - Siège social : 44, boulevard de Vaugirard – 75757 Paris Cedex 15 – Crédits photo Thinkstock - HAVAS WORLDWIDE PARIS

Arthur Bonnet, l'artisan industriel

Le cuisiniste, passé sous pavillon italien, est resté fidèle à ses origines françaises. Il se concentre sur l'hexagone, avec un fort potentiel de progression, sans chercher à conquérir les marchés étrangers.

La fiche D'IDENTITÉ

(DR.)

- **Directeur :** Vincent Jung
- **Siège social :** Saint-Philbert-de-Bouaine (Vendée)
- **Chiffre d'affaires 2014 :** 85 millions d'euros sur le réseau.
- **Effectif :** 285 personnes sur le site de production et au siège et 600 personnes employées par les concessionnaires exclusifs dans le réseau.

DATE DE CRÉATION 1973

(DR.)

L'actualité de la marque

Positionnement

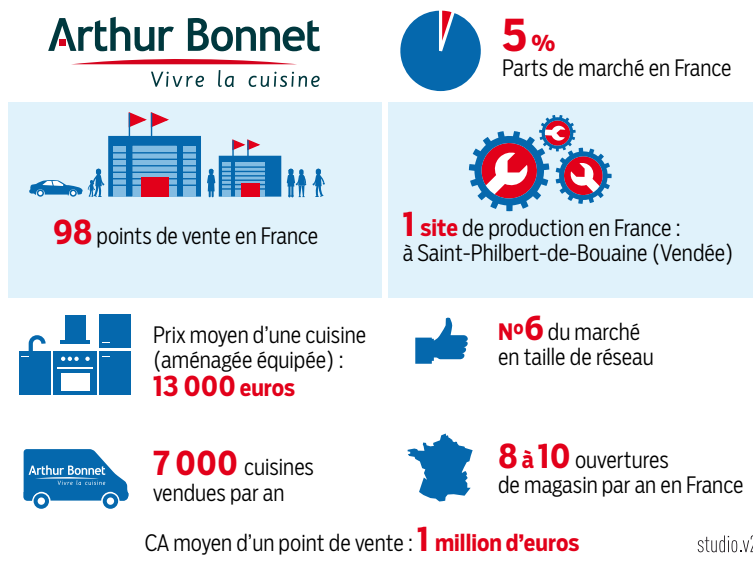
Arthur Bonnet, le fondateur de la marque, s'est installé dès 1927 en tant qu'artisan menuisier à Généton en Loire-Atlantique. Il réalisait alors pour ses clients des meubles, vaisseliers, buffets en bois. A partir des années 1950, ses sept fils reprennent l'entreprise et la développent au niveau national autour des buffets de cuisine. Dans les années 1960, les cuisines aménagées arrivent en France, notamment grâce à la société Bonnet, qui est l'un des premiers fabricants français à lancer ses propres modèles. En 1973, elle devient la marque Arthur Bonnet et s'engage dans le développement de son réseau de distributeurs exclusifs. A partir de 1987, l'enseigne est plusieurs fois revendue (notamment au groupe Pinault), elle est finalement rachetée en 2000 par le groupe Italien Snaidero. Arthur Bonnet est essentiellement vendu en France et avec un positionnement milieu/haut de gamme.

Stratégie

« Depuis son rachat en 2000, Arthur Bonnet est une marque qui est montée en gamme pour devenir plus premium, annonce son directeur Vincent Jung. Le prix moyen d'achat est autour de 13 000 euros alors qu'il est plutôt autour de 6 000 ou 7 000 euros en moyenne sur le marché français. Nous proposons des cuisines 100 % made in France, de grande qualité, avec un esprit résolument design qui nous permet de nous différencier de nos concurrents plus attachés aux valeurs d'usage et à la fonctionnalité de la cuisine. » Arthur Bonnet a fait le choix de travailler avec certains grands designers, d'obtenir le label Origine France garantie (en 2012), de proposer du sur-mesure et d'installer des « ateliers » déco dans ses points de vente pour devenir une marque de référence qu'on choisit par goût et pour ses lignes. « Depuis la fin des années 2000, nous proposons également des solutions d'aménagement des pièces jouxtant la cuisine telles que le salon ou la salle à manger. » Mais sur les 85 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés par ses 98 points de vente, 95 % restent générés par les ventes de cuisines aménagées. La marque a commencé à s'internationaliser timidement en ouvrant des points de vente au Luxembourg ou en Belgique. Mais avant de s'exporter elle préfère densifier son maillage dans l'Hexagone. « Le taux d'équipement des ménages français (60 à 65 %) est très inférieur à ceux de l'Allemagne, de l'Italie, du Royaume-Uni ou de l'Espagne (plus de 80 %), ajoute Vincent Jung. Nous espérons donc ouvrir 8 à 10 points de vente en France par an pour comptabiliser 130 magasins d'ici 2018. »

Politique sociale

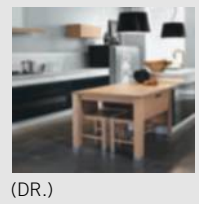
L'usine et le siège social de la marque, installés à Saint-Philbert-de-Bouaine en Vendée, emploient 285 personnes. Et le réseau de distribution emploie plus de 600 personnes. Pour ouvrir un point de vente (en concession exclusive), les candidats doivent débourser entre 60 000 et 80 000 euros d'apport, mais la marque ne leur demande ensuite pas de droit d'entrée pour rejoindre son réseau et ne prélèvera pas non plus de commission sur leur chiffre d'affaires. « Nous avons une stratégie de fabricant et pas de franchiseur », explique la direction. Une formation de plus de deux mois en immersion dans l'usine et le réseau est ensuite obligatoire.



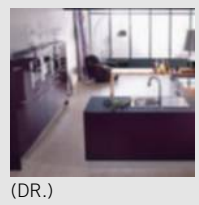
Les produits qui CARTONNENT

(Jean-Paul Hubert.)

- **Harmonie**
Il s'agit d'un modèle de la ligne Collections proposé en mélaminé ou en stratifié avec des finitions acryliques, des reliefs en bois, ou des détails très déco. Ces cuisines lancées en 2004 génèrent aujourd'hui 30 millions d'euros de chiffre d'affaires et environ 2 500 ventes par an. Prix : entre 8 000 et 15 000 euros en moyenne.


(DR.)

- **Rendez-Vous**
Ce modèle de la ligne Signatures a été lancé en 2009 et signé par le designer, ébéniste et compagnon du devoir Thibault Desombre. Fin 2014, Arthur Bonnet vendait sa 1 000e cuisine de ce modèle. Prix : de 13 000 à 20 000 euros en moyenne.


(DR.)

- **Les laques 7 couches**
Ces laques brillantes de haute qualité sont des finitions disponibles sur les modèles Rive Gauche et Rive Droite de la ligne Collections. Elles génèrent un chiffre d'affaires annuel d'environ 5 millions d'euros. Prix d'une cuisine laquée haute qualité : entre 13 000 et 20 000 euros.

L'AVIS DE L'EXPERT

Christophe CHAPTAL DE CHANTELOUP
fondateur du cabinet CC&A, expert en stratégies de marques.

Les points forts

« C'est une entreprise de culture familiale (même si elle appartient désormais à un groupe italien). Basée en France, elle a conservé son ADN d'artisan et cela se sent dans son positionnement, sa signature de marque (« En cuisine tout est affaire de goût »). La marque joue également sur son côté 100% made in France pour signifier qu'elle fabrique des produits de qualité. Elle travaille avec des designers français. Sa gamme de modèles est claire et peu étendue, ce qui souligne son positionnement haut de gamme et qualitatif. Comme Schmidt, elle travaille avec un réseau de concessionnaires exclusifs. »

Les points faibles

« Son réseau de distribution est assez peu étendu, on ne trouve pas de concessionnaire Arthur Bonnet partout en France. La marque a choisi d'être présente à la fois dans des points de vente installés en centres villes et dans des show room en périphérie et zones commerciales. Pour jouer jusqu'au bout la carte du haut de gamme, elle aurait peut être dû choisir uniquement le cœur des villes où les cuisinistes sont assez peu nombreux. La marque n'exporte pas ou très peu et ne profite donc pas pleinement de sa bonne image de cuisines de qualité et de sa french touch si prisée à l'étranger. »

Schmidt, le fabricant exportateur

Avec ses deux marques, Schmidt et Cuisinella, le cuisiniste alsacien dispose du maillage de concessionnaires le plus dense et le plus large à l'international. Une vocation inscrite dans son ADN franco-allemand.

(Marc Barral Baron.)

La fiche D'IDENTITÉ

(REA/Frédéric Maigrot.)

- **PDG :** Anne Leitzgen, présidente du groupe SALM (Schmidt / Cuisinella)
- **Siège social :** Lièpvre (Haut-Rhin)
- **Chiffre d'affaires 2014 :** 825 millions d'euros sur le réseau Schmidt (dont 610 millions d'euros en France).
- **Effectifs :** 1 500 personnes sur les sites de production et au siège et 4 000 concessionnaires.

DATE DE CRÉATION 1989

L'AVIS DE L'EXPERT

Christophe CHAPTAL DE CHANTELOUP
fondateur du cabinet CC&A, expert en stratégies de marques.

Les points forts

« Le groupe SALM qui détient Cuisinella et Schmidt est désormais le numéro 1 français de la cuisine et le N°4 européen. C'est un leader industriel fort mais qui a su rester une entreprise familiale indépendante, toujours basée en Alsace. L'entreprise a quatre sites de production dont un en Allemagne. C'est une grosse machine industrielle avec une approche commerciale très offensive. La gamme des cuisines Schmidt est conséquente et permet de couvrir toutes les attentes des consommateurs. On sent la volonté de faire des volumes de ventes importants tant en France qu'à l'export. Le positionnement de Schmidt se veut moyen haut de gamme mais avec des prix abordables. »

Les points faibles

« On ne perçoit pas de style très marqué dans les cuisines Schmidt. Elles sont très variées et très fonctionnelles, utilitaires, mais pas franchement identifiables par un trait ou un design particulier. Le positionnement n'est pas très clair. Les consommateurs ne savent pas vraiment si c'est une marque plus haut de gamme que les autres ou non. D'où son image d'industriel qui cherche avant tout à faire tourner ses lignes de production. Une stratégie simple, qui n'empêche apparemment pas la marque ni le groupe SALM de dominer le marché… »

SCHMIDT

20 % Parts de marché en France

311 concessionnaires exclusifs en France, Belgique et Suisse Romande et **460** dans le monde

3 sites de production en France : Sélestat (Bas-Rhin), Bergheim et Lièpvre (Haut-Rhin) **+ 1 site** en Allemagne

Prix moyen d'une cuisine (aménagée équipée) : **6 000 à 10 000 euros**

1er réseau cuisiniste en France et en Europe

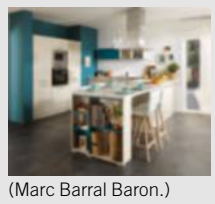
~ 60 000 cuisines vendues par an

Une trentaine d'ouvertures de magasin par an en Europe

CA moyen d'un point de vente : **1,5 million d'euros**

studio.v2

Les produits qui CARTONNENT



(Marc Barral Baron.)

• Arcos
C'est le modèle (en panneaux de particules) best-seller de la marque. Lancé en 1985, il représente plus de 46 % des ventes de cuisines Schmidt. Prix : à partir de 5 000 euros la cuisine équipée à plus de 25 000 euros.

(DR.)

• Le bois massif
C'est un savoir-faire unique détenu chez Schmidt : la marque peut créer des portes et finitions en bois massif traditionnelles ou très contemporaines, pour certains de ses modèles comme les cuisines Aragon. Le bois massif représente aujourd'hui 10 à 15% des ventes. Prix : cuisine en bois massif de 8 000 à 15 000 euros.

(DR.)

• Schmidt placards
Lancées en 2004, les gammes de placards et de solutions de rangement sur-mesure pour toute la maison sont en très forte croissance depuis 3 ans (+ 40 % par an). La marque dispose aujourd'hui de sept points de vente dédiés, Schmidt Placards. Prix moyen d'un dressing : 1 500 euros.

L'actualité de la marque

Positionnement

L'entreprise est fondée en 1934 par Hubert Schmidt, alors constructeur de maisons clés en main et toutes équipées, notamment de cuisines meublées avec des buffets en bois. En 1959, le siège social de l'entreprise s'installe en France, à Lièpvre (Haut-Rhin) après avoir été longtemps basé en Allemagne. L'entreprise réalise alors 300 000 euros de chiffre d'affaires et emploie 57 salariés. En 1983, le groupe SALM (Société alsacienne de meubles) est créé, et en 1989, la marque Schmidt lancée autour d'un réseau de concessionnaires indépendants et exclusifs. La marque se positionne comme un fabricant français de cuisines à la fois design, fonctionnelles et de qualité mais restant accessibles au plus grand nombre.

Stratégie

La marque a aujourd'hui le premier réseau d'Europe de concessionnaires de cuisines. Elle vend environ 60 000 modèles par an pour des prix moyens allant de 6 000 à 10 000 euros. Schmidt est la marque haut de gamme du groupe SALM qui détient aussi Cuisinella et c'est également celle qui a le maillage le plus dense et le plus développé à l'international. L'export représente 215 millions d'euros sur les 825 millions d'euros de chiffre d'affaires réalisés en 2014. « Notre double culture franco-allemande nous a poussés très tôt à l'international, explique Anne Leitzgen, la présidente du groupe SALM. D'abord avec les pays limitrophes, puis peu à peu vers la Scandinavie, tout le continent européen, et même maintenant au Liban ou en Australie. L'international est un levier de croissance fort, qui nous permet de limiter les risques liés à un seul marché, et cela nous encourage surtout à répondre toujours mieux aux exigences des clients de tous les pays. Ce qui a le mérite d'aiguiser notre capacité d'innovation. » La valeur ajoutée des produits Schmidt, au-delà du made in France fabriqué à la commande, reste la personnalisation de tous les modèles et le sur-mesure au millimètre sans surcoût.

Politique sociale

Schmidt est sans doute l'un des rares fabricants de cuisines à détenir autant de labels et de certifications au niveau social et environnemental (Iso 9001, 14001, 18001, 50 001, bois PEFC, etc). Le siège social a ouvert sa crèche d'entreprise, la marque travaille avec des fournisseurs de proximité, fait du mécénat au niveau local et réduit ses dépenses énergétiques. « C'est une gestion de bon sens, évidente pour une entreprise indépendante et familiale, explique sa présidente. Je suis une écolo-convaincue et nous sommes également persuadés que des salariés heureux et fiers sont plus performants. » Schmidt recrute en interne pour son siège et son usine entre 50 et 200 personnes par an (production, maintenance, commerciaux) et également pour son réseau (vendeurs, poseurs). Pour devenir concessionnaires exclusif, pas de ticket d'entrée ni de royalties à verser, mais un apport personnel de 50 000 à 80 000 euros est exigé pour ouvrir le magasin qui coûte entre 300 000 et 400 000 euros.

DOSSIER RÉALISÉ PAR SOPHIE STADLER

VOS DROITS

Posez vos questions pas mail à :
mlaghouati@leparisien.fr

◆ J'envisage d'équiper les camionnettes de livraison de mon entreprise de systèmes de géolocalisation. Ai-je des obligations en la matière ?
La mise en place de tels dispositifs dans les véhicules professionnels est légale. Cette informatisation permet de mieux maîtriser la relation client, de la livraison à la facturation ou à la gestion d'éventuelles contestations. Mais la géolocalisation est aussi un système de contrôle sur vos livreurs dans leurs déplacements à un instant donné ou en continu. Dès lors, elle est un moyen de collecter des informations personnelles. C'est pourquoi cette installation doit faire l'objet en amont d'une déclaration à la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil). Vous devrez vous conformer à ses prescriptions. Notamment, n'utiliser les données collectées que dans l'exercice professionnel de vos salariés et les autoriser à désactiver ce système en dehors de leur temps de travail, c'est-à-dire lors des trajets entre leur domicile et leur lieu de travail par exemple. Rien ne vous empêchera cependant de leur demander des explications en cas de désactivations infondées.

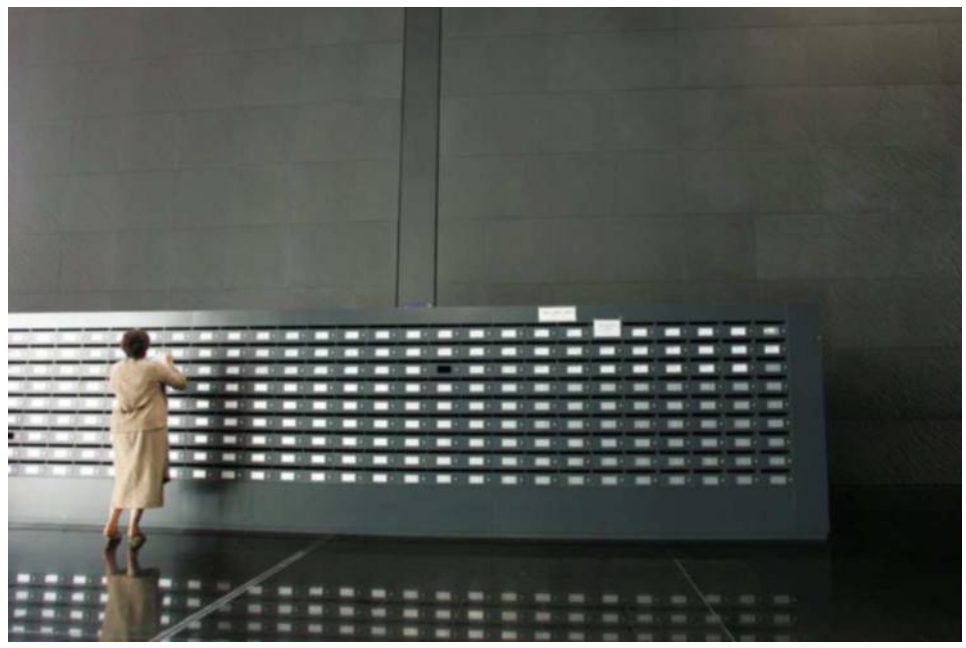
◆ Est-il vrai que la paperasserie nécessaire à la création d'une société est allégée, notamment au regard du dépôt des statuts ?
Effectivement, la loi de décembre 2014 relative à la simplification de la vie des entreprises a assoupli les démarches administratives nécessaires à l'enregistrement des statuts des sociétés en création. Une fois la forme juridique déterminée et les statuts rédigés, il n'est plus nécessaire de multiplier les dépôts. Il suffit de déposer un seul exemplaire des statuts au Centre de formalités des entreprises pour être libéré d'autres démarches. Ce dépôt peut se faire sur place ou par voie électronique. Il est gratuit dès lors que les statuts sont établis sous seing privé. Dans les deux cas, le créateur reçoit immédiatement un récépissé comportant la mention en attente d'immatriculation et un numéro unique d'identification de l'entreprise attribué par l'Insee. C'est le CFE qui se charge de transmettre vos statuts au service des impôts de l'enregistrement.

■ YVES THOMAS

ÇA COÛTE OU ÇA RAPPORTE ?

Faire domicilier son entreprise

Tout créateur d'entreprise peut utiliser une adresse postale différente de son adresse personnelle. Les tarifs varient en fonction de la localisation et du niveau de services proposé par le domiciliataire.



(LP/Carol Amar.)

15 136
entreprises
sont, selon le Synaphe — le syndicat national des professionnels de l'hébergement d'entreprises — domiciliées auprès de ses 60 membres.

Choisir le lieu d'implantation de son entreprise est une décision stratégique. Mais investir dans un local comporte des risques et n'est pas toujours une solution accessible. La domiciliation d'entreprise permet de se choisir un siège social avec un coût et un niveau d'engagement moindre. « C'est la capacité qu'offrent des sociétés spécialisées aux entrepreneurs de se choisir une adresse n'étant pas leur adresse personnelle, et de l'utiliser pour au minimum y recevoir leur courrier », explique Grégory Ortiz, directeur marketing de Multiburo. De nombreux services peuvent y être associés.

Quels sont les intérêts de la domiciliation ?

« Pour le créateur d'entreprise, il y a trois possibilités, détaille Jérôme Charbonnier, président du Synaphe, le syndicat des professionnels de l'hébergement d'entreprise, et gérant d'Elysées Solutions. Soit il installe son entreprise à domicile, mais c'est interdit par certaines copropriétés, soit il loue des locaux par un bail commercial mais il est alors pieds et poings liés pendant au moins 3 ans, soit il passe par une société de domiciliation. » Flexible, puisque la durée minimale du contrat est de seulement trois mois, ce procédé a plusieurs avantages. « Cela permet une vraie séparation entre vie professionnelle et vie privée. Mais pour certaines entreprises, c'est vraiment une question d'image et de crédibilité que de pouvoir communiquer sur une adresse parisienne par exemple », souligne Christophe Godeau, président du groupe siège-social.com. Ce peut être aussi une façon d'implanter une antenne locale à moindre coût afin de tester de nouveaux marchés.

Avec la réception du courrier sont souvent proposés des services complémentaires comme le renvoi ou la numérisation du courrier, du secrétariat, la mise en contact avec des experts ou la location ponctuelle d'un bureau ou d'une salle de réunion.

Toutes les entreprises peuvent avoir recours à la domiciliation. Il faut présenter le contrat signé avec le domiciliataire au moment de l'enregistrement de la création d'entreprise ou du transfert de siège social.

Quels sont les tarifs ?

Les tarifs varient en fonction de la localisation et du niveau de services intégrés dans l'offre. « A Paris pour une domiciliation simple, on propose des prix entre 22 € et 85 € par mois », illustre le président de siège-social.com. Chez Multiburo, les prix dans la capitale oscillent entre 56 € et 200 € par mois. En province, l'offre de ce spécialiste présent notamment à Lille, Nantes, Strasbourg, Roubaix ou Lyon, coûte de 45 € à 70 € mensuels et pour s'implanter à Bruxelles, il faut par exemple compter de 80 € à 200 €. « Certaines sociétés qui font du volume proposent des offres à très bas coûts. On voit passer des offres à 8 € par mois, relève cependant Jérôme Charbonnier. Dans ces cas-là, il faut être vigilant sur la transparence des tarifs et vérifier qu'il n'y a pas de coûts cachés ou de services surfacturés. »

Les services complémentaires à la domiciliation sont soit intégrés à des offres plus onéreuses, soit facturées à la prestation. On trouve ainsi du secrétariat pour 30 à 50 € de l'heure.

Comment choisir sa société de domiciliation ?

La domiciliation est une activité réglementée. Il importe donc de vérifier d'abord que la société dispose d'un agrément préfectoral pour exercer. Les domiciliataires doivent tenir à jour un dossier sur chacun de leur client avec notamment, les statuts de la société, un extrait kbis, les photocopies des cartes d'identité et les justificatifs de domicile du gérant ou des associés. Ils sont aussi tenus de rendre des comptes aux services du ministère de l'Economie chargés de la lutte contre les circuits financiers clandestins. Passer par un adhérent du Synaphe permet de s'assurer d'avoir à faire à une société sérieuse. Il faut ensuite déterminer si l'on recherche plutôt une adresse de prestige ou la proximité de son domicile ou d'une gare que l'on fréquente pour passer facilement au centre de domiciliation. « Pour choisir, l'entreprise peut aussi tester l'accueil qui lui est réservé au téléphone ou par mail, sachant que ce sont les mêmes personnes qui répondront à ses interlocuteurs », conseille Christophe Godeau.

Il faut déterminer si l'on recherche une adresse de prestige, la proximité de son domicile ou d'une gare

« L'important c'est aussi de se poser la question de son projet. Si l'on envisage de se développer rapidement, il peut être judicieux de se faire domicilier auprès d'une société qui pourra ensuite vous proposer des bureaux », complète Grégory Ortiz.

■ MARION PERRIER

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

- **Les règles de la domiciliation** sur *www.service-public.fr* (Rubrique Professionnels > Gestion – Finance – Règles de domiciliation)
- **La liste des adhérents du syndicat du secteur** sur *www.synaphe.fr*
- **Les sites des domiciliataires** *www.siege-social.com* *www.multiburo.com* *www.escda.com*

Apprentissage : c'est quoi le problème ?

Décrit comme une voie royale vers l'emploi, l'apprentissage peine encore à séduire en France. Pour quelles raisons ? C'était le thème du troisième débat du « Parisien Economie » en partenariat avec l'opération « 1 Million d'emplois ».

Déclaré priorité nationale par le président Hollande, l'apprentissage continue à voir ses effectifs stagner et même baisser en France. Comment redresser la barre, alors même que tout le monde s'accorde à dire que ceux qui choisissent cette voie ont la garantie de trouver un emploi ?
Souvent choisi par défaut après un échec dans les filières générales, l'apprentissage ne fait pas l'unanimité auprès des jeunes. Il en va malheureusement de même du côté des entreprises où les patrons hésitent parfois avant de se lancer.
Problème d'image, de contenus des formations, de fiscalité, dialogue salarié-employeur problématiques... Elus, entrepreneurs, journalistes et jeunes ont accepté de tenter de dégager ensemble des axes d'amélioration. L'enjeu est, plus que jamais, primordial.

PAGE RÉALISÉE PAR SHIRLEY HACHEM

MEDEF, avenue Bosquet, Paris VIIIe. Les intervenants ont débattu plus d'une heure des perspectives d'emploi liées au développement de l'apprentissage. (Alexandre Tonus.)

« Une démarche qualité »

(Alexandre Tonus.)

Hella KRIBI-ROMEDHANE
Vice-présidente (PS)
du conseil régional d'Ile-de-France
chargée de la formation.

« La fonction publique a une responsabilité d'accompagnement des jeunes et des structures qui les accueillent. Son intervention a toute sa place dans l'animation de ce système. Les aides financières ne suffisent pas à conditionner le recrutement d'un apprenti. Il faut rétablir la confiance entre l'employeur et celui-ci, avoir des actions efficaces et concrètes sur la posture professionnelle. Les solutions qualitatives pour répondre sont évidentes. En Ile-de-France, à travers la mise en place de la démarche « Qualité » consacrée à la lutte contre les ruptures de contrats d'apprentissage, leur taux a été ramené à 4,8 % depuis 2009, tandis que le taux national est de 21 %. La prime aux employeurs d'apprentis doit être complétée dans une logique proactive et d'anticipation des besoins éminents de développement des entreprises. »

« L'orientation : notre échec »

(Alexandre Tonus.)

Yanic SOUBIEN
Vice-président du conseil régional (EELV) Basse-Normandie
chargé de la formation.

« Choisit-on une voie ou choisit-on un métier ? On se trompe quand on pense à la voie avant le métier ! Sur l'orientation, on a échoué collectivement. On ne peut pas parler de l'apprentissage au jeune comme on en parlait au XXe siècle : il n'est plus le même, l'environnement et les mécanismes non plus. Le jeune est dans le zapping : envie de travailler un jour et plus le lendemain. Il faut lui donner confiance, lui faire comprendre que le lieu de travail est un lieu de socialisation, de développement de compétences transversales et de développement de la citoyenneté, un lieu de « faire ensemble » et un lieu d'expression de compétences professionnelles.
L'entreprise est une organisation humaine et vivante. L'apprentissage est une voie d'avenir et peut réparer ce que ne peut pas faire l'école. »

« Formations en décalage »

(Alexandre Tonus.)

Jean-Claude BELLANGER
Secrétaire général
des Compagnons du devoir
et du Tour de France.

« L'apprentissage est un vecteur important pour l'accueil des jeunes dans le monde professionnel. C'est un moyen efficace pour entrer dans le monde du travail et seule cette voie de formation professionnelle permet l'acquisition de plus de compétences. Malheureusement, tous ceux qui choisissent l'apprentissage aujourd'hui sont souvent orientés par défaut. Ils ignorent la nature des métiers et dans ce monde de l'enseignement dit classique, on n'en parle jamais. Autrefois, la fierté d'une entreprise était d'accueillir un apprenti, ce qui n'est plus le cas à présent. Elles se méfient certainement à cause des défauts de règlementations que l'on impose, mais aussi parce qu'elles ont perdu confiance en l'apprentissage. Actuellement, les formations sont en décalage par rapport à l'évolution rapide des métiers. La formation devrait préparer les jeunes au devenir de ces derniers. »

« Un levier de compétitivité »

(Alexandre Tonus.)

Florence POIVEY
Présidente de la commission
éducation formation et insertion
du Medef.

« L'apprentissage constitue une voie royale et non pas une voie par défaut. C'est un levier de compétitivité puissant pour nos entreprises et un levier de sécurisation pour nos jeunes. Actuellement 80 % des jeunes apprentis trouvent un travail après leurs apprentissages et font partie de ceux qui ont des périodes de chômage les moins fréquentes et les moins longues. Les raisons pour lesquelles on assiste aujourd'hui à un effondrement de l'apprentissage sont, au-delà des mesures conjoncturelles, financières et règlementaires, qui ont été dans le mauvais sens. Nous sommes convaincus que, sans une ambition forte qui engage de vrais réformes structurelles on n'y arrivera pas. L'orientation doit faire sa révolution. Nous travaillons sur une sorte de Google Map des offres et des demandes de l'apprentissage. Les entreprises doivent être mises au cœur du système de construction des diplômes et des cartes de formation. »

Ce qu'en disent les jeunes

Tous deux ont choisi la voie de l'apprentissage. Présents au débat, ils livrent leurs témoignages.
« J'ai été plus aidé par des amis pour le choix de cette voie et pour l'apprentissage, confie Léonard, tailleur de pierre. En revanche l'orientation au collège n'est pas du tout valorisée. On parle beaucoup de l'alternance et de l'apprentissage mais pas beaucoup des métiers qui sont derrière. Ce sont des métiers durs et les jeunes ne sont pas forcément préparés. »
Anne-Charlotte, en alternance depuis quinze jours, pense que
la voie de l'apprentissage est une très bonne chose pour apprendre un métier. « Etre financièrement indépendant est aussi un plus. Et en entreprise, on nous fait confiance. »

« Réagir ! »

Gilbert Azoulay
Rédacteur en chef
du Parisien-Etudiant

« Il faut réagir vu qu'on ne tient pas nos promesses sur l'apprentissage ! Il s'est stabilisé grâce à l'enseignement supérieur. Mais c'est dans les métiers peu qualifiés qu'on a besoin de le développer.
La réforme de la formation professionnelle a conduit à transférer une partie des fonds de l'apprentissage aux régions. Que feront-elles de cet argent ? Quelles décisions prendront-elles ? Développeront-elles véritablement l'apprentissage sur les métiers qui en ont besoin ? Faut-il vraiment déshabiller le supérieur pour favoriser ceux qui sont le plus éloignés de l'emploi ? Quand il s'agit de choisir un apprenti, aujourd'hui, les patrons comme les enseignants des universités ont besoin qu'on leur laisse plus d'autonomie pour développer leurs structures.

VIDÉO leparisien.fr
Retrouvez le débat en vidéo sur leparisien.fr

OPPORTUNITÉS

Faciliter l'accès des PME aux marchés publics

Parce que la commande publique est un levier pour la compétitivité, l'UGAP et l'association Parrainer la croissance entament un tour de France pour aider les TPE-PME à mieux répondre aux appels d'offre.

Les drones de la PME Fly'n Sense équipent les pompiers. (AFP/Pierre Andrieu.)

« Nous réalisons actuellement 100 % de notre chiffre d'affaires à l'export », témoigne Thomas Samuel. Autant dire que cet entrepreneur, fondateur de Sunna Design et spécialiste de l'éclairage public solaire à Blanquefort (Gironde), a assisté avec beaucoup d'intérêt à la table ronde organisée le 24 septembre à Bordeaux. But de l'opération : simplifier l'accès aux marchés publics pour les PME et les entreprises innovantes en particulier. « J'ai raconté comment nous n'avons jamais décroché de marché en France. Mais l'aide aujourd'hui présentée par l'UGAP (Union des groupements d'achats publics) me paraît prometteuse. Elle propose un rôle de facilitateur qui pourrait être intéressant. »

L'Union des groupements d'achats publics s'est en effet lancée dans un tour de France, à la rencontre d'entreprises innovantes pour expliquer son action.

Démystifier la commande publique

« Cette réunion sera suivie par beaucoup d'autres avec l'idée de démystifier la commande publique », assure Yamina Rocher, chargée de mission PME auprès de l'UGAP. « Nous voulons présenter la commande publique comme un véritable outil de développement économique que les PME, quelle que soit leur taille, puissent vraiment intégrer dans leur stratégie de développement et plus seulement comme une démarche ponctuelle, souvent infructueuse. »

« Il existe aujourd'hui des dizaines de TPE innovantes mais trop jeunes, pour qui l'accès à un marché public semble irréalisable, confirme Denis Jacquet, président de l'association Parrainer la croissance, partenaire de l'opération. Mais à partir du moment où la centrale d'achats de l'État met son poids dans la balance, forcément cela change un peu la donne. Cela ouvre aussi des possibilités infinies, car on va permettre à des TPE de devenir de grandes entreprises, de se développer, de maintenir de la recherche et développement et donc de créer des emplois… »

Parmi les clients de l'UGAP figurent les collectivités territoriales, les administrations et les établissements publics de l'Etat, le secteur social et les établissements publics de santé. « Nous voulons proposer des aides concrètes, poursuit Yamina Rocher. Expliquer aux entreprises où trouver les avis par exemple, où rencontrer des acheteurs ou comment anticiper et s'associer en groupement pour répondre à certains appels d'offres. »

« Je constate que la commande publique est en train de se simplifier, se félicite Christophe Mazel, fondateur de Fly-n-Sense, une entreprise spécialisée dans les drones civils. Le souci pour des PME comme la nôtre est que l'on est un peu novice. On n'a pas beaucoup d'expérience ni surtout beaucoup de temps. Je n'ai personne dédié au montage des dossiers comme les grands comptes qui ont des services experts sur le sujet. Du coup, j'apprécie beaucoup l'idée d'une mise en réseau, pour s'associer ou simplement s'échanger des conseils, afin d'éviter certaines erreurs et constituer intelligemment sa réponse à un appel d'offres. C'est une aide utile pour les "primo accédants". »

La « pression » de l'UGAP

Denis Jacquet a lui aussi vu la différence. « J'ai moi même répondu à des appels d'offres avec ma société de e-learning, atteste cet entrepreneur. J'en ai gagné un, et depuis ce contrat, j'ai déjà travaillé avec cinq autres collectivités. Je constate tous les jours dans mon entreprise que l'arrivée de l'UGAP et la "pression" qu'elle met sur les acheteurs publics fonctionne très très bien. » Thomas Samuel ne demande pas mieux. D'ici trois ans, il aimerait réaliser autour de 30 % de son chiffre d'affaires en France. « Car quand on reçoit des clients du monde entier, on aimerait aussi pouvoir leur montrer des installations chez nous… »

■ CÉLINE CHAUDEAU

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

Pour connaître les dates des prochaines tables rondes.

- **Le site de l'UGAP**: *presse.ugap.fr*
- **Le site de l'association Parrainer la croissance** : *www.parrainerlacroissance.org*

Bons PLANS

■ Concours handi-entrepreneurs

Le groupe Atos récompense chaque année trois dirigeants d'entreprise en situation de handicap, par une dotation financière contribuant au développement de leur projet. Ce concours est ouvert aux dirigeants reconnus travailleurs handicapés, quelle que soit la nature de leur entreprise. Il suffit que celle-ci ait été créée moins de 4 ans avant le 3 décembre 2015. Date limite de dépôt des candidatures : le 15 novembre.
http ://atos.net/fr

■ Des marchés publics plus accessibles

Depuis le 1er octobre, le seuil de dispense de mise en concurrence et de publicité, à partir duquel une commande publique doit respecter les formalités des marchés publics, est passé de 15 000 € à 25 000 €. Le décret relevant ce seuil est paru le 20 septembre. Son objectif : favoriser l'accès des TPE et PME à la commande publique.

AGENDA

Journée des femmes entrepreneures

32% des nouvelles entreprises sont créées par des femmes, soit presque deux fois plus qu'il y a 15 ans. Pour conseiller et guider les créatrices dans cette voie, une Journée nationale des femmes entrepreneures est organisée dans le cadre du salon des micro-entreprises, le 7 octobre au Palais des Congrès de Paris. 5 conférences sont au programme, ainsi qu'une soirée networking au féminin.
www.salonmicroentreprises.com

2,145 milliards d'euros

(hors taxes) de commandes ont été passées via l'UGAP en 2014.

■ TÉMOIN

« Un rôle de facilitateur pour conquérir de nouveaux marchés »

(DR.)

Franck BAUDINO
président de H4D (Paris)

◆ En quoi votre PME peut-elle intéresser les marchés publics ?
Je suis médecin de formation et, avec ma société, nous avons inventé la première cabine de télémédecine. C'est en fait un véritable cabinet médical à distance avec une vraie consultation. Ce cabinet connecté et automatisé est pris en charge et en main par un médecin qui peut être à des dizaines de kilomètres, voire plus. Notre objectif est de rompre l'isolement sanitaire d'origine géographique ou social. Pour faciliter l'accès aux soins, on pourrait envisager d'implanter ces cabines dans des casernes de pompiers, des mairies ou encore des résidences pour personnes âgées…

◆ Comment se répartissent vos clients pour l'instant ?
Notre service intéresse déjà de grandes sociétés qui se sont rendu compte que leurs salariés, compte tenu de leurs horaires, avaient de moins en moins de facilités pour accéder à leur médecin. Nous avons déjà conclu des marchés avec des collectivités territoriales mais ils restent modestes et très longs à conclure. Nous avons une petite clientèle publique loin de l'ampleur que nous espérons. En l'état, les marchés publics sont très difficiles d'accès pour une PME.

◆ Comment percevez-vous l'initiative de l'UGAP ?
Nous projetons d'assister à leurs prochaines réunions car l'UGAP peut jouer un rôle de facilitateur dont nous avons besoin pour conquérir de nouveaux marchés. En France, le code des marchés publics est assez complexe. Dans le cas de ma société, ce sont des dizaines, voire des centaines d'installations potentielles avec à cœur la notion de service public car nous travaillons sur l'accès à un médecin pour tous. Le soutien de l'UGAP va nous permettre d'ancrer notre offre, de la rendre plus lisible, et de faciliter certaines démarches administratives. Nous apprécions aussi qu'elle s'intéresse aux entreprises innovantes et se porte caution de notre sérieux.

◆ Quel enjeu voyez-vous pour la croissance de votre entreprise ?
J'ai fondé ma société en 2008. Nous sommes actuellement une vingtaine de salariés mais nous pourrions créer encore davantage d'emplois si nous avions accès à certains marchés publics. Nous aimerions toucher les hôpitaux, mais aussi toutes collectivités locales.

Des consultations d'avocat gratuites pour les TPE / PME

Du 5 au 9 octobre, les avocats du Barreau de Paris proposent des consultations gratuites aux dirigeants de TPE / PME de la capitale. Une occasion de faire un diagnostic juridique de son entreprise.

Dernier jour pour obtenir un entretien gratuit avec un avocat ! C'est ce lundi que se terminent les inscriptions pour l'opération L'avocat dans la cité, un événement organisé pour la quatrième année consécutive par le Barreau de Paris et donnant la possibilité aux parisiens de bénéficier de consultations gratuites. En partenariat avec la CGMPE Paris-Ile-de-France, celui-ci propose pendant trois jours des diagnostics juridiques aux TPE et PME de la capitale. D'autant plus utile qu'en période de crise, certains n'ont pas les moyens d'être accompagnés par un conseil juridique, alors même qu'ils doivent gérer au quotidien des situations compliquées, financièrement et juridiquement. Le principe ? Une heure avec un avocat spécialisé sur les problématiques spécifique des participants, qu'il s'agisse de fiscalité, de propriété industrielle, de problèmes de concurrence ou de non-paiement de factures.

Au cabinet ou dans les locaux de l'entreprise

« Je prends contact en amont avec les chefs d'entreprise que je dois rencontrer dans ce cadre, de manière à déblayer le terrain et à m'assurer d'avoir tous les éléments de réponse au moment de notre rendez-vous. Celui-ci peut se dérouler soit dans les locaux de l'entreprise, soit à mon cabinet », explique Jim Michel-Gabriel, avocat spécialisé en Droit des affaires, des médias et du sport qui participe chaque année à cette initiative.

L'opération « L'avocat dans la cité » en 2012. (REA/ Marta Nascimento.)

Les problématiques auxquelles il est confronté à cette occasion ? « Choix de la forme juridique d'une structure en cours de création, dépôt d'une marque, conflits entre associés… Les sujets sont variés, mais toujours en lien avec mes spécialisations », remarque Jim Michel-Gabriel. L'intérêt de cette opération, selon cet avocat parisien : « C'est un moyen de mieux faire connaître notre métier, sous toutes ses facettes. Alors que dans d'autres pays, le recours à un avocat est une pratique courante, en France, beaucoup de patrons ne font appel à nos services que lorsqu'ils se retrouvent plongés dans une situation inextricable ou un conflit. Or nous intervenons aussi pour des missions de conseil, ce qui permet justement de limiter les risques de litiges en apportant une sécurité juridique. » Si certains des dirigeants qu'il rencontre à cette occasion disposent déjà de conseils juridiques et viennent chercher un second avis sur un sujet particulier, la plupart n'ont jamais fait appel à un avocat. Les rendez-vous de cette semaine permettront de démystifier la profession, et de rappeler son utilité.

■ JEAN-MARC ENGELHARD

L'AVIS DE...

(DR.)

« L'occasion d'obtenir des conseils juridiques précis »

Anaïs GARDINI FORTERRE
co-gérante du restaurant A Deux Pas à Paris (XIe).

◆ **Avez-vous l'habitude de faire appel à un avocat ?**
Nous sommes une petite structure, que je co-gère avec mon mari, et qui ne compte qu'un salarié à temps partiel. Nous n'avons ni les moyens ni de réelle nécessité de faire appel régulièrement à un avocat. Lorsque nous avons besoin de conseils sur des sujets spécifiques, nous sollicitons notre expert comptable.

◆ **Qu'est-ce qui vous a conduit à demander un diagnostic dans le cadre de « L'avocat dans la cité » ?**
L'an dernier, j'ai profité de cette opération pour demander son avis à un spécialiste à propos d'un différend lié au renouvellement de notre bail. C'était l'occasion d'avoir des conseils précis et des arguments juridiques à opposer à notre propriétaire qui, lui, a confié le dossier à un avocat. C'est d'autant plus difficile de faire reconnaître son bon droit face à un professionnel qui maîtrise toutes les subtilités juridiques, ce qui n'est pas notre cas. Et c'est aussi une question de temps à trouver dans un quotidien déjà bien rempli. La proposition de diagnostic est d'autant plus intéressante que celui-ci est réalisé par un avocat spécialisé dans le domaine concerné.

◆ **Avez-vous repris un rendez-vous dans ce cadre cette année ?**
Les conseils qui nous ont été prodigués l'an dernier n'ont pas permis de régler la situation, j'ai donc décidé de prendre un nouveau rendez-vous. En vue de la rencontre, j'ai rassemblé l'ensemble des documents qui pourront l'éclairer sur la situation, le contrat de bail, les courriers de l'avocat et nos réponses. Au-delà du diagnostic gratuit, j'envisage de faire appel aux services de l'avocat que nous allons rencontrer pour nous représenter et régler définitivement ce litige.

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

- **La rubrique du site de l'opération « L'avocat dans la cité »** dédiée aux TPE / PME dans laquelle s'inscrire pour obtenir un diagnostic juridique gratuit : *www.avocatcite.org/tpe-pme*
- **Le site du barreau de Paris** qui propose un annuaire détaillé par spécialisation : *www.avocatparis.org*

En BREF

■ Prospecter à l'étranger

La direction internationale de la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) Paris Ile-de-France accompagne tout au long de l'année les entreprises franciliennes dans leurs démarches de développement à l'étranger. Différents rendez-vous sont ainsi proposés avec des experts du commerce extérieur, ou dans les pays concernés. A venir :
Les 28 et 29 octobre : meetings B to B sur le salon Asia Pacific Homeland Security à Singapour.
Le 26 novembre : atelier technique « S'implanter au Canada » (la fiscalité et l'ouverture d'un bureau, les visas et les permis de travail, les financements pour s'implanter au Québec et en Ontario).
Du 2 au 9 décembre : mission de prospection commerciale à Abidjan (Côte d'Ivoire) et Dakar (Sénégal) pour les entreprises de bâtiment travaux publics, ou liées à l'énergie et aux technologies de l'information.
Renseignements : *www.entreprises.cci-paris-idf.fr*

AGENDA

Parcours France

Quitter Paris ? C'est possible, et c'est même envisagé par huit cadres parisiens sur dix dans un avenir proche, selon une étude de Cadremploi publiée en septembre. Pour ceux qui ont décidé de franchir le pas, le salon Parcours France est l'occasion de saisir de nombreuses opportunités en régions : créer ou reprendre une reprise, trouver un emploi… Mardi 13 octobre, de 10 heures à 19 heures, espace Champerret, Paris XVIIe. Badge d'accès gratuit à retirer sur *www.parcoursfrance.com*

Contre la LEUCÉMIE et toutes formes de CANCER

"Tous ensemble dans le même bateau"

L'association "Tous ensemble dans le même bateau" a été fondée pour venir en aide aux personnes atteintes de leucémie et autres formes de cancer.
Elle a pour but d'aider, soutenir et conseiller les familles et les enfants directement ou indirectement victimes de cette maladie.
Elle est constituée de personnes touchées de près ou de loin par ces maladies.

Une équipe est votre disposition pour : Vous écouter, vous soutenir, vous conseiller et accompagner les parents des enfants malades. 24H/24 - 7 jours /7 au 03 86 38 87 38

BULLETIN D'ADHESION
Nom : .....
Prénom : .....
Adresse : .....
.....
Tél : .....
Fax : .....

"Tous ensemble dans le même bateau" Présidente : Fabienne Gitton
❒ Souhaite soutenir l'association Tous ensemble dans le même bateau" ❒ Souhaite devenir membre bienfaiteur (don minimum 15 €)
Je verse la somme de ..... par (mode de réglement) ..... à l'ordre de l'association.
Fait à ..... Le .....
Signature :
Siège Social : 900, rue Victor Hugo 58600 GARCHIZY - Tél : 03 86 38 87 38

MARKETING

Comment mesurer la rentabilité d'une campagne d'emailing

(Getty Images/Crowther & Carter.)

En marketing direct, l'emailing demeure l'un des canaux les plus performants surtout pour les budgets serrés. Autre avantage : on peut aisément évaluer son retour sur investissement.

Un temps discrédité, l'emailing demeure un canal d'acquisition de clientèle intéressant. Son atout principal : tout est traçable. Il est relativement simple de mesurer le retour sur investissement d'une campagne. La majorité des logiciels d'emailing fournissent en effet des métriques précises. Il est possible de connaître via ces outils combien de personnes ont ouvert le message, l'ont lu ou ont cliqué sur un lien. Certaines solutions donnent en plus le temps de lecture moyen, la messagerie ou l'équipement sur lequel le mail a été ouvert, sa viralité sur les réseaux sociaux… L'un des paramètres à prendre en compte pour mesurer le retour sur investissement d'une campagne est d'abord son coût. Parmi les dépenses à engager : le routage des emails indispensable grâce à un logiciel, la création graphique du mail qui, dans certains cas, peut être confiée à une agence ou un free-lance et l'éventuelle location d'une base d'emails. Un certain nombre d'indicateurs statistiques fournis par le logiciel permettent ensuite d'analyser les retombées de la campagne. Le premier est le taux de délivrabilité. Il correspond au pourcentage du nombre d'emails envoyés qui ont bien été remis à vos destinataires. C'est un enjeu important car les fournisseurs d'accès Internet et les messageries filtrent de plus en plus les mails dont un grand nombre finissent dans la catégorie Spam. « Nous refusons les bases de données toutes faites et nous conseillons à nos clients de constituer eux-mêmes leurs fichiers », explique Guillaume Fleureau, directeur marketing de Sarbacane Software. Ce logiciel permet entre autres de tester sa campagne sur différentes messageries pour éviter les filtres anti-spams et de nettoyer les adresses invalides pour diminuer les NPAI (n'habite pas à l'adresse indiquée).

Taux d'ouverture moyen de 20 %

L'autre variable à prendre en compte est le taux d'ouverture, soit le nombre d'emails ouverts sur 100 envoyés. Celui-ci dépend en grande partie de deux facteurs : l'objet du mail et le nom de l'expéditeur qui doit inspirer confiance. « En moyenne, ce taux d'ouverture se situe aux environs de 20 % mais peut dépasser 50 % si la campagne est bien réalisée », remarque Guillaume Fleureau. Le troisième indicateur est le taux de clics. Il permet de savoir combien de personnes ont cliqué sur les liens et se sont retrouvés sur le site de l'entreprise pour en savoir plus ou prendre contact par exemple. S'ils portent de l'intérêt au message, ils ont des chances d'être transformés en prospects ou clients. Le taux de conversion correspond au nombre de personnes qui se sont inscrites sur le site Internet ou qui ont acheté le produit ou service proposé par l'entreprise. Cependant, celui-ci ne tient pas seulement à la pertinence du mail mais aussi à la qualité du site ou de l'offre. Enfin, il est essentiel de se préoccuper du taux de désabonnement. Si celui-ci est supérieur à 2 %, une remise en question s'impose.

■ SOLENNE DUROX

Les astuces pour faire du emailing sans en avoir l'air

- **Travailler sur la personnalisation du message** en indiquant le nom et le prénom du destinataire dans l'objet du mail.
- **Contourner les filtres anti-spams** en évitant les formules commercialement agressives, les mots « gratuits » ou l'expression « cliquez ici »
- **En BtoB, envoyer des mails en son nom propre** et pas seulement au nom de l'entreprise. Cela humanise la relation.

FINANCES

De nouvelles aides pour l'apprentissage

Pour relancer l'apprentissage, moteur d'emplois, le gouvernement a débloqué de nouvelles aides en 2015. Dont une sur les apprentis mineurs pour les TPE de moins de 11 salariés.

« Former des jeunes pour qu'ils reprennent nos entreprises plus tard », c'est l'esprit de l'apprentissage tel que le conçoit Christel Teyssèdre, présidente de l'Union nationale des syndicats de détaillants en fruits, légumes et primeurs (UNFD). Elle-même primeur à La Rosée, à Prayssac, dans le Lot, Christel Teyssèdre a recruté l'été dernier deux nouveaux apprentis, dont un mineur de 17 ans, en bénéficiant des nouveaux dispositifs mis en place par le gouvernement.

La présidente de l'UNFD avait prévu ces embauches de longue date pour remplacer deux jeunes en fin de contrat. Pourtant, ils sont moins nombreux qu'avant, les patrons, à avoir recours à un apprenti. En 2014, le rythme des embauches a diminué de plus de 3 %, après avoir déjà chuté de 8 % en 2013, alors que 65 % des apprentis trouvent un emploi dans les six mois suivant leur formation. D'où la réaction du gouvernement qui a dégainé ses nouvelles aides avec un objectif affiché : former 500 000 apprentis d'ici 2017.

Ces aides s'ajoutent et se cumulent avec celles déjà existantes — exonérations de cotisations sociales, crédit d'impôts, déduction fiscale etc —, auxquelles peut éventuellement prétendre l'entreprise. Elles prennent plusieurs formes :

- **Aides versées par la région :** 1 000 euros pour le recrutement d'un apprenti pour les entreprises de moins de 250 salariés qui n'avaient pas d'apprenti en 2013 ou qui ont embauché un apprenti supplémentaire à compter de juillet 2014. A cette aide (versée par année de formation) s'ajoute, pour les entreprises de moins de 11 salariés, une prime à l'apprentissage de 1 000 euros. Les deux primes étant cumulables, les TPE de moins de 11 salariés touchent une aide totale de 2 000 euros.
- **Aide forfaitaire versée par l'Etat dite « TPE jeune apprenti »** : 1 100 euros par trimestre, pour la première année d'exécution du contrat d'apprentissage, pour les entreprises de moins de 11 salariés qui ont embauché un apprenti mineur à compter du 1er juin 2015. La somme est cumulable avec l'enveloppe allouée par la région. Pour la demander, il faut valider un formulaire pré-rempli, sur le portail de l'alternance.

(AFP/Cultura Creative/Monty Rakusen.)

« Cette aide est la bienvenue », salue Christel Teyssèdre. Elle le rappelle en effet : « apprendre à un jeune à reconnaître les produits, à écouter le client, à développer sa fibre relationnelle dans la vente » représente un investissement en temps non négligeable pour l'employeur. « La formation, où qu'elle soit dispensée, a un coût pour l'entreprise », souligne Christel Teyssèdre. Elle évalue son montant à environ 2 000 euros par mois. Une somme que permettront de couvrir en partie les nouvelles aides.

■ ANNE-CLAIRE ORDAS

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

- **Le site du ministère du Travail**, rubrique Formation professionnelle/Apprentissage : *www.travail-emploi.gouv.fr*
- **Le portail officiel de l'alternance** : *https://www.alternance.emploi.gouv.fr/*
- **Un site d'information spécialisé sur l'alternance** : *www.lapprenti.com*

SANTÉ

(AFP/Garo/Phanie.)

Mieux prendre en compte les maladies chroniques évolutives

Le nombre de salariés atteints de maladies chroniques évolutives ne cesse d'augmenter. Pour les accompagner, il existe des solutions, techniques et organisationnelles.

Affection cardio-vasculaire, diabète, insuffisance rénale chronique, hépatite C, cancer… Selon le ministère de la Santé, environ 15 millions de personnes seraient atteints d'une maladie chronique évolutive, soit près de 20 % de la population, dont une part importante d'actifs. Un phénomène dû notamment à l'augmentation des maladies liées à la sédentarité et au recul de l'âge de la retraite. « De plus en plus d'entreprises, petites et grandes, prennent conscience des enjeux en termes d'absentéisme et de maintien dans l'emploi », constate Isabelle Burens, chargée de mission au département Expérimentations, développement outils et méthodes (EDOM) à l'Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail (ANACT). Première étape, vaincre les réticences des salariés qui préfèrent taire aussi longtemps que possible l'affection dont ils sont atteints par crainte d'être stigmatisés, mis au placard voire licenciés. Une défiance justifiée lorsque l'on sait, par exemple, qu'un tiers des personnes atteintes d'un cancer perdent leur emploi dans les deux ans suivant la déclaration de leur maladie. « D'où la nécessité de créer un cadre sécurisé, qui passe par la mise en place d'informations sur les problématiques liées à la santé, la désignation d'un interlocuteur bien identifié et une sensibilisation des managers aux impacts de ces affections sur la vie professionnelle », recommande Isabelle Burens.

Mettre en place du télétravail

Si certaines maladies impliquent la reconnaissance du statut de travailleur handicapé, dans bien des cas, une organisation plus souple peut permettre aux salariés de continuer à exercer leur activité normalement. « Il est possible d'aménager le poste de travail ou les horaires pour faciliter la prise d'un traitement, d'exempter un collaborateur de tâches pénibles au regard de sa situation, de mettre en place du télétravail lorsque c'est possible, voire de proposer une formation afin de changer de fonction », énumère Isabelle Burens. Une multitude de solutions permettent d'éviter la case « arrêt maladie », qui n'est bénéfique ni pour l'intéressé, ni pour son employeur, en particulier dans les petites structures. Pour ne pas être pris au dépourvu, l'anticipation doit être de rigueur : il est recommandé de mettre en place un plan d'action global, prenant en compte les spécificités de chaque type de fonction et identifiant les aménagements possibles. « Les PME peuvent se faire accompagner dans cette démarche par les médecins et les ergonomes de leur service de santé au travail interentreprises, ou encore par des associations du champ du handicap comme l'Agefiph », explique Isabelle Burens. Une adaptation aux maladies chroniques évolutives rassurante pour l'ensemble du personnel, personne n'étant à l'abri d'être à son tour atteint par une telle affection.

Une organisation plus souple peut permettre aux salariés de continuer à exercer leur activité normalement

JEAN-MARC ENGELHARD

FRANCEDEFI
lepactepourlesentrepreneurs.fr

EN SAVOIR PLUS
A CONSULTER

- **Le site « Travail & maladies chroniques évolutives »**, conçu par l'Association régionale pour l'amélioration des conditions de travail (ARACT) d'Aquitaine avec des informations pour accompagner les salariés concernés : www.maladie-chronique-travail.eu
- **Le numéro 360 de la revue « Travail & Changement »** consacré au travail avec une maladie chronique évolutive, sur le site de l'Agence nationale pour l'amélioration des conditions de travail (ANACT) : www.anact.fr (rubrique Publications)
- **Le cahier « Travailler avec une personne handicapée atteinte d'une maladie chronique »** sur le site de l'Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées (Agefiph) : www.agefiph.fr(rubrique Publications et études)

FORMALITÉS

Cumul d'activités : trouver son régime de prestations sociales

Un décret paru cet été modifie les règles concernant le régime dont relèvent les travailleurs exerçant plusieurs activités.

Qu'il s'agisse du salarié qui développe une activité indépendante pour compléter ses revenus, ou de l'agriculteur qui partage son travail entre les champs et un magasin de producteurs, de nombreuses personnes cumulent aujourd'hui des activités de différentes natures, les liant à plusieurs régimes d'assurance maladie. En cas de maladie ou de maternité, ils n'ont pourtant pas droit à un congé deux fois plus long ni à des indemnités deux fois plus élevées. « Il faut bien faire la différence entre l'affiliation et le versement des prestations. La règle de base est que l'on cotise pour chacune de ses activités, mais un seul régime verse les prestations », souligne Laure Thiébault, juriste à l'Agence pour la création d'entreprise (APCE). Le décret du 16 juillet 2015 vient d'éclaircir les règles permettant de savoir de quel régime on relève et éventuellement de le choisir. Une question que peu s'étaient jusque-là posée. « Pour moi, il est évident que tout passe par le régime général. Je ne vois pas trop pourquoi il serait intéressant de rejoindre le régime des indépendants », réfléchit Typhaine Aussant, coordinatrice ajointe d'un organisme de formation qui travaille aussi sous le statut d'auto-entrepreneur pour de petites compagnies de théâtre.

De fait, « les prestations sont globalement les mêmes, si ce n'est par exemple une différence entre salariés et artisans ou commerçants au niveau des jours de carence précédant le versement des indemnités journalières en cas de maladie ou au niveau des indemnités en cas de maternité. Il faut se renseigner dans le détail pour connaître le régime le plus adapté à sa situation », conseille Laure Thiébault.

Reste qu'il est en tout cas toujours utile de savoir de quel régime on dépend. Pour un salarié débutant une activité indépendante, ce régime était auparavant déterminé le 31 décembre suivant une année de cumul en fonction de son activité dite principale. Son travail salarié était désigné comme tel s'il lui consacrait au minimum 1 200 heures par an et en tirait un revenu au moins égal à celui de ses activités non-salariées. Si ce n'était pas le cas, c'est le régime social des indépendants qui lui versait ses prestations. En cas d'activités débutées en même temps, l'indépendante était présumée constituer l'activité principale.

« Le décret a modifié le mode de détermination de l'activité principale. Désormais le droit aux prestations de maladie et de maternité est ouvert dans le régime dont dépendait l'assuré avant le cumul, donc celui de son activité antérieure », précise Laure Thiébault.

Activité principale

Cependant, le texte prévoit la possibilité pour l'assuré de choisir à tout moment le régime au sein duquel ses prestations lui seront versées. Pour ce faire, il doit simplement en informer le régime choisi. L'option prend alors effet deux mois après.

Lorsque l'on cumule deux activités indépendantes, la règle reste celle du versement des prestations par le régime de son activité principale, définie comme la plus ancienne. Dans le cas particulier du cumul d'activités indépendantes agricoles et non-agricoles, il est néanmoins aussi possible d'opter pour le régime d'une activité plus récente, mais sous certaines conditions. Cette option ne peut avoir lieu qu'après trois années civiles d'affiliation. L'assuré peut alors demander que soit considérée comme son activité principale celle qui lui a procuré le chiffre d'affaires ou le montant de recette hors taxe le plus élevé pendant ces trois ans. Mais l'affiliation au régime de cette activité ne sera effective que le 1er janvier de la deuxième année suivant l'expression de ce choix.

Un seul régime verse les prestations, même si l'on cotise à des régimes différents

MARION PERRIER

EN SAVOIR PLUS
A CONSULTER

- **Le texte du décret n°2015-877 du 16 juillet 2015** sur www.legifrance.gouv.fr
- **Les fiches pratiques de l'APCE :** www.apce.com (Rubrique Créateur d'entreprise > Choisir un statut juridique > Statut social du dirigeant > cumul activités indépendantes ou cumul statuts différents)

MARKETING

Faire appel à un courtier en cloud

Intermédiaire entre les prestataires et les entreprises, la fonction de « courtier en cloud » se développe pour proposer des offres sur mesure aux PME.

(AFP/Cultura Creative/Les and Dave Jacobs.)

Ne le comparez pas à un courtier en immobilier. Même si Michel Rathier est « courtier » en cloud, il assure que son métier ne se limite pas à juste trouver le prestataire le moins cher pour stocker ses données. « On utilise ce mot parce qu'on n'en a pas vraiment trouvé d'autre, nuance le président de la société Altix Solutions. Or notre activité n'est pas juste de négocier les solutions les moins chères mais surtout de permettre à des PME de s'organiser et d'évoluer, sur le long terme, selon leurs besoins. »

« Ces courtiers agissent plutôt comme des mandataires », témoigne Luc d'Urso. Président de la société Wooxo, ce prestataire de cloud a déjà été sondé par cette nouvelle profession. « A la demande de leurs clients, ils recherchent les meilleures solutions qui peuvent couvrir le simple hébergement d'une volumétrie de stockage dans des data center, l'acquisition de vraies infrastructures de stockage, mais aussi l'usage d'applications diverses à partager entre les salariés en mode cloud. Si on ne parlait que de volumétrie, ce serait assez simple. En réalité, l'offre est assez pléthorique et pas toujours très lisible pour tout le monde. »

Guy Chesnot les décrit volontiers comme des « traducteurs ». « J'ai vu apparaître les premiers courtiers en cloud il y a quatre ans et le métier est désormais en pleine expansion, observe ce consultant expert en logiciels de stockage de données. Je trouve le principe vraiment intéressant pour une entreprise. Les collaborateurs sont de plus en plus mobiles et travaillent de plus en plus à distance. Et dès lors qu'il faut pouvoir s'échanger des données se posent des questions importantes pour le fonctionnement de l'entreprise. »

Ce n'est pas un hasard si Michel Rathier a choisi de proposer ses services de courtage essentiellement aux TPE-PME. « Ce sont des entreprises qui sont au cœur d'une croissance et d'un gisement d'emplois potentiels. Grâce au cloud, elles pourraient profiter de très nombreux logiciels soudain rendus accessibles par exemple. Mais encore faut-il qu'elles soient accompagnées pour connaître et utiliser ces nouvelles solutions. Un courtier va cartographier l'entreprise, parler avec l'ensemble des directions fonctionnelles et aussi aider les interlocuteurs à s'approprier ces nouveaux usages pour rendre l'entreprise plus rapide et plus agile. »

Accéder à de nombreux logiciels

Le coût, quant à lui, commence à 700 € la journée. « On développe même des solutions pour des artisans. Si on intervient par rapport à une simple problématique de sauvegarde, on peut commencer par une journée. Ensuite, les courtiers proposent des formules mensuelles pour un accompagnement plus poussé. » « S'il y en a un, un DSI (directeur des systèmes d'information) peut toujours le faire, abonde Luc d'Urso. Mais une entreprise peut aussi se demander si son énergie n'est pas plus utile ailleurs… »

Avant de choisir son courtier, Guy Chesnot invite cependant les entreprises à aborder trois questions. « Il faut d'abord se demander par quel réseau on passe et combien ça coûte, ensuite s'interroger sur les moyens de protection des données. Et on peut éventuellement imaginer comment la prestation peut évoluer si les besoins de l'entreprise diminuent ou augmentent à l'avenir, si elle veut partager de nouvelles applications par exemple. Idéalement il faut pouvoir regarder vers l'avenir. »

CÉLINE CHAUDEAU

Plus de 46% de croissance par an

Amazon avec AWS, Microsoft avec Azure, ou encore Google et bientôt le chinois Alibaba : même les géants du Net proposent aux entreprises d'héberger leurs données. Avec cette offre pléthorique et en perpétuelle évolution, on comprend que le courtage en cloud soit promis à un bel avenir. Selon la société d'études Markets and Markets, le marché des courtiers de cloud croît de plus de 46% par an depuis 2013 et devrait atteindre 10,5 milliards de dollars (9,3 milliards d'euros) en 2018.

INNOVATION

Les valises connectées débarquent

Géolocalisables, certaines valises connectées peuvent proposer à leurs utilisateurs des fonctionnalités inédites : peser ses bagages ou servir de batterie pour son smartphone.

(Dels»ey.)

Impossible de les perdre. Où qu'elles soient, leur position s'affiche sur un smartphone. Ce sont les valises connectées. Devenus « intelligents », ces bagages nouvelle génération ne permettent plus seulement de transporter vêtements et documents. Ils sont aussi capables d'envoyer leur position exacte, voire même plus. « Il n'y a pas vraiment de révolution technologique, ce sont des produits qui évoluent et qui vont se développer, analyse Axel Ronchon, chargé de communication pour *Objetdomotique.com*, site de e-commerce spécialisé dans les objets connectés. Aujourd'hui, on peut très bien rendre sa valise connectée grâce à de petits trackers comme par exemple le Gablys, une sorte de mini galet bluetooth qui permet de géolocaliser l'objet sur lequel il est installé et qui indique au smartphone si l'on s'en rapproche ou s'en éloigne. »

Les compagnies aériennes, comme Airbus ou Air France, travaillent elles aussi sur des dispositifs de géolocalisation. Mais d'autres projets enrichissent considérablement les fonctionnalités de ces objets connectés.

Par exemple, la start up californienne Bluesmart commercialise pour 399 € une valise connectée, fermée à clé par le smartphone, qui se pèse, qui notifie à combien de mètres elle se situe de son propriétaire, ou qui peut encore recharger une batterie de téléphone.

Une autre jeune pousse américaine, Planet Traveller, a levé cet été 920 122 dollars (soit 819 814 €) sur la plateforme de crowfunding Kickstarter pour sa valise Space Case 1, qui peut aussi faire office d'enceinte. Les grands bagagistes, de leur côté, travaillent également sur des produits ambitieux. Delsey devrait commercialiser son « Pluggage » courant 2016. « On avance : il y a des éléments au niveau technologique mais aussi réglementaire sur lesquels on doit encore travailler, explique Catherine de Bleeker, directeur marketing de Delsey. Les batteries en lithium contenues dans les valises suscitent en effet des interrogations de la part des instances chargées de la sécurité aérienne. » Pour sa valise connectée, le bagagiste français a consulté les internautes en leur proposant de choisir parmi une dizaine de fonctionnalités. Au final, la communauté a opté pour que le fameux bagage ait la capacité — dans l'ordre — de se peser, de s'ouvrir grâce à une empreinte digitale, d'être géolocalisé et de pouvoir recharger un smartphone ou un ordinateur grâce à sa batterie intégrée. L'entreprise Samsonite s'est, quant à elle, associée avec le géant de l'électronique Samsung pour produire une valise «auto-check», permettant, grâce à une puce intégrée, l'identification automatique du voyageur à son arrivée à l'aéroport. Samsonite a déjà réalisé des partenariats avec Emirates, Lufthansa et Air France KLM pour que ce système soit mis en place prochainement.

600

euros

C'est le prix que devrait coûter la future valise connectée développée par Delsey et disponible à la vente courant 2016.

FLORE MABILLEAU

EN SAVOIR PLUS

http://bluesmart.com/
www.delseypluggage.com/fr
www.planettravelerusa.com

SOLUTIONS COP21

« Les événements climatiques ont des impacts sanitaires significatifs »

Pour Eric Lombard, directeur général de Generali, il est urgent que la COP21 aboutisse à la signature d'un accord.

◆ La France est de plus en plus exposée aux catastrophes naturelles. Quelles conséquences sur le secteur de l'assurance ?
En raison du dérèglement climatique, la tendance est à l'augmentation des catastrophes naturelles, des inondations, des pluies diluviennes, des tempêtes de grêles etc. Et comme parallèlement l'urbanisation continue, les coûts pour les assureurs sont en forte croissance. Ces vingt dernières années, ces accidents climatiques ont ainsi coûté 30 milliards d'euros aux assureurs en France. Et ce montant devrait être multiplié par deux pour atteindre 60 milliards d'euros dans les vingt prochaines années.

◆ Comment le facteur « climat » s'intègre-t-il dans votre stratégie ?
Notre meilleure réponse, c'est la prévention ! Pour les particuliers comme pour les entreprises, c'est par exemple alerter nos assurés en cas d'événement climatique violent à venir. Avec le « big data », nous avons de plus en plus de données et la précision est telle qu'à chaque habitation pourra correspondre un risque. Le métier d'assureur reposant sur le principe de mutualisation, nous équilibrons les risques pour continuer à être en mesure d'indemniser nos clients.

◆ Quel est le sens de votre implication dans la COP21 ?
Le secteur de l'assurance est directement impacté par les conséquences du changement climatique, et nous voulons travailler au côté des pouvoirs publics. Generali étant présent dans de très nombreux pays, nous sommes un observateur privilégié, et il est de notre devoir de tirer le signal d'alarme sur le réchauffement des températures du globe. Les pays participant semblent mûrs pour signer un accord. Il y a urgence car les événements climatiques ont également des impacts sanitaires significatifs : déplacements de population, hausse de la mortalité, changements dans la répartition géographique de certaines maladies…

Eric Lombard, directeur général de Generali. (Hervé Thouroude.)

◆ Concrètement, quelles actions comptez-vous mener ?
Nous développons des actions de prévention climatique parmi nos 800 000 clients entreprises et professionnels. Grâce au programme « Generali Performance Globale » lancé en 2006, nous jouons un rôle démultiplicateur de conseil en incluant toutes les dimensions de la RSE (responsabilité sociétale des entreprises) dans l'analyse de leurs risques. Nous les accompagnons ainsi dans la réduction des impacts environnementaux et de l'empreinte carbone que peut générer leur activité.

◆ Et dans votre activité ?
Le climat est au cœur des engagements sociétaux de la compagnie à travers la prévention. Nous nous sommes dotés d'une équipe de chercheurs pluridisciplinaires : géographes, climatologue, actuaires…, afin de modéliser l'impact du changement climatique. De même, les investissements réalisés pour le compte de nos assurés sont très importants, de l'ordre de 110 milliards d'euros. Nous sommes de plus en plus soucieux de les orienter vers des entreprises qui ont un vrai respect de l'environnement...

■ SANDRINE BAJOS

Solutions COP21 : du 4 au 10 décembre 2015 au Grand Palais (Paris VIIIe). www.solutionscop21.org

ÉPARGNE

Et pourquoi pas les comptes à terme ?

Ces produits méconnus permettent de bénéficier d'une rémunération fixée à l'avance. Une alternative parfois intéressante, pour compléter les placements traditionnels dont les rendements sont en baisse.

(Photononstop/Westend61/Creativ Studio Heinemann.)

L'été n'aura guère souri aux épargnants. Pour la première fois depuis sa création en 1818, le sacro-saint Livret A (ainsi que le LDD, livret de développement durable) aura vu sa rémunération franchir, à la baisse, le seuil symbolique des 1%. Les sommes déposées ne bénéficient plus que d'une rémunération de 0,75%, en vertu des règles de réajustement de la rémunération du livret. Et encore : si la règle avait été strictement respectée, le taux du livret A ne serait plus rémunéré qu'à 0,5%. Des montants dérisoires qui incitent de plus en plus de Français à laisser « dormir » leur argent sur leur compte à vue, dont les encours ne cessent d'augmenter. Dommage ! « Quand vous laissez de l'argent sur votre compte courant, vous enrichissez votre banquier », regrette Philippe Crevel, directeur du Cercle de l'épargne *(lire interview)*.

Un seul dépôt initial

Alors, que faire de ses économies ? Les comptes à terme, relativement peu connus, peuvent dans certains cas être un bon recours. Comme leur nom l'indique, ces produits permettent de placer une somme, en une seule fois (un seul dépôt initial), et de bénéficier d'une rémunération fixée à l'avance par contrat, qui ne varie donc pas la hausse, mais qui ne risque pas de varier à la baisse non plus *(lire encadré)*. Actuellement, les taux proposés sur les comptes à terme varient, selon les établissements, de 0,35 % à 2,60 %. Attention : il s'agit d'un taux brut, les intérêts étant soumis à l'impôt.

Pas de quoi faire fortune, donc. Mais comme la durée de placement sur ces comptes peut atteindre plusieurs années (jusqu'à 60 mois, soit 5 ans) ils peuvent être une bonne manière de protéger ses économies d'une nouvelle baisse du livret A, qui pourrait survenir si l'inflation reste à son niveau actuel. Bien entendu, cet avantage se double tout de même d'une contrainte : une fois déposé, l'argent est bloqué jusqu'au « terme » du contrat, lui aussi fixé à l'avance. Les retraits anticipés font, en règle générale, l'objet de pénalités. Ces produits ne sont donc à utiliser que pour placer de l'argent dont on est certain de ne pas avoir besoin, où que l'on réserve pour un usage particulier : financement d'un voyage, d'une nouvelle voiture, des études, d'un mariage... Pour ceux qui auraient tendance à être plus cigale que fourmi, c'est une excellente façon de conserver un petit pécule sans être tenté de piocher dedans ! Bien évidemment, ces comptes sont totalement sécurisés et ne présentent aucun risque de perte en capital.

Pour « booster » un peu le produit, les banques sont nombreuses à proposer des comptes à terme « progressifs ». Dans ce cas, plus la durée de placement est longue, plus le taux d'intérêt servi augmente.

Certaines banques proposent aussi des comptes à terme couplés à d'autres produits d'épargne, comme un Plan d'épargne logement (PEL) : l'argent placé sur le compte alimente automatiquement le PEL en bénéficiant d'une rémunération garantie. Au bout de quatre ans, il bascule vers un PEL et le titulaire peut bénéficier des avantages afférents. Double avantage de la formule : ce compte couplé permet de s'affranchir de la contrainte des versements réguliers du PEL, et il est généralement mieux rémunéré. En revanche, les retraits partiels ne sont pas possibles.

Bien se renseigner

Pour bien choisir son compte à terme, il importe de connaître la somme que l'on souhaite placer, car la plupart des banques imposent un montant minimal, variable selon la durée de placement choisie. Celui-ci peut atteindre 5 000 euros, voire 7 500 euros pour les comptes à échéance de 60 mois. Mieux vaut donc bien se renseigner et faire le tour des établissements avant de se décider pour placer son argent dans les meilleures conditions.

■ MARIE NIVAS

COMMENT ÇA MARCHE ?

- **La durée de placement et la rémunération sont fixés lors de la souscription du produit.** Le capital et la rémunération sont garantis quelle que soit la durée de placement.
- **L'argent est versé en une seule fois, lors du versement initial.** Le capital augmenté des intérêts sont disponibles à l'échéance du placement. La plupart des établissements imposent un versement minimal et un plafond, généralement assez élevé, pouvant aller jusqu'à 10 millions d'euros !
- **Les retraits en cours de contrat font l'objet de pénalités,** sauf cas particuliers (comme celui des comptes à terme à taux progressif, par exemple).
- **La rémunération est fixée librement par chaque établissement.** En règle générale plus la durée de placement est longue, plus le taux servi est élevé.
- **Les intérêts sont soumis au barème progressif de l'impôt sur le revenu et aux prélèvements sociaux de 15,5 %.** Pour cela, un prélèvement à la source non libératoire de 24 % est appliqué lors de l'encaissement des intérêts. Cette somme vient ensuite minorer l'impôt sur le revenu dû. Si elle l'excède, le solde est restitué.
- **Les contribuables** dont le revenu fiscal de référence (de l'avant-dernière année) est inférieur à 25 000 euros pour une personne seule et 50 000 euros pour un couple peuvent être dispensés de ce prélèvement à la source. Dans ce cas, la demande de dispense doit être faite auprès de la banque, avant le 30 novembre de l'année précédant le paiement des intérêts.

L'AVIS DE...

(DR.)

Philippe CREVEL
Directeur du Cercle de l'épargne

«Des produits à regarder au cas par cas »

◆ Que penser des comptes à terme dans un contexte de baisse des taux d'intérêts ?
Les comptes à terme sont des produits d'attente un peu généralistes, plutôt utiles à court ou très court terme. Ils sont un peu tombés en déshérence ces dernières années en raison d'une fiscalité qui peut être pénalisante. Il faut comparer les rendements des comptes à terme à ceux de l'assurance vie et des fonds en euros, qui peuvent parfois être supérieurs.

◆ Les comptes à terme adossés à d'autres produits sont-ils à recommander ?
On trouve effectivement des « packages » proposés par les établissements. Il est important de bien les regarder au cas par cas, en fonction de son projet, et de faire des arbitrages en prenant en compte les frais, la fiscalité et l'éventuelle complexité du produit. Dans le cas d'un produit d'épargne, celle-ci n'est jamais un atout.

◆ La rémunération de l'épargne va-t-elle remonter ?
La baisse des taux est durable, et on n'imagine pas une remontée des taux d'intérêts pour le moment. Les actions et les unités de comptes offrent quand même des opportunités pour les gens qui ont le cœur bien accroché. Et n'oublions pas l'or : s'il descend sous la barre des 1 000 dollars l'once, il peut être intéressant d'en acheter dans la perspective de la remontée.

◆ Les Français ont renoncé à placer leur argent en raison des faibles taux d'intérêt...
Oui, c'est exactement ce que souhaite le gouvernement, qui veut que les Francais consomment !

LOI MACRON

Les entreprises pourront bientôt se prêter de l'argent

(Photononstop/photoAlto/Eric Audras.)

Les entreprises ayant des liens économiques seront prochainement autorisées à se financer les unes les autres, sans l'intermédiaire des banques. Une possibilité à envisager avec prudence.

On en parlait depuis longtemps. Au premier semestre 2016, les petites entreprises seront autorisées à emprunter à d'autres, sous certaines conditions. L'article 167 de la loi Macron, datée du 6 août, ouvre en effet la possibilité à des entreprises ayant des comptes certifiés, en SA ou SARL, de pratiquer des « opérations de crédit » envers des très petites et moyennes entreprises, TPE et PME, voire des entreprises de taille intermédiaire (ETI), y compris lorsqu'il n'y a pas de lien de capital entre ces entreprises. Les deux devront cependant être partenaires et les prêts n'excèderont pas deux ans. Les créances détenues par le prêteur ne pourront être cédées à des tiers.

Jusque-là, il existait deux possibilités de crédit entre entreprises : la première consistait pour une société à accorder un délai de paiement plus important à son client, ce qu'on appelle le crédit fournisseur. Deuxième possibilité : une entreprise pouvait faire crédit à une autre du moment que toutes deux appartenaient au même groupe. En dehors de ces deux voies, il fallait en passer par les banques.

Or de nombreuses études soulignent le désengagement des établissements bancaires vis-à-vis des PME ces dernières années. En mai dernier, dans le baromètre KPMG-CGPME sur le financement et l'accès au crédit des PME, 75% des dirigeants interrogés déclaraient faire l'objet d'au moins une mesure de durcissement des conditions de financement par les banques. Le constat est similaire du côté du cabinet de recouvrement ARC : « 80% des entreprises ont noté un désengagement des banques vis-à-vis des PME depuis 2008* », rappelle le président d'ARC, Denis Le Bossé. « Ces dernières sont en manque de trésorerie. La plupart n'osent même plus relancer leurs clients pour être payées, de peur de perdre des parts de marché. »

Dans ce contexte, le dispositif de crédit interentreprises suscite un intérêt. « La loi vient combler un manque. Cela va dans le bon sens », salue Denis Le Bossé. Le président d'ARC craint cependant un durcissement du rapport de force entre entreprises. « Un partenariat à trois, avec les banques, aurait été plus sûr pour l'emprunteur », analyse-t-il.

« Le dispositif met de l'huile dans les rouages », estime pour sa part Bernard Cohen-Hadad, président de la commission financement des entreprises de la CGPME. Lui aussi met cependant en garde contre les possibles « débordements léonins » de la relation emprunteur-créancier. « Sur les entreprises fragiles, cela risque d'accroître la pression du donneur d'ordre et la dépendance de l'emprunteur », avertit Bernard Cohen-Hadad qui souhaiterait la mise en place d'un véritable « gentleman agreement » précisant les bonnes pratiques entre les deux parties. Bernard Cohen-Hadad considère cependant le prêt interentreprises comme une possible base au soutien bancaire. « Pour une entreprise, disposer d'une créance sur Orange, par exemple, cela peut avoir un effet de levier pour un emprunt bancaire ».

« Un souffle d'air »

Côté prêteur, Brigitte Dubois, PDG du cabinet Exco Loire, tout en saluant l'assouplissement initié par la loi, qu'elle qualifie de « souffle d'air », invite également à la prudence. « Le problème est que l'on fait peser le risque de crédit sur les entreprises. » D'où quelques précautions à prendre. « Il faut une vraie raison économique pour prêter de l'argent, souligne-t-elle : aider un co-traitant qui a un produit novateur, aider un fournisseur ou un client sans lequel on va perdre un marché ou qui nous permettait d'acquérir un bien spécifique. Il faut que cela se fasse entre entreprises qui se connaissent bien. » Les experts attendent désormais la parution du décret d'application de la loi pour juger.

ANNE-CLAIRE ORDAS

**Dernier Baromètre Cabinet ARC /Ifop, novembre 2014*

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

- **Le texte officiel de la loi n° 2015-990 du 6 août** pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques : www.legifrance.gouv.fr
- **Le blog de Bernard Cohen-Haddad** : www.bernard-cohen-hadad.com
- **L'étude KPMG- CGPME** sur le site KPMG France : www.kpmg.fr, rubrique Actualités
- **Le site du cabinet ARC** : www.cabinet-arc.com

Ce qu'il reste à définir

Un décret d'application en Conseil d'Etat viendra préciser à l'automne l'article 167 de la loi Macron. Ce décret devrait détailler les conditions dans lesquelles les sociétés peuvent accorder ou recevoir un prêt, et notamment indiquer :

- **Le taux d'intérêt maximal d'emprunt autorisé**, afin d'éviter les abus du prêteur sur l'emprunteur.
- **Le plafond de crédit que peut accorder la société prêteuse.**
- **La situation financière de la société prêteuse** (part du crédit par rapport au chiffre d'affaires, par exemple), avec une condition : se trouver en situation de trésorerie excédentaire.
- **Les modalités du contrat de prêt entre les deux parties** (clarification des différents types de relations qui lient emprunteur et prêteur – fournisseur et client, donneur d'ordre et sous traitant, etc.)
- **Les modalités de l'attestation du prêt** par le commissaire aux comptes.

L'AVIS DE...

(DR.)

Gilles SAINT-MARC
avocat associé en droit bancaire et financier (cabinet Gide Loyret Nouel)

« La loi relève d'une vision pragmatique »

◆ Le prêt interentreprises va-t-il remettre en cause le rôle des banques ?

Partons d'un constat : aujourd'hui, un certain nombre de PME sont confrontées à des problèmes de trésorerie. Elles ne trouvent pas toujours de réponses bancaires à leurs problèmes, ou de réponses à des taux attractifs. La loi Macron permet que deux entreprises qui ont un lien économique entre elles — dont l'une est en situation de trésorerie excédentaire — puissent conclure un contrat de prêt. Tout cela relève d'une vision assez pragmatique. Il ne s'agit pas de remettre en cause le rôle prééminent des banques, ni de transformer les entreprises en banquier. Le crédit n'intervient qu'à titre accessoire. Il s'agit d'une solution par défaut. De façon spontanée, une entreprise confrontée à une difficulté de trésorerie ira voir sa banque en premier. Mais en l'absence d'offre, elle pourra se tourner vers une entreprise partenaire qui aura intérêt à la maintenir en vie. L'idée est de remédier aux très nombreuses faillites qui ne sont dues qu'à des problèmes de trésorerie alors que le business est viable.

◆ Quels secteurs sont particulièrement concernés ?

Les secteurs qui font intervenir de nombreux maillons dans la chaîne de production, comme l'aéronautique, l'agroalimentaire, le luxe ou le secteur automobile. Dans ce dernier, par exemple, des myriades d'entreprises interviennent pour la fabrication d'un élément d'une voiture. C'est l'intérêt bien compris du constructeur automobile que ses sous-traitants ou ses distributeurs ne se retrouvent pas en cessation de paiement.

◆ N'est-ce pas risqué pour les entreprises de jouer le rôle des banques ?

Les entreprises ont un autre prisme que le seul prisme financier : elles entretiennent des liens étroits avec l'entreprise partenaire, connaissent sa situation financière, ses perspectives à l'export, ses marchés, ses clients et ses concurrents. Elles savent donc si la difficulté de trésorerie de l'entreprise est passagère ou durable. Par ailleurs, le montant des prêts consentis sera communiqué dans le rapport de gestion de l'entreprise prêteuse et fera l'objet d'une attestation par ses commissaires aux comptes. Autant de raisons qui devraient limiter la prise de risque inconsidéré par l'entreprise prêteuse.

En BREF

Cuisinier : l'Ecole des pros

Les cuisiniers sont recherchés et le métier offre de nombreuses possibilités d'emploi. Pour inciter les jeunes ou les candidats à la reconversion à suivre cette voie, le groupe Forma-dis, spécialiste de l'enseignement privé à distance, vient de lancer une formation : L'Ecole des pros.
Il est possible de s'inscrire à n'importe quel moment de l'année. La formation dure entre 12 et 36 mois et débouche sur un CAP cuisine. Les leçons se font par vidéos, présentées par le chroniqueur Gérard Baud, et sont complétées par 14 semaines de stage obligatoires.
Tarifs : 1990 euros pour le CAP professionnel et 2190 euros pour le CAP complet. *www.ecoledespros.fr*

Entretien professionnel : les bonnes pratiques

La loi du 5 mars 2014 a mis en place l'obligation pour les entreprises d'organiser un entretien professionnel, lié à la formation.
Comment s'organiser ? en interne ou en externe ? Quels outils mettre en œuvre ? Marie-Hélène Snyers Michal, spécialiste en droit de la formation professionnelle, anime une matinée sur ce thème en présence de professionnels qui livreront leur expérience.
Mardi 6 octobre de 8h30 à 10h30, siège du groupe IGS, 1 rue Jacques-Bingen, Paris XVIIe.
Tél. : 01 80 97 55 13.

Rédiger un règlement intérieur

Si votre entreprise emploie 20 salariés ou plus, la rédaction d'un règlement intérieur est obligatoire, sous peine de devoir payer une amende. Ce document doit fixer des règles dans deux domaines : l'hygiène et la sécurité ; la discipline (conditions de circulation dans et en dehors de l'établissement, respect de l'horaire de travail…) et notamment, la nature et l'échelle des sanctions.
Il doit être soumis au comité d'entreprise ou aux délégués du personnel, affiché dans l'entreprise et communiqué au greffe des prud'hommes et à l'inspecteur du travail.
Dans les entreprises de moins de 20 salariés, il n'est pas obligatoire, mais vivement recommandé.

STRATÉGIE

Les collectivités territoriales en quête de nouveaux profils

(Photononstop/Klaus Mellenthin.)

Contrairement à une idée reçue, la « territoriale » ne recrute pas que des fonctionnaires. Elle est même souvent obligée de regarder ailleurs pour trouver certaines compétences rares.

Elle reçoit entre 3 000 et 4 000 CV par an. Ce qui tombe plutôt bien, car Béatrice Blouin a régulièrement des postes à pourvoir. « Nous avons des besoins fréquents sur des types d'emplois très variés, explique la directrice des ressources humaines de la ville d'Angers (Maine-et-Loire). Cela va du jardinier ou de l'auxiliaire de puériculture à des profils de cadres sur des fonctions financières, en passant par des adjoints administratifs et des techniciens… » En même temps, elle reconnaît aisément que certains profils sont plus faciles à trouver que d'autres. « Nous recrutons beaucoup de statutaires, c'est-à-dire des profils qui ont passé les concours, mais pas seulement. On peut aussi recourir à des recrutements directs. »
« Peu de gens savent ce que font exactement les collectivités territoriales, leur organisation et les types de métiers que l'on peut y trouver », observe David Mérigonde, manager au sein de la division public et parapublic chez Michael Page. La preuve : régulièrement, son cabinet est sollicité sur des fonctions très diverses, catégories A, B et C confondues. « On recherche beaucoup de profils de techniciens ou d'ingénieurs pour des métiers liés aux espaces publics et tout ce qui touche la voirie, mais les profils de financiers comme les chefs de projets en informatique sont aussi très recherchés. Globalement, on va trouver des métiers en tension assez similaires à ce que l'on voit dans le privé… »
« Il y a deux postes sur lesquels on est très sollicités, confirme Vincent Bogaers, directeur du cabinet SOI Conseil et Formation, spécialisé dans la fonction publique territoriale. Le premier concerne des profils de techniciens, notamment en gestion de travaux. Le second profil, très sensible, est lié à la finance et à la gestion de la dette. »
A qui sont réservés les postes des collectivités territoriales ? Sur plus de deux millions d'agents recensés en 2014 par la Direction générale de l'administration et de la fonction publique (DGAFP), 529 000 étaient des contractuels. Mais encore faut-il identifier certains profils. « Quand notre vivier de candidatures ne suffit pas, nous publions des annonces sur le site de la ville, dans la presse locale, la presse spécialisée et sur le web. » Et il faudra encore aller convaincre certains profils. « Peu de gens imaginent le nombre de postes ouverts hors concours, observe David Mérigonde. A compétences égales, on privilégiera toujours des titulaires de la fonction publique mais on doit parfois chercher ailleurs. On arrive alors à convaincre des candidats issus du privé avec la dimension de l'intérêt général liée à ces postes. »
« La question du sens est d'autant plus porteuse que la différence en salaire est de moins en moins vraie, ajoute Vincent Bogaers. Dans un contexte économique tendu, un contrat de un an ou trois ans, qui peut déboucher sur un CDI, reste intéressant. On voit même apparaître une part variable liée au niveau de responsabilité et au mérite. »

> ***« On recherche beaucoup de profils de financiers ou de chefs de projets en informatique »***

2,3 millions

d'agents dans la fonction publique territoriale en 2014.
(source DGAFP, Direction générale de l'administration et de la fonction publique)

DOSSIER RÉALISÉ PAR CÉLINE CHAUDEAU

(Sébastien Thomas.)

Le réseau de restauration collective Restau'Co rechercher 16 000 cuisiniers.

Des formations pour accéder et évoluer

Nombre de formations facilitent les passerelles entre privé et public.

« Les collectivités territoriales sont un monde que nous connaissons, sourit Eric Lepêcheur. Nous avons des collaborateurs qui travaillent dans les hôpitaux, dans les mairies, dans les lycée et dans les collèges… Mais nous avons encore énormément de postes à pourvoir. » Président de Restau'Co, un réseau de restauration collective, il a récemment beaucoup milité pour la création d'un diplôme de cuisinier de collectivité. « On a besoin de 16 000 cuisiniers. Or le lycée hôtelier forme des candidats qui vont s'orienter vers la gastronomie et pas suffisamment vers la restauration collective. Il reste encore plein de débouchés intéressants méconnus ou pas suffisamment valorisés. »

Si le passage des concours n'est plus un préalable obligatoire, nombre de formations facilitent les passerelles entre privé et public. Et ce, quel que soit le profil du candidat. « À chaque fois que j'ai créé un cursus, j'ai eu plus de 500 candidats et cette demande ne fait que croître avec les années », témoigne Tony Lourenço, directeur du cabinet Territoires RH. Chasseur de têtes et formateur, il propose depuis 14 ans des cursus spécialisés en finances, achats publics ou encore en direction des services techniques. « Aujourd'hui, par exemple, on a de plus en plus besoin de cadres capables de raisonner en termes de performances publiques. Pour favoriser la mobilité privé-publique, j'ai développé des cursus qui forment à ces sujets et permettent d'acquérir une meilleure légitimité en entretien. »

Gérer son évolution professionnelle

A charge ensuite pour les recrutés de gérer leur carrière. « Je cite souvent le parcours d'un professeur de musique que j'avais embauché à mes côtés aux ressources humaines et qui est devenu depuis DRH dans plusieurs collectivités », commente Jean-François Lemmet, ancien directeur général adjoint au Conseil général des Hauts-de-Seine, aujourd'hui consultant en ressources humaines auprès de collectivités territoriales. « Un jeune qui débute aujourd'hui dans la fonction publique ou un moins jeune qui y évolue n'a pas forcément envie de passer toute sa vie dans le même poste. On trouve 236 métiers différents recensés dans la fonction publique territoriale, dont beaucoup accessibles par des formations et des passerelles internes. »

Pour Tony Lourenço, l'argument est porteur. « La possibilité d'avoir des fonctions et une carrière bien plus variées que dans le privé est motivante. A 25 ans vous pouvez être DRH d'une collectivité de 1 000 salariés et, deux ans plus tard DGA ou DGS de la même structure ou d'une autre à proximité immédiate de votre territoire… »

EN SAVOIR PLUS

A LIRE

- **« Le statut des agents territoriaux. Fonctionnaires et non titulaires »**, de Jean-François Lemmet et Pierre-Henri Thomazo, éditions LGDJ, août 2015, 240 pages. 24 €.
- **« Les Collectivités territoriales en 70 Fiches »**, de Philippe-Jean Quillien, éditions Ellipses Marketing, 2013, 224 pages. 12,50 €.

A CONSULTER

- **« Comment entrer dans la fonction publique territoriale ? »** sur le site : *Economie.gouv.fr/cedef/fonction-publique-territoriale*
- **Le site emploi-territorial** proposé par le CNFPT et son répertoire des métiers : *emploi-territorial.fr*

TÉMOINS

« Des postes qui gagnent à être connus »

(DR.)

Gabriel DOUBLET
Premier vice-président d'Annemasse Agglo (Haute-Savoie)

Sur le papier, sa collectivité fait rêver. Sur une carte, surtout. « On est entre le lac et les montagnes », rappelle volontiers Gabriel Doublet. Maire de Saint-Cergues (Haute-Savoie), il est aussi premier vice-président d'Annemasse Agglo, un ensemble urbain de douze communes à la frontière suisse. « Les candidats viennent aussi, attirés par le cadre de vie. Et faute d'avoir une université à proprement parler sur le territoire, on a aussi beaucoup de jeunes qui partent faire leurs études ailleurs et qui, à un moment, veulent revenir. » Mais malheureusement, le projet n'est pas toujours facile.

Les offres d'emploi ne manquent pourtant pas. « Notre agglomération a la particularité d'être transfrontalière, à proximité immédiate de Genève dans une région très dynamique », poursuit Gabriel Doublet. Le secteur des transports, notamment, recrute des techniciens et des ingénieurs. « Nous travaillons sur de beaux projets. Nous venons de terminer un BHNS (bus à haut niveau de service), nous avons un tramway en projet et un RER transfrontalier en construction. » Malgré tout, la collectivité se heurte à certaines difficultés. « Le coût de la vie est très cher et nous avons des difficultés en termes de logements. Nous essayons depuis plusieurs années d'obtenir de meilleures indemnisations pour ces postes de dépense, comme ce qui existe à Paris ou sur la Côte d'Azur, mais pour l'instant en vain. »

Autre difficulté : la concurrence avec la Suisse. « La proximité de Genève est une vraie chance mais aussi une difficulté, car la Suisse aspire beaucoup de talents. Nous avons souvent du mal à recruter des techniciens en matière d'assainissement et dans le domaine informatique. Les profils de médecins et d'infirmiers sont aussi en tension. »

Malgré tout, l'élu reste optimiste. « Beaucoup de candidats ne savent pas encore qu'ils peuvent postuler sans être fonctionnaires et nous avons beaucoup de postes et de projets qui gagnent à être connus. C'est un endroit où les choses bougent. Dans cette période un peu sinistre au niveau national et européen, il y a plein de choses passionnantes à faire… »

L'AVIS DE…

« Des postes souvent plus pérennes que dans le privé »

(DR.)

Mathieu LOUÉ
Manager de la division public et parapublic au cabinet Hays

Quels types de missions vous sont confiées ?
Nous intervenons vraiment sur toutes typologies de métiers. Nous sommes sollicités aussi bien sur des profils de direction générale que sur des métiers liés à l'éducation, l'animation ou le social. Nous sommes très sollicités sur des fonctions support en ressources humaines et finances et beaucoup de nouveaux métiers comme chef de projet, responsable marketing digital, ou ingénieurs systèmes et réseaux. Les métiers techniques liés à la construction et l'entretien du territoire sont aussi en tension. Globalement, on va travailler sur tous les métiers d'aménagement et de développement économique. Les profils en environnement et assainissement du territoire, axés propreté et développement durable sont difficiles à trouver, car il y a des bureaux d'études dans le privé très attractifs.

Comment identifiez-vous les candidats ?
Pour les métiers liés aux marchés publics et aux achats, on s'intéresse d'abord au diplôme, parce qu'il faudra une formation en droit public. Sur les systèmes d'information en revanche, on a des passerelles avec le privé quasi systématiques : pour un poste d'administrateur systèmes et réseaux, on attend les mêmes compétences dans le public que dans le privé. Mais on va chercher plutôt des collaborateurs juniors car ce sont des profils un peu chers par rapport à la grille de rémunération de la fonction publique territoriale.

Quels sont les arguments les plus convaincants ?
Côté salaire, même si l'écart est de moins en moins grand, on observe quand même entre 8 et 12 % d'écart avec le privé. Mais la différence est compensée par l'intérêt de la mission. Les profils de techniciens sont ainsi sensibles au défi de la mise en place d'un projet. Dans le privé, les compétences sont souvent assez cloisonnées alors que le public peut peut-être offrir plus d'autonomie et un vrai suivi de projet d'un bout à l'autre. Côté formation, ces candidats pourront aussi se former à d'autres sujets comme les marchés publics. Et enfin, il s'agit de postes jugés souvent plus pérennes que dans le privé, avec des contrats assez longs d'un à trois ans qui peuvent déboucher sur un CDI.

Ils RECRUTENT

La Ville de Lyon
affiche actuellement près de 50 postes (acheteurs, techniciens sécurité, gestionnaires de paie, éducateurs…) :
www.recrutement-mairie.lyon.fr

La ville d'Angers
(Maine-et-Loire) recrute des animateurs des temps de l'enfant (F/H) et des agents recenseurs :
www.angers.fr/la-mairie/offres-d-emploi

Annemasse Agglo
en Haute-Savoie recherche actuellement des techniciens (chargés de l'entretien et de l'exploitation des ouvrages d'assainissement) et des agents d'entretien :
www.annemasse-agglo.fr/services/emplois

La Ville de Paris
ouvre chaque année 1 000 postes par concours :
www.paris.fr/recrutement

VIE PROFESSIONNELLE

Comment déceler les CV trop enjolivés

Trois candidats sur quatre mentiraient sur leur CV, générant parfois un impact financier fâcheux pour leur employeur. Néanmoins, les recruteurs ont les moyens de se border…

(MAXPPP/PhotoPQR/Le Républicain lorrain/Julio Pelaez.)

« Un recrutement, c'est un peu un concours de beauté dans les deux sens » observe-t-il. Et Philippe Hemmerlé s'y connaît : depuis dix ans, il accompagne des candidats dans la conception de leur CV. « D'un côté, une entreprise est rarement totalement transparente sur les contours d'un poste à pourvoir, et de l'autre, il est normal qu'un candidat soit tenté d'enjoliver un peu la réalité, témoigne le fondateur du cabinet CV First. Mais il y a mensonge et mensonge... »

Selon la dernière étude du cabinet Florian Mantione, spécialisé en ressources humaines à Montpellier (Hérault), 75 % des CV ne reflèteraient pas en toute honnêteté le parcours d'un candidat. Parmi les profils les plus « trompeurs », les managers et les commerciaux. Les principaux arrangements avec la vérité concerneraient le niveau de langue, la formation, les logiciels maîtrisés ou encore la durée et le réel périmètre des postes précédents. Le constat pourrait faire sourire s'il ne coûtait pas si cher aux entreprises concernées. « Selon nos calculs, la fraude aux compétences coûte environ un milliard d'euros par an à l'économie française et peut avoir des conséquences dramatiques pour l'employeur », assure David Goldenberg, créateur du cabinet CVTrust. Pour arriver à ce chiffre, cette start up spécialisée dans le contrôle des données évoque notamment, si le salarié s'est vraiment survendu, le manque à gagner en termes de chiffre d'affaires pour l'entreprise, le coût de son licenciement ou encore l'investissement nécessaire pour le remplacer et rétablir sa réputation…

Ce débat étonne pourtant Olivier Fécherolle. « Pendant très longtemps le CV a été un objet privé, se souvient le directeur général France de Viadeo. Quand seul le recruteur le voyait, il était plus facile pour un candidat de se survendre. » Depuis, les réseaux sociaux ont changé la donne. « Avec un profil public, il est quand même plus facile de déceler les incohérences. On a même les moyens de contacter gratuitement des membres de son carnet d'adresses pour vérifier certaines données ! »

La plupart des employeurs ne vérifient rien

Mais selon l'enquête réalisée par le cabinet Florian Mantione, trois employeurs sur quatre ne procèderaient en fait à aucun contrôle ! Faute de temps ou parce qu'ils ont baissé les bras ? « Le marché de la vérification de CV, jadis florissant, est devenu atone, confirme Philippe Hemmerlé. Il est pourtant dangereux de s'avouer vaincu. Car même si le recruteur n'a pas le temps, il doit au minimum comparer le CV d'un postulant avec ses CV postés sur d'autres jobboards pour traquer certaines différences majeures. »

« C'est un sujet en pleine mutation », reconnaît David Goldenberg. Le cabinet, qui explore d'autres méthodes de vérification, vient de lancer la solution « Smart Diploma » qui permet désormais à certains diplômés de grandes écoles comme HEC ou l'Insead de produire une attestation de diplôme infalsifiable et consultable instantanément grâce à un lien hypertexte dans son CV ou sur son profil. « C'est un début, mais cela permet déjà, sans effort, d'écarter quelques usurpateurs… »

■ CÉLINE CHAUDEAU

LES MESURES PRATIQUES

■ Se fier à son intuition

Malgré leur volonté d'embellir leur CV pour mieux se vendre, beaucoup de candidats sont maladroits. Dès lors, il est impératif de traquer dans le CV le moindre élément un peu vague : des dates floues ou des compétences peu étayées à vérifier ensuite.

■ Faire une recherche préliminaire

Le CV étant souvent devenu un objet public, une démarche évidente consiste à comparer les différents profils en ligne avec le CV que l'on a entre les mains pour observer les différences majeures.

■ Interroger le candidat sur ses zones d'ombre

Après ces mesures, il est plus aisé d'interroger le candidat sur la réalité des faits et des compétences.

■ Demander des recommandations

Encore peu pratiqué en France, contrairement aux pays anglo-saxons, l'appel à un ou deux anciens employeurs est un moyen rapide et efficace de s'assurer de l'honnêteté d'un candidat.

■ Faire appel à un prestataire extérieur

Faute de temps, notamment pour les postes les plus stratégiques, reste l'option du recours à un cabinet professionnel qui passera la profil à la loupe…

L'AVIS DES INTÉRESSÉS

(DR.)

Ilana KRANCENBLUM
Responsable commerciale chez Sqope, cabinet de vérification de CV

« Nos clients nous sollicitent pour des profils très dimensionnés avec des enjeux importants. Nous travaillons beaucoup dans le secteur de la finance notamment. Nos tarifs commencent à 1500 € par profil : ce n'est pas beaucoup quand on songe au préjudice que peut causer un mauvais recrutement. Nous travaillons en toute légalité sur des sources ouvertes, c'est-à-dire à la disposition de tous. Mais encore faut-il savoir où chercher. Google, par exemple, ne donne que 3 % des informations réellement disponibles sur Internet. Nous constatons des mensonges sur le parcours universitaire, et beaucoup de titres gonflés comme des adjoints qui se présentent comme chefs. Mais plus souvent, ce sont des mensonges par omission où une mauvaise expérience est tue. C'est le plus difficile à prouver. On a déjà vu, ainsi, des candidats avoir quitté une entreprise avec des listes de clients. Mieux vaut avoir cette information avant de signer une promesse d'embauche… »

(DR.)

Rémi CAMPET
DRH
chez Marco et Vasco

« Pour l'instant, je procède encore à mes vérifications moi-même. Notre PME n'a pas les moyens de faire appel à un prestataire. Mais surtout, nous savons quels mensonges seraient préjudiciables à l'entreprise et nous avons encore les moyens, avec notre volume de recrutement, d'enquêter en interne. On peut voir passer deux types de CV mensongers : les arrangements avec la réalité et la tromperie caractérisée. Je me souviens d'un candidat qui avait un CV impeccable et prétendait avoir vécu trois ans en Chine. Il a suffi de demander au candidat quelques mots en mandarin et de lui poser quelques questions sur le pays pour que le masque tombe. Typiquement, ce genre de recrutement aurait pu compromettre la qualité de notre prestation. Pour des profils plus techniques, il nous arrive aussi d'appeler des employeurs précédents ou de demander des attestations de diplômes avant d'envoyer une promesse d'embauche. »

EN SAVOIR PLUS

A LIRE

- **« Recruter ses premiers salariés : Le mode d'emploi pour réussir ses recrutements »**, de Stéphanie Delestre, éditions Dunod, septembre 2014, 160 pages. 24 €.
- **« Un CV qui fonctionne ! »** de Gilles Payet, Prat Edition, mai 2014 , 180 pages. 9,90 €.

Le Parisien ÉCONOMIE

« Le Parisien libéré »
25, avenue Michelet
93408 Saint-Ouen Cedex
Tél. 01.40.10.30.30
Société par actions simplifiée
Commission paritaire n° 0120 C 85979
Président : Intra-Presse
représentée par Jean HORNAIN
Principal associé : Intra-Presse
Jean HORNAIN,
Directeur de la publication
Eric HERTELOUP,
DGA et éditeur
Stéphane ALBOUY, Directeur des rédactions du «Parisien» et «d'Aujourd'hui en France»

RÉDACTION
Responsable de la rédaction : Bénédicte Alaniou
balaniou@leparisien.fr
Editing et réalisation : Philippe Bouvier
pbouvier@leparisien.fr
Rédaction : Agence Accroche-Press', Chloé Coursaget, Charlotte Robinet

PUBLICITÉ / AMAURY MEDIAS
Directeurs généraux adjoints :
Anne Browaeys, 01.41.04.97.61
Philippe Fromantin, 01.40.10.53.02

PUBLICITÉ COMMERCIALE
Directeur commercial :
Roland Aouizerate, 01.41.04. 97.78
raouizerate@amaurymedias.fr

ANNONCES EMPLOI
Directeur de la publicité :
Muriel Petit, 01.40.10.53.22
mpetit@amaurymedias.fr

IMPRESSION
Sicavic Saint-Ouen (93400)

ABONNEMENT
Le Parisien : 0.811.875.656
(coût d'un appel local)

COMMERCE | MARKETING | DISTRIBUTION

Pour passer vos annonces contactez-nous au 01 40 10 52 70

Carrefour city

URGENT h/f recherche

- Hôtes (ses) de Caisses
- Employés (ées) Libre Services
- Vendeurs/Vendeuses en boulangerie

Débutant(e)s accepté(e)s

CDD à temps complet 35 h

Postuler par email à
emploicarrefour@gmail.com
ou téléphoner au 01 53 19 02 50

Recrutement sur toute l'Ile de France

Société de prestation de service en décoration florale haut de gamme recrute en CDI

Commercial terrain h/f

Sérieux, motivé et ayant le sens des responsabilités.

Secteur de prospection : Paris et sa région.

Travail sur 4 jours.

Rémunération : fixe 2 200 € brut + primes + frais + mobile

Auto entrepreneurs bienvenus

Ateliers VERCHERE
6 avenue de la Gare
60580 COYE LA FORET
03 44 58 17 12

Envoyer candidature à :
recrut.2015@orange.fr

TohapiMobil-Home

Filiale de VACALIANS GROUP, nous sommes chargés de la vente aux particuliers des Mobil Homes implantés sur nos propres campings situés dans les régions françaises les plus touristiques.

Nous recrutons, dans le cadre de notre développement pour la **Région Ile-de-France**.

1 commercial (le)

CDI avec rémunération attractive

Votre profil Vous êtes motivé, passionné par la vente et fort d'une première expérience réussie auprès des particuliers. Vous êtes rigoureux, autonome et souhaitez intégrer une société en fort développement.

Nos engagements Nous vous formons à nos techniques et nos produits. Nous vous assurons une rémunération très motivante composée d'un Fixe + Commissions + Frais. Nous vous fournissons un véhicule de fonction, à l'issue de la période d'essai.

Votre mission Conseiller, convaincre et vendre notre gamme de Mobil Homes auprès des particuliers, à partir de contacts et de rendez-vous fournis, ainsi que sur un camping situé en Ile-de-France.

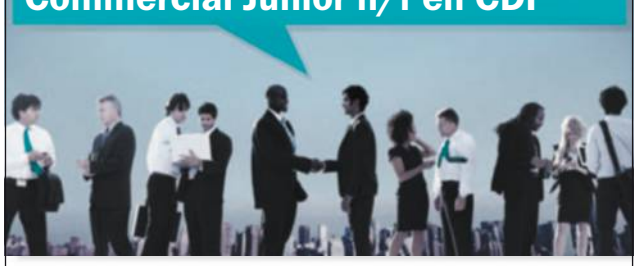
Merci d'adresser votre candidature (CV + lettre motivation) à
TOHAPI MOBILHOME
Valad Parc - 13 rue de Madrid
38070 SAINT QUENTIN FALLAVIER
ou par mail **c.lhostis@tohapi.fr**

Filiale du journal Le Parisien, PROXIMY est le premier acteur de livraison de portage de presse en Ile de France avec 2 000 collaborateurs.

Nous développons une forte activité de diversification pour nos clients issus de la presse, de la grande consommation, des services... en particulier pour des campagnes de distribution et de marketing opérationnel. Notre volonté est d'intervenir de plus en plus sur des campagnes de communication ou des opérations évènementielles sur mesure, en B to B et B to C, avec une recherche permanente d'efficacité et de qualité de service.

Dans le cadre du développement de notre activité Hors Presse, nous recrutons un(e) :

Chargé de Développement Commercial Junior h/f en CDI



Sous la responsabilité du Directeur Commercial Hors Presse, vous aurez notamment pour mission de :
- Prospecter de nouveaux clients et marchés, avec un portefeuille constitué d'annonceurs et d'agences de communication.
- Assurer une réponse argumentée et professionnelle aux briefs et cahiers des charges de nos clients.
- Travailler en coordination avec les équipes RH, Finance et Logistique.
- Animer et coordonner les opérations de Marketing Opérationnel en toute autonomie et en lien avec les services concernés (Logistique, RH, Financier...) afin d'assurer une prestation de qualité conforme aux engagements contractuels.
- Etre le garant du respect des prestations en appui des équipes logistiques sur le terrain, tout en conservant la maitrise du coût des opérations.
- Assurer un reporting régulier sur les opérations menées, auprès des clients et de la direction commerciale.

Votre fonction vous amènera à vous déplacer fréquemment sur l'ensemble du territoire d'Ile-de-France (50% du temps).

Profil recherché :
- De formation Bac +4/5 type Commerce et Vente, une première expérience de 1 à 3 ans de la vente et/ou du marketing opérationnel serait un atout.
- Aimant travailler en équipe et mobile, vous savez gérer un budget et avez la culture du résultat.
- Votre goût du terrain, votre sens du service client et votre leadership seront des atouts essentiels pour mener à bien votre mission.
- Vous maitrisez impérativement le pack Office 2013, et notamment Excel et PowerPoint.

Informations complémentaires : ■ Statut Cadre ■ Voiture de service

Poste à pourvoir immédiatement.

Merci d'adresser votre candidature (CV+LM) sous la référence CDC /JE à :
PROXIMY – Service Recrutement
69/73 boulevard Victor Hugo
93585 Saint-Ouen Cedex ou
par mail à :
recrutement_proximy@proximy.fr

PROXIMY

POINT.P Matériaux de Construction
LA RÉPONSE PROFESSIONNELLE

Point.P, leader de la distribution de matériaux de construction et de produits du bâtiment, est une enseigne de Saint-Gobain Distribution Bâtiment France. Nous recrutons en **région parisienne,** (h/f) :

Attaché Technico-Commercial

Dépt. 92/95 - Réf. 524699
Dépt. 91/94 - Réf. 524740

Responsable du développement commercial de votre secteur, vous prospectez et vendez les produits et les services auprès d'une clientèle de professionnels.

De formation bac + 2 technique ou commerciale, avec une solide expérience dans la vente, vous connaissez les produits et techniques du bâtiment. Bon communicant, vous êtes rigoureux et avez le sens du commerce et du service client.

Vendeur Confirmé

Agence Point.P de Massy (91) et autres agences 91/94 - Réf. 524746

Vous accueillez les clients de l'agence, les conseillez sur les produits les plus adaptés à leurs besoins. Vous passez les commandes, effectuez et relancez les devis et saisissez les commandes.

De formation Bac à Bac+2, technique ou commerciale, avec une solide expérience dans la vente, vous connaissez les produits du bâtiment. Bon communicant, vous êtes rigoureux, et avez le sens du commerce et du service client.

Chef d'Équipe

Sartrouville (78) - Réf. 524747

Vous managez une équipe de magasiniers (4 pers.) et êtes garant du bon fonctionnement de la cour de l'agence. Vous aidez également au chargement de la marchandise, en vous assurant de la bonne application des règles de sécurité et des procédures par les membres de votre équipe. Vous veillez à l'organisation de la gestion des stocks.

Vous possédez impérativement le CACES 3 et 5. Vous avez le sens du service et l'esprit d'équipe. Rigoureux et doté d'un bon relationnel, vous possédez idéalement une expérience en tant que magasinier et animateur d'équipe.

Merci de postuler à ces postes, en ligne sur **www.sgdb-france.fr** (nos offres), ou d'adresser votre dossier de candidature (CV + lettre manuscrite) à : POINT P - Direction des Ressources Humaines (JB) - 25 avenue des Guilleraies - 92 000 NANTERRE.

sgdb-france.fr

membre de SAINT-GOBAIN

Retrouvez **les annonces du Parisien** sur **keljob**

● *Vos annonces par tél. 01 40 10 52 70 - e-mail : paemploi@amaurymedias.fr*

Carrefour contact

Recherche **commerçant investisseur** pour acquérir fonds de commerce dans **Le Perche (Bellême - 61)**.

- ✔ Vous souhaitez devenir chef d'entreprise ?
- ✔ Vous avez l'âme d'un commerçant ?
- ✔ Bon gestionnaire, vous êtes attiré par la distribution alimentaire ?
- ✔ Vous posséder des capacités d'organisation, de management et un sens développé du service...

Devenez patron indépendant tout en bénéficiant de l'accompagnement d'une grand structure !

Pour tout renseignement, contactez le 02 28 03 77 24 ou adressez votre candidature à : madeleine_nicolas@carrefour.com ou ludovic_juston@carrefour.com

précontact

Ce que nos clients remarquent chez vous, **c'est votre goût du service**

Vendeurs de magasin h/f
Responsables et Adjoints de magasin h/f
Postes basés à Paris

Avec 954 magasins en France et 20 ouvertures prévues cette année, Picard connaît une croissance constante et affirme chaque jour sa différence. Une différence qui tient à la qualité et l'originalité de ses produits, bien sûr.
Nous recherchons avant tout votre sourire, votre convivialité, votre sens de l'accueil et du service…
Être collaborateur Picard, c'est affirmer sa personnalité de commerçant et bénéficier chaque jour d'un réel contact client.
Vous avez une expérience de 6 mois minimum dans le commerce, la restauration ou les services : votre candidature nous intéresse !
Une première pratique de la gestion des stocks est indispensable.

Postulez sur : www.picard.fr – rubrique recrutement
Retrouvez toutes nos offres sur Facebook : www.facebook.com/picardsurgeles
Ou flashez le QR Code ci-contre pour connaître immédiatement nos opportunités

© tmpworldwide

Chaque jour a un goût nouveau

picard

DUBERNARD est une PME dynamique de 89 salariés, spécialisée dans la protection incendie depuis plus de 80 ans. Afin de conforter son statut et dans un souci de développement constant, DUBERNARD recrute h/f :

Commerciaux juniors

Itinérants et domiciliés sur les départements 78/91/92

Missions
- PROSPECTER et conquérir de nouveaux clients,
- VENDRE des matériels et services concourant à la protection des personnes et des biens,
- CONSEILLER la mise en sécurité de locaux conformément aux textes en vigueur,
- DEVELOPPER et fidéliser le portefeuille de clientèle existante B to B (PME, collectivités, grands comptes) sur un département d'IDF (fichier clients fourni).

Profil
- Expérience et/ou formation exigée dans la vente sur le terrain, B to B
- Expérience souhaitée dans la sécurité incendie,
- Permis B,
- Qualités requises : empathie, pugnacité, autonomie, sens de l'organisation.

Nous vous proposons
- CDI dans une entreprise familiale et pérenne,
- Formation rémunérée de 1 mois dans notre école de vente,
- Salaire motivant : fixe + commissions + primes (au 1er centime),
- Statut VRP,
- Mutuelle + tickets restaurant,
- Smartphone + ordinateur portable,
- Véhicule + carte de carburant.

Envoyer CV + lettre de motivation à **de laetitia.fernandes@dubernard.fr - 01 61 04 35 10**

Nous rappelons à nos lecteurs que **tous ces postes sont accessibles sans discrimination de sexe ou d'âge**.

CARRIÈRES TECHNIQUES

Pour passer vos annonces contactez-nous au 01 40 10 52 70

FLIPO

Entreprise de second œuvre bien implantée en IDF, d'environ 60 personnes, et reconnue pour la qualité de ses réalisations, recrute h/f

Métreur Chargé d'affaires

AMÉNAGEMENT INTÉRIEUR

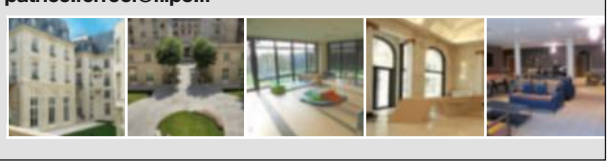
Descriptif du poste :
Sous la responsabilité du responsable du bureau d'études, vous prenez en charge l'intégralité de la réalisation des devis y compris en menant la négociation auprès des distributeurs pour le coût des matières et des sous-traitants pour la réalisation. Vous êtes amenés à travailler sur des projets variés (logement, tertiaire, industrie, infrastructures culturelles et sportives...) tant privés que publics. Vous aimez vous déplacer pour vendre votre offre, pour relancer la clientèle et la fidéliser.

Descriptif du profil :
- Expérience demandée de 10 ans minimum, sur des études diversifiées.
- Des connaissances significatives sur le sol et le carrelage indispensables.
- Des connaissances en aménagement/macro lot de finition (plaquo, menuiserie, faux-plafond, peinture) seraient un plus indéniable.
- Aisance relationnelle et dimension commerciale primordiales.
- Votre savoir et la bonne lecture d'un CCTP ou CCAP vous permet de construire un juste prix.
- La bonne connaissance d'un réseau de sous-traitants et de distributeurs vous permet de chercher les meilleurs prix.
- Dynamique, impliqué, travail en équipe, vous avez déjà réussi vos premiers challenges professionnels.
- La bonne connaissance du pack Office et le permis de conduire sont indispensables.

Contrat : CDI à temps plein – 35 heures

Salaire : Entre 40 et 50 K€ suivant dimension commerciale – Véhicule deux places – Téléphone portable – Tickets restaurants – Mutuelle – Intéressement.

Merci d'adresser votre CV et lettre de motivation à : patrice.ferreol@flipo.fr



ASSISTANCE PUBLIQUE HÔPITAUX DE PARIS

L'Assistance Publique Hôpitaux de Paris

recrute h/f

un Ingénieur Environnement

Pour les Services Généraux (Service Central des Blanchisseries/ Service Central des Ambulances/ Sécurité Maintenance Services)

Niveau requis :
- BAC +5 disposant d'une spécialisation gestion des risques et des impacts environnementaux.

Candidature (lettre motivation + CV) à transmettre :
Service Central des Blanchisseries
Monsieur Jean-Charles GRUPELI - Directeur
bd Vincent Auriol – BP 20257
75624 Paris Cedex 13

Par courriel :
direction.pic@scb.aphp.fr

DARTY

Dans le cadre de son expansion des ventes de cuisines équipées

Darty recherche h/f

Artisans poseurs cuisines expérimentés

> **Contact :** stephane.jeanjean@darty.fr ou fabrice.coulombel@darty.fr

Société TSO REALI

Entreprise de métallerie serrurerie Essonne (91), 35 collaborateurs, 7 M€ de chiffre d'affaires recherche dans le cadre de son développement

CHARGÉ D'AFFAIRES
CONDUCTEUR TRAVAUX
CHEF DE CHANTIER h/f

Postes en CDI
Expérience souhaitée
Rémunération selon profil

CV et lettre de motivation à adresser à : b.chenu@tso-reali.fr

---

Le temporaire professionnel ALTITUDE TECHNIQUE AGENCEMENT

Notre client : société d'agencement haut de gamme de notoriété internationale recherche h/f en CDI et missions très longues durées

- ✓ **Menuisiers Agenceurs Atelier**
- ✓ **Menuisiers Agenceurs Poseurs**
- ✓ **Chef de Chantier Agencement**
  Anglais apprécié
  Encadrement des équipes de pose France et étranger
- ✓ **Dessinateurs Agencement BT/BTS**
- ✓ **Chargés d'Affaires Agencement**
  Anglais nécessaire
  Gestion de projets de A à Z (étude, fabrication, pose)

Nous rejoindre, c'est trouver la confiance, l'écoute, le savoir-faire d'une entreprise de travail temporaire et de recrutement à taille humaine.

Déposez votre candidature sur :
altitude.agencement@altitude-technique.fr
ou appelez le **01 45 38 05 00**
ALTITUDE TECHNIQUE - 92 rue Daguerre - 75014 Paris

Les Hôtels du Roy®

FRENCH HOTELS COLLECTION

Paris
recherchent en CDI

RESPONSABLE MAINTENANCE [h/f]
EN HÔTELLERIE MULTI-SITES SUR PARIS

- Capacité à analyser des installations
- Mise en place des plans de maintenance préventifs et leurs plannings
- Connaissances de base en sécurité des hommes et des biens
- Capacité à faire des audits de base en bâtiment TCE
- Gestion de contrats de maintenance TCE
- Suivi des chantiers de maintenance curative
- Maîtrise de l'outil informatique et AUTOCAD
- Salaire annuel brut 32 K€
- De formation BTS maintenance ou conducteur de travaux TCE
- Expérience + 8 ans dans le milieu hôtelier et/ou en ERP

TECHNICIEN DE MAINTENANCE [h/f]

- Formation Bac Pro en bâtiment

Envoyer cv à : **hrr@hroy.com**

Recrutez vos futurs collaborateurs
dans nos pages emploi

Vos annonces par tél. 01 40 10 52 70
e-mail : paemploi@amaurymedias.fr
ou sur leParisien.fr, rubrique Annonces

Ent. GO - 40 salariés - Nord 77

CANARD
WWW.CANARD-BATIMENT.FR

RECRUTE H/F

CONDUCTEUR DE TRAVAUX GO

Débutant ou 1re expérience

Envoyer CV et lettre de motivation à info@canardbatiment.fr

SOCIÉTÉ DES BÉTONS DE LA VALLÉE DE LA SEINE

Société familiale du Grand Ouest recherche, pour la création d'unités de fabrication de BPE :

4 CONDUCTEURS
DE CENTRALE À BÉTON (h/f)

- Les postes sont à pourvoir à Rouen, Le Havre, Caen, Pont-Audemer et Triel sur Seine.
- Une expérience sur un poste similaire sera appréciée.
- Postes à pourvoir immédiatement.

Merci d'adresser votre candidature par mail à :
recrutementbpe@gmail.com

---

toprecrutement

13 octobre 2015 / Grande Arche - La Défense

Le Rendez-vous de l'emploi

10h00 / 18h00

+30 000 postes à pourvoir

- INGENIEURS & TECHNICIENS...
- MANAGERS & EXPERTS EN ASSURANCE, BANQUE, FINANCE...
- COMMERCIAUX & METIERS DE SERVICES...

✓**200** recruteurs dans les secteurs de l'industrie, l'informatique, la construction et le BTP - immobilier, l'assurance, la banque, la finance, la vente, la distribution, l'hôtellerie, la restauration et le tourisme

NOUVEAU
Sessions de coaching animées par ICF France Charter Chapter
Espace dédié au handicap avec Handicap et Travail

Inscription gratuite sur **www.salon.emploi-pro.fr**

organisé par emploipro.fr
LE MONITEUR · LUSINE NOUVELLE · L'ARGUS de l'assurance · LSA · L'ECHO touristique · neo restauration

en partenariat avec
Le Parisien ÉCONOMIE · objectif emploi · marché TRAVAIL.fr · DOC · CapiJob · RECRUT · link finance · peopleinfinance · iQuesta

EMPLOIS DIVERS

Pour passer vos annonces contactez-nous au 01 40 10 52 70

Fier de servir la justice

LE MINISTÈRE DE LA JUSTICE
RECRUTE ET FORME DES SURVEILLANTS PÉNITENTIAIRES - H/F

Pour devenir surveillant, vous devez :
- posséder le brevet des collèges
- avoir entre 19 et 42 ans
- posséder la nationalité française

Une fois admis au concours, vous suivrez une formation rémunérée de 8 mois en alternance (cours théoriques et stages pratiques).

Inscriptions jusqu'au 7 décembre 2015 sur www.devenirsurveillant.fr

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
MINISTÈRE DE LA JUSTICE

orc.fr © A. Meyssonnier

EHPAD

de 74 lits, situé à *Gennevilliers (92)* proche du métro (ligne 13), recherche h/f :

1 CUISINIER(E)

en CDI à temps plein,
Journées de 10 h - 1 week end /2.

Descriptif du poste
- Production et service
- Préparation des plats, pâtisseries en déclinaisons textures modifiées-régimes
- Nettoyage : poste de travail, gros matériel...
- Suivi de la traçabilité, plan HACCP, protocoles d'hygiène
- Réception des marchandises/inventaires

Compétences-formations
- CAP
- Compréhension des régimes de base
- Formation HACCP et suivi d'un PMS
- Responsabilité professionnelle et autonomie
- Travail en binôme avec le chef de cuisine

Poste à pouvoir immédiatement.

Candidature par mail
direction@gennevilliers.repotel.fr
ou au **01 47 94 66 66**

Léon de Bruxelles

Dans le cadre du renforcement de nos équipes, nous recherchons des :

Directeurs de Restaurant et Directeurs Adjoints

Véritable spécialiste des moules/frites, Léon de Bruxelles, vous offre l'opportunité d'exprimer vos talents de commerçant, manager et gestionnaire.

- **Le Directeur de Restaurant** gère en autonomie son centre de profit dans le respect des règles de fonctionnement de l'entreprise. Il est, au sein d'une région, encadré par un Directeur Régional à qui il reporte directement.
- Véritable bras droit du Directeur, **le Directeur Adjoint** est à même de pouvoir le remplacer afin de mener à bien les missions d'accueil et de satisfaction client, de gestion du restaurant et du Management d'équipe.

Après une période de formation sur mesure dans différents restaurants, vous intégrerez l'une de nos équipes.
Nous recherchons pour ce poste des candidats expérimentés et mobiles toute France.

Rejoignez nos équipes et donnez du souffle à votre carrière !

CV + lettre : recrutement@leon-de-bruxelles.fr

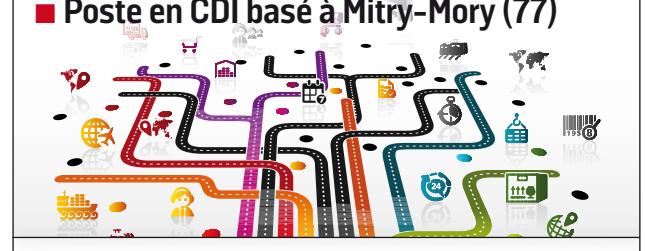
PROXIMY

Filiale du Groupe Amaury, Proximy est le premier acteur de portage de presse en Ile-de-France. Chaque jour, 1 330 communes et 175 000 adresses sont livrées, représentant 990 tournées quotidiennes. Le groupe compte 20 plateformes de distribution couvrant l'Île-de-France et l'Oise. La structure est composée de 2 000 salariés dont 1 500 porteurs de nuit et 200 porteurs de jour.

Dans le cadre de la coordination de l'activité de nuit au départ de l'imprimerie, nous recherchons un/une :

Responsable logistique adjoint nuit *h/f*

■ Poste en CDI basé à Mitry-Mory (77)



■ Description du poste :
Sous l'autorité du Responsable Logistique, vous serez notamment en charge de :
- Coordonner chaque nuit la logistique d'approvisionnement en produits de presse pour nos plateformes de distribution logistiques dans les délais impartis et pour les quantités prévues.
- Superviser le bon déroulement des flux logistiques entrants et sortants au quotidien et garantir la qualité des produits livrés.
- Mettre en œuvre au besoin les plans de secours adéquats pour garantir la livraison des produits sur chaque plateforme de distribution.
- Effectuer un reporting d'activité journalier.
- Participer à l'optimisation du budget et des coûts de la plateforme.
- Intégrer, former et encadrer une équipe d'environ 25 préparateurs, manutentionnaires, caristes.
- S'assurer du respect des procédures internes et des règles de sécurité.

■ Profil recherché :
Détenteur(-trice) d'un Bac+2/3 en Logistique, vous possédez impérativement la Capacité de Transport Marchandise et vous avez une expérience de 3 à 5 ans sur un poste similaire.
Proactif(-ve), vous savez être force de proposition et participez au développement et à l'optimisation de l'activité.
Véritable meneur(-se) d'hommes, vous savez vous adapter rapidement aux imprévus et prendre des décisions dans l'urgence.
Rigoureux(-se) et organisé(e), vous pratiquez et maîtrisez l'outil informatique.

Ce poste est à pourvoir dès le 15 novembre 2015

■ Merci d'adresser votre candidature (CV+LM) sous la **référence RAPCO /JE à : PROXIMY - Service Recrutement - 69/73 boulevard Victor Hugo 93585 Saint-Ouen Cedex ou par mail à recrutement_proximy@proximy.fr**

AM DIFFUSION

Vous souhaitez débuter une carrière de commercial(e)

*et avoir une première expérience gratifiante tout en ayant **une rémunération très attrayante !***

Rejoignez l'équipe de vente du 1er quotidien sportif de France

et contribuez à la conquête de nouveaux clients en devenant :

COMMERCIAL TERRAIN *h/f*

Votre mission principale sera de prospecter sur le terrain et en vente directe, une clientèle de particuliers afin de leur proposer un abonnement au journal « l'Equipe ».

Mobile géographiquement, autonome et dynamique, vous êtes rigoureux, professionnel et avez un excellent relationnel.

L'EQUIPE RESPECT

Postes à pourvoir immédiatement en CDI sur toute l'Ile-de-France

Nos atouts : ■ Statut de salarié de l'entreprise avec tous ses avantages (mutuelle, 13e mois, remboursement de frais repas, prime d'ancienneté...).
■ Notoriété du titre.
■ Rémunération attractive liée à vos résultats (fixe + commissions + primes).

Envoyez-nous votre CV + Lettre de motivation sous la référence DCO/JE :
■ Par courrier : AM DIFFUSION - Service Recrutement - 69/73 boulevard Victor Hugo 93585 Saint-Ouen cedex ou par mail : recrutement_amdiffusion@proximy.fr

recrutte un

Responsable du restaurant scolaire h/f

Garches

Imaginez une ville aux airs de Province à 5 km de Paris. Une ville chargée d'histoire indissociable du roi Saint-Louis, associant de nombreux espaces verts à la diversité des infrastructures ou services au public, qui porte la marque des Hauts-de-Seine.

- Vous serez chargé(e) de l'animation et du pilotage de l'équipe (12 personnes pour une moyenne de 600 repas par jour), de la distribution et du service des repas (procédures HACCP, contact avec la cuisine centrale...), de la maintenance et de l'entretien des locaux et du matériel, ainsi que de l'accueil et de l'accompagnement des convives pendant le temps de repas (respect des PAI).

Vous êtes disponible et motivé.

Vos horaires sont les suivants :
- Période scolaire : 8h30 - 16h30 du lundi au vendredi (dont 30 minutes de pause)
- Vacances scolaires : 8h00 - 16h00 du lundi au vendredi

Merci d'adresser votre candidature avec CV et photo à Monsieur Le Maire, 2 rue Claude Liard, 92380 GARCHES

www.ville-garches.fr

Safaurh.fr

FORMATION

Pour passer vos annonces
contactez-nous au
01 41 04 97 68

UNIVERSITÉ PARIS 13

Les étudiants en L1 scientifique :

Osez les défis !

Développez
une double compétence :
en Mathématiques
& en Informatique
à l'Institut Galilée

- Un cadre pédagogique innovant et ambitieux
- Des apprentissages en autonomie encadrés
- Enseignement renforcé de l'anglais
- Mobilité obligatoire avec un semestre d'étude à l'étranger
- Cours scientifiques en langue française et anglaise
- Projet tutoré d'initiation à la recherche

Candidatures avant le 31/12/2015

Double licence accessible sur dossier dès cette année au second semestre de L1.

Choisissez la DOUBLE LICENCE mention Mathématiques & Mention Informatique

Projet pédagogique financé par Sorbonne Paris Cité

DOSSIERS DISPONIBLES SUR LE SITE : www-galilee.univ-paris13.fr #UP13

conception : direction de la communication - Université Paris 13 - septembre 2015

académie Créteil – éducation nationale – CIBC 77 FORMEZ-VOUS À DEMAIN

UN RENDEZ-VOUS CARRIÈRE
(gratuit et confidentiel)

ÉVOLUER dans sa carrière
BOOSTER sa recherche d'emploi
AMÉLIORER son marketing de soi
ÊTRE CONSEILLÉ sur ses démarches de création d'entreprise

Tous les 3ème vendredis du mois à 14 h, le CIBC
vous aide dans la préparation et la mise en action pédagogique et financière de votre projet professionnel.

Contactez-nous : 01 82 47 40 00
cibc77@forpro-creteil.org

www.gmte77.fr

DAFPIC_COM // SEPT. 2015

FORMUL'A MAURICE MELONE

Profession Coiffeur
un métier d'avenir !

Formul'A
vous propose
des formations de :
CAP en 1 ou 2 ans
BP en 1 ou 2 ans

Nos conseillers en formations
se feront un plaisir de vous renseigner
au 01 53 20 45 52
ou 01 53 20 45 59

Pour de plus amples renseignements retournez ce coupon à :
Formul'A - Réf. SE - 105 boulevard Magenta - 75010 Paris
Je désire recevoir une documentation sur ☐ Le CAP ☐ Le BP
Nom : ..... Prénom : .....
Adresse : .....
CP/Ville : ..... Tél : ..... Port : .....
E-mail : .....

RÉUSSIR SES ÉTUDES ET SON ORIENTATION

LES RENCONTRES DE l'Etudiant

VENEZ DÉCOUVRIR DES FORMATIONS ET DES MÉTIERS

Un espace exposition avec la présence d'organismes de formation et de fédérations

SAMEDI **10 OCTOBRE**
PARIS CAP 15 | 10 H – 18 H

→ IMPRIMEZ VOTRE INVITATION SUR letudiant.fr

AVEC LE PARRAINAGE DES

JOURNALISME, COMMUNICATION, MARKETING

PROGRAMME DES CONFÉRENCES

10 h 30 Les métiers du journalisme
Frédéric Roy, rédacteur en chef de *CB News*.
Thierry Samuel, photographe indépendant.
Juliette Legros, rédactrice en chef de *Bien-être & Santé*.
Anne-Sophie Morel, journaliste à l'Agence France Presse.

14 h 00 Les métiers du marketing
François Kraus, directeur d'études à l'Ifop.
Nicolas Peltier, chargé d'études marketing chez LesEchosMedias.

16 h 00 Les métiers de la communication
Marie-Pierre Medouga, vice-présidente du SYNAP et social manager.
Marion Grosland, chargée de communication chez LesEchosBusiness.
Myriam Multigner, directrice de la communication, du marketing et du développement chez Public Sénat.

SPORT, LOISIRS, ANIMATION, DIÉTÉTIQUE

PROGRAMME DES CONFÉRENCES

10 h 30 Les métiers du sport *en partenariat avec l'UNSS*
Christophe Luczak, professeur d'EPS et directeur national adjoint de l'UNSS.
Katia Hoard, ex-basketteuse professionnelle, responsable communication de Nicolas Batum, Céline Dumerc...
Hamilton Sabot, gymnaste, athlète de haut niveau.
Éric Micoud, ex-basketteur professionnel, consultant BeIN Sports.

12 h 15 Événement NRJ12 !
Rencontrez Pascal Soetens, l'éducateur préféré des Français !

14 h 00 Les métiers des loisirs et de l'animation
Alain Rouvrais, directeur adjointe et responsable du secteur animation de Trans-Faire.
Romain Fily, formateur et responsable des activités formation à l'UCPA.

16 h 00 Les métiers de la diététique et de la nutrition
Marie-Caroline Savelieff, diététicienne-nutritionniste.

• *Vos annonces par tél. 01 41 04 97 68,*
e-mail : mouamrane@amaurymedias.fr
ou sur leParisien.fr, rubrique Annonces

Communiquez vos offres
de Formation

ANNONCES CLASSÉES

Pour passer vos annonces contactez-nous au 01 40 10 52 70

Nous rappelons à nos lecteurs que tous ces postes sont accessibles sans discrimination de sexe ou d'âge.

OFFRES

Commerciaux ventes marketing distribution.

Commerce

GD Intérim
Des Professionnels à Votre Service

recrute intérim (H/F)
BOUCHERS
BOULANGERS
PATISSIERS
POISSONNIERS
VENDEUR(SE)S
CHARCUTERIE
CAISSIER(E)S
ELS VÉHICULÉS
Tél : 01 53 20 88 77

Recherche h/f (94)
POISSONNIER QUALIFIE
Pour les marchés
(du mercredi au dimanche)
Tél.: 06 23 75 62 15

Boucherie Paris 16 ème
recherche H/F
BOUCHER
Tél : 01.45.04.70.01
ou : 06.07.38.36.11

BOUCHERIE de L'EGLISE
ENGHIEN LES BAINS (95)
Recherche en CDI h/f
* BOUCHER VENDEUR
PRÉPARATEUR
Repos dimanche et lundi
CAP obligatoire
Tél : 01.34.12.61.26
06.29.89.71.45

Boucherie trad. Vélizy (78)
recherche. h/f
*** BOUCHERS**
Pour préparation et vente
Repos dimanche - lundi
Tél. 06.62.31.36.28

Rech. h/f pour PARIS 14ème
BOUCHER QUALIFIÉ
Bonne presentation éxigée
Repos Dimanche et Lundi
TÉL : 07.61.89.98.81

Côté Viande

COTE VIANDE
Pour l'ouverture d'une
boucherie à :
St Michel / Orge (91)
Recherche H/F
- BOUCHER
- VENDEUR (formation assurée)
Ces postes sont à pourvoir
de suite en CDI .
Salaire sur 12 mois
+ mutuelle.
contact@valdoiseviande.fr
01.30.11.13.61

Paris recherche h/f
CAISSIERE CHARCUTIERE
TÉL : 09 62 58 43 66
Port. 06 77 94 11 31

URGENT rech.en CDI
Voisins le Bretonneux (78)
Charcutier traiteur
01.30.57.98.64/06.81.45.36.49.

Charcutier traiteur 17ème
recherche h/f
1 CASSIERE
EXPERIMENTEE
BONNE PRESENTATION
Fermé le dimanche
TEL : 01 43 80 88 81
(laisser noms + coordonnées
sur répondeur)

BOUCHERIE ST MANDÉ (94)
recherche en CDI h/f
BOUCHER et/ou CHEF BOUCHER
QUALIFIÉ
Tél : 01.43.28.31.64
Tél : 06.74.65.25.38

BOUCHERIE région
ELANCOURT (78) rech h/f
BOUCHER RESPONSABLE
Salaire + prime sur C.A.
Tél : 06.09.75.32.14

VENDEUR H/F
Fruits et Légumes à Paris XII
Tél. 01.43.42.98.33 après 15h30

Rech. h/f BOUCHER pour
Centre gare d' Aulnay s/ Bois
Tél: 01.48.66.83.74
ou: 06.51.16.25.34

BBR BOUCHERIE DE LA
SABLIERE LABORATOIRE
AGREE CEE BOUCHERIE
SITUE A PARIS 14EME
AUX SERVICES DES
RESTAURANTS
recherche urgent h/f
CHEF BOUCHER
SA MISSION : DIRIGER
LE LABORATOIRE -
ORGANISATION DES
COMMANDES DES
CLIENTS-INVENTAIRE
DES MARCHANDISES-
EXPERIENCE EXIGEE EN
LABORATOIRE DE
BOUCHERIE
Tél. 01.40.52.01.99
06.18.95.18.00
Fax. 01.45.42.75.46
boucheriesablier@
aol.com

Pour Paris recherche h/f
BOUCHER - CHEF BOUCHER
Tél 06.74.25.95.24
09.62.58.43.66

Bâtiment / Travaux publics

Bâtiment/T.P.

ENT. GROS OEUVRE
Recherche h/f
MAÇONS - COFFREURS QUALIFIÉS
Exp. 5 ans en GROS OEUVRE
Véhicule indispensable
Chantier OISE
Salaire motivant suivant expérience
Envoyer Coordonnées
et CV à l'entreprise :
HAINAULT
594 Rue du 8 mai
60290 LAIGNEVILLE

Recherche h/f
- Electriciens confirmé N2, N3
- Chef d'équipes confirmé
secteur tertiaire, câblage rj45,
pose de chemins de câbles
et goulottes
Tel : 01.53.32.87.37 ett

ENT. GROS OEUVRE
Recherche h/f
CHEF DE CHANTIER
Exp 8 ans GROS OEUVRE
Indispensable
Chantier OISE.
Salaire motivant suivant expérience.
Envoyer Coordonnées
et CV à l'entreprise :
HAINAULT
594 Rue du 8 mai
60290 LAIGNEVILLE

OBJECTIF 92 ETT
01 53 42 31 22
SERRURIERS METALLIERS
expér. 10 ans impérative.
ATELIER et POSE
missions longue durée
51 r.de Laborde 75008 Paris
Demander Simon
simon@objectif92.fr
www.objectif92.fr

Gicquel

94 Entreprise de peinture
crée en 1957, 26 pers.
recherche h/f en CDI
Métreur / Chargé d' affaires
Etude, gestion et
suivi des travaux,
Experience 10 ans mini.
01.43.96.98.74
contact@sas-gicquel.fr

Rech. - SERRURIERS DE VILLE
- POPOTIERS
h/f Hautement qualifiés
CDI - Permis VL
20 rue de Levis 75017 PARIS
TÉL : 01.42.67.47.28

Plomberie couverture

SARL CHRISTIAN SASIAS
rech. h/f pour Paris et R.P
PLOMBIER OHQ
Références et permis B exigés
TÉL : 01.43.24.38.31
mail: s.carta@sasias.fr

Groupe GERECO
Recrute h/f en CDI
ROBINETIERS QUALIFIÉS
Permis VL - Réf. exigées
Tél RV : 01.43.44.51.00
contact@gereco.fr

Transport Logistique Automobile

Garage mécanique

INTERIM NATION

Recrute URGENT H/F
Divers postes en
INTÉRIM, CDD, ou CDI
sur PARIS et banlieue
PEINTRES auto P1-2-3
Mécaniciens auto P1-2-3
Carrossiers auto P1-2-3
SECRETAIRES VN/VO
Préparateurs PEINTRES
RECEPTIONNAIRES
61 bd de Picpus, Paris 12°
M° : Picpus ou Nation
Tél : 06.71.57.16.97
Fixe : 01.43.45.96.37
Mail : fabienne.therby
@interim-nation.fr

Transport

ON RECRUTE EN I.D.F. :
ACCOMPAGNATEURS
h/f d'enfants handicapés,
ayant permis VL. Convient à
retraités et femmes au foyer
en recherche d'un complément
de revenus.
Tél. 01 48 68 82 68
ou www.jobemploifrance.com

Sté Transports rech. h/f
CHAUFFEURS PL et SPL
95-78-93 Expérience
pelles, chariots et nacelles
exigées. SALAIRE MOTIVANT
TÉL : 01.39.75.60.00

Coursiers

DISPATCHEUR H/F
Bonne orthographe
et Permis B exigés.
Cv et candidature par mail à :
nilexpress@gmail.com

Carrosserie

Recherche h/f
- Carrossiers confirmé p3
- Carrossiers/peintre p3
- Mécaniciens confirmé VL p3
- Conseiller service en atelier
Tel : 01.53.32.87.31 ett

Services à la personne

Emploi familiaux

Part 84 ans rech. Dame
60-65 ans pour tenir un
appartement 3-4 piéces
logé, nourrie, course, repas
ménage, repassage.
Bonne éducation, formation
et présentation. Permis B
Emolument à convenir.
Forte prime fin de mission.
Ecrire à : Mr T. IOTTI
35 RUE JEAN jAURES
78190 TRAPPES

Formation Emplois divers

Gardien-Surveillance

MCTS PARISIENS
recherche H/F
pour sites prestigieux IDF
- AGENTS DE SÉCURITÉ
Carte professionnelle Valide
1 an d'expérience mini.
Temps complet
Merci d'adresser votre
candidature et CV par mail
à : recrutement.surete92@
gmail.com

DEMANDES

Comptables

92 - H Rech. Emploi cuisinier
travaillant seul service du midi
repos week-end 06 77 51 07 58

Hôtellerie Restauration

75 - H Rech. Emploi Cuisinier
Cuisinier bonne référence
chercher place sur Paris
Ile de France.
06 95 25 90 22

Recrutez vos futurs collaborateurs **dans nos pages emploi**

Vos annonces par tél. 01 40 10 52 70
e-mail : paemploi@amaurymedias.fr
ou sur leParisien.fr, rubrique Annonces

Nous recherchons
PORTEURS DE JOURNAUX h/f
PROXIMY
PROXIMY recrute !

Semaine et Dimanche - Statut salarié **CDD/CDI**
Permis B et voiture obligatoires
Rémunération : aux environs de 700 €/mois pour 2 h 45 par jour (6/7 jours)
- Vous êtes disponible quelques heures avant 7h30 du matin.
- Vous possédez un véhicule personnel et êtes un conducteur attentionné.
- Vous êtes ponctuel, rigoureux et matinal.

Contactez-nous entre 8 heures et 10 h 30 aux numéros suivants selon votre lieu d'habitation :

Département 75 :
Secteur de Bercy : **01 44 68 64 93** - bercy@proximy.fr
Département 78 :
Secteur des Mureaux (Livraisons notamment sur les villes de HOUDAN / MAULETTE / GAMBAIS / BOURDONNE / BAZAINVILLE / CONDE SUR VESGRE) :
01 34 74 29 37 ou **01 34 74 35 10** - mureaux@proximy.fr
Département 91 et 92 :
Secteur de Chilly Mazarin : **01 64 54 07 28** - chillymazarin@proximy.fr
Département 93 :
Secteur de Bondy : **01 48 48 46 13** - bondy@proximy.fr
Secteur de Saint-Ouen : **01 40 10 43 71** - saintouen@proximy.fr
Département 94 :
Secteur de Bonneuil sur Marne : **01 49 80 09 74** - bonneuilsurmarne@proximy.fr
Secteur d'Arcueil : **01 45 36 92 40** - arcueil@proximy.fr

VOUS RECHERCHEZ
une activité matinale vous permettant de compléter vos revenus ?
DEVENEZ VENDEURS DE JOURNAUX TERRAIN H/F SEMAINE & DIMANCHE
Positionnés devant des : gares, stations de métro, places publiques, marchés, emplacements à forts passages

AM DIFFUSION

Votre profil : Vous êtes disponible entre 6 heures et 9 heures du matin minimum. Vous êtes ponctuel, avez le sens de l'accueil et êtes accrocheur. Nous mandatons des vendeurs sur les secteurs suivants : Le secteur de vente est attribué en fonction des disponibilités et de votre lieu d'habitation.

- Secteur de l'Oise 60 — Méru
- Secteur de la Seine et Marne 77 — Gares de Cesson et Mitry-Claye
- Secteur des Yvelines 78 — Gare de Trappes, Saint-Cyr, Verneuil-sur-Seine
- Secteur de l'Essonne 91 — Gare de Viry Chatillon et Epinay-sous-Sénart
- Secteur des Hauts-de-Seine 92
- Secteur de la Seine Saint-Denis 93 — Le Raincy, Saint-Denis, Saint-Ouen, Drancy, Villetaneuse, Gagny
- Secteur du Val-de-Marne 94 — Villeneuve Le Roi, Nogent Le Perreux, Villeneuve Saint-Georges, Villiers-sur-Marne, Le Kremlin-Bicêtre
- Secteur du Val d'Oise 95 — Gare de Cormeilles en Parisis, Aéroport de Roissy

Vous pouvez adresser votre candidature sous la référence VCP / JE par mail à **recrutement_amdiffusion@proximy.fr**
Ou par téléphone au **06 73 19 90 86** (entre 8h00 et 11h00 du mardi au vendredi)

UN ALBUM VINTAGE. UN COMBAT D'ACTUALITÉ.

9,90 €

BETC RCS Paris B 428 488 485

NOUVEL ALBUM DISPONIBLE
CHEZ VOTRE MARCHAND DE JOURNAUX
ET VOTRE LIBRAIRE.

REPORTERS SANS FRONTIERES
POUR LA LIBERTE DE L'INFORMATION

BLUE HDi

Découvrez les nouveaux moteurs 2,0L BlueHDi 150 BVM6 et 2,0L BlueHDi 180 EAT6 qui éliminent jusqu'à 90% des oxydes d'azote grâce au système SCR (Selective Catalytic Reduction) et répondent déjà à la future norme EURO 6. Couplés au Stop & Start, ils permettent de réduire votre consommation de carburant (par rapport aux motorisations EURO 5) et de gagner en agrément de conduite. La Peugeot 508 est également disponible en versions HYbrid4 et RXH. *Selon version.

PEUGEOT 508

MOTION & EMOTION

PEUGEOT