



Concours Qualité Totale 2014 Un révélateur de talents P. 4



Bimestriel n°101 • juillet-août 2014 • 1 €

**ASSEMBLÉE
GÉNÉRALE
DE PRINTEMPS P. 5**



**CONFÉRENCE
« IMPRESSION 3D »
P. 5**

FORMATIONS P.6





Innovation
that excites

GAMME NISSAN ENTREPRISE

LA PERFORMANCE AU SERVICE DE VOTRE SOCIÉTÉ



Joguet et Fils

LA RAVOIRE

Rue charléty

04 79 71 09 40

www.nissan-joguet.fr

FRANCIN

RN6-Montmélian

04 79 84 23 78



MAAF PROS'ENGAGE

- **Vous conseiller** pour mieux vous accompagner et vous protéger
- **Vous donner accès** aux services MAAF à tout moment
- **Vous écouter** toujours plus pour mieux vous satisfaire
- **Reconnaître** votre confiance et votre fidélité
- **Vous simplifier** les démarches au quotidien



POUR EN SAVOIR PLUS

Contactez votre Conseiller MAAF PRO au

N° Vert 30 15

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE
du lundi au vendredi de 8h30 à 20h et le samedi de 8h30 à 17h

Connectez-vous sur

maapro.fr

En tant que client MAAF, vous pouvez bénéficier, en fonction du ou des contrat(s) MAAF souscrit(s), de tout ou partie des engagements présentés au titre du Pacte, selon les modalités correspondant au service présenté ou selon les conditions du ou des contrat(s) concerné(s) pour les garanties présentées. Pour connaître les modalités d'accès et les conditions de chaque engagement, vous pouvez les consulter sur maaf.fr.



PRO

la référence qualité pro

P ANORAMA



Concours fort apprécié par l'ensemble des personnalités, partenaires, entreprises et public présents. P 4

■ ÉVÈNEMENT

- 4 **REMISE DES PRIX**
Concours Qualité Totale 2014
- 5 **ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DE PRINTEMPS** Inquiétudes pour l'avenir

■ ACTUALITÉS

- 6 **VOUS FORMER**, c'est assurer la croissance de votre entreprise
- 9 **CONJOINTS D'ARTISANS**: votre rôle est primordial!
- 10 **CARTE ARTISAN 2014**: 56 604 artisans utilisent ses services
- 12 **AVEC L'APPRENTISSAGE**, transmettez votre passion et votre métier

S STRATÉGIES



Coiffeur, primeur, pizzaiolo... chaque année, ils courent les concours, rivalisant d'adresse et d'imagination pour décrocher la première place. Une voie royale pour être reconnu et, parfois, entendu. P 14

■ STYLE DE VIE

- 14 **CES BÊTES** de concours
- 16 **LE CONTRAT DE GÉNÉRATION**
Une opportunité à saisir

■ ÉCLAIRAGE

- 17 **ÉVOLUTION DES MODES DE CONSOMMATION**: le boom du « made in local »
- 21 **EXTENSION DES IGP AUX PRODUITS MANUFACTURÉS**: protéger et promouvoir le savoir-faire local
- 23 **VERS L'INDICATION GÉOGRAPHIQUE**: l'exemple de l'AOC

■ 1 JOUR AVEC...

- 24 **UN FABRICANT DE LIMONADE**: Elixia, des bulles 100 % artisanales

■ CAS D'ENTREPRISE

- 26 **BOISSIÈRE ET FILS**: l'humain au cœur de l'entreprise

■ RÉUSSITE

- 28 **JEAN-MARIE CONTRERAS**: coiffeur à l'avant-garde

D DOSSIER

UNE LOI POUR LES ARTISANS

Le projet de la loi Artisanat, commerce et très petites entreprises qui vient d'être voté répond à certaines attentes des artisans, notamment sur la reconnaissance de leur statut, les liens avec les CMA, les règles d'urbanisme commercial, mais aussi l'unification des statuts de l'entreprise individuelle. Les réactions du terrain. P. 29



P RATIQUE

- **JURI-PRACTIQUE**
- 34 **DIVORCE OU DÉCÈS**: les droits du conjoint de l'artisan
- 35 **VENTE DU FONDS**: les informations à la charge du vendeur
- **PRATIQUE**
- 33 **SOUTIEN AUX CHEFS D'ENTREPRISE** face aux difficultés
- **PAROLES D'EXPERTS**
- 38 **90 % DES ADHÉRENTS À MÉDICIS** sont satisfaits de leur mutuelle retraite
- **FORUM**
- 36 **TERRITOIRE DU LAC DU BOURGET** 2^e opération collective de lutte contre les pollutions toxiques
- 37 **LA CITÉ DU GOÛT ET DES SAVEURS** intervient auprès des scolaires
- 39 **EUROSKILLS 2014**: les apprentis font œuvre de talent



R EGARDS

- **INITIATIVES**
- 42 **2^e ÉDITION DU PRIX L'ŒUVRE** un quartier de verre
- 44 **PRIX GOÛT ET SANTÉ DES APPRENTIS 2014**: pavillon breton
- **OPINION**
- 46 **JEAN-FRANÇOIS CLERVOY**, astronaute de l'Agence spatiale européenne et président de Novespace, filiale du Centre national d'études spatiales



É DITO

Jacques Berruet
Président de la CMA
de la Savoie

« Entoure-toi de gens plus talentueux que toi, disait Mitchell Kaye »

C'est ce que la CMA de la Savoie a fait cette année encore pour la 26^e édition du Concours Qualité Totale qui récompense chaque année des chefs d'entreprise artisanale et leurs équipes pour leurs talents, leur excellence, la mise en application de leurs exigences, leur savoir-faire, leur dynamisme.

Ces entreprises sont un vivier de passionnés, acteurs de l'économie locale en développement permanent.

« L'homme est en effet la quintessence de la plus-value d'une entreprise et aussi l'une de ses plus précieuses ressources. »

La CMA de la Savoie mise sur elles avec la même confiance renouvelée chaque année.

Ces entreprises sont le reflet du meilleur de l'esprit d'entreprendre avec le courage et la détermination associés.

Dans un contexte économique tendu où le quotidien se tisse d'incertitudes et devient anxiogène, gardons en tête les hommes et les idées qui font éclore optimisme et volonté, nouveaux projets et gestes respectueux.

Chers collègues, vous découvrirez en page 4 les lauréats de cette édition 2014. Et si vous deveniez lauréat 2015 ?

Le challenge vous séduit-il ?

Nos services sont à votre écoute pour vous accompagner dans ce projet. N'hésitez pas à les contacter. Et bonne route sur le chemin de la qualité.

CMA de la Savoie
7 rue Ronde
73024 Chambéry Cedex
Tél. : 04 79 69 94 00



Ce numéro comprend des pages spécifiques entre les pages 1 à 16 et 33 à 48 pour les abonnés de la Savoie.

Le Monde des artisans n°101 - Juillet-août 2014 - Édition de la Savoie - Président du comité de rédaction des pages locales: Jacques Berruet - Avec le concours rédactionnel de la chambre de métiers et de l'artisanat de Savoie - Éditeur délégué: Stéphane Schmitt - Rédaction: ATC, port. : 06 82 90 82 24, e-mail: lemondedesartisans@groupe-atc.com - Ont collaboré à ce numéro: Christelle Fénéon, Barbara Colas, Sophie de Courtivron, Marjolaine Desmartin, Guillaume Geneste, Mélanie Kochert, Audrey Arnon, Emilie Di Vincenzo, Delphine Payan-Sompayrac - Secrétaire de rédaction: M. Anthony, J. Cléssienne, J. Neisse - Publicité: ATC, 137 quai de Valmy, 75010 Paris - Chef de publicité: Philippe Saint Etienne, Tél. 01 40 05 23 18, e-mail: p.saint-etienne@groupe-atc.com - Publicité nationale: Directeur commercial Mathieu Tournier, Tél. 01 40 05 23 10, fax 01 40 05 23 24, e-mail: m.tournier@groupe-atc.com - Publicités départementales sud-ouest: Thierry (Tél. 06 22 69 30 22) et Cédric Jonquières (Tél. 06 10 34 81 33), fax 05 61 59 40 07, e-mail: thierry.jonquieres@wanadoo.fr - Publicités départementales nord et est: François Bederstorfer, Tél. 03 87 69 18 12, fax 03 87 69 18 14, e-mail: f.bederstorfer@groupe-atc.com - Photographies: Laurent Theeten, responsable image - Crédit photo de la couverture: Hobby One, pages locales: Hobby One, CMA 73, Fotolia - Promotion diffusion: Shirley Elter, Tél.: 03 87 69 18 18. Tarif d'abonnement 1 an. France: 6 euros. Tarif au numéro: 1 euro. À l'étranger: nous consulter - Conception éditoriale et graphique: TEMA/press, Tél. 03 87 69 18 01 - Fabrication: Pixel image, I. Marlin, J.-M. Tappert, Tél. 03 87 69 18 18 - Éditeur: ATC, 23 rue Dupont des Loges, 57000 METZ, Tél. 03 87 69 18 18, fax 03 87 69 18 14 - Directeur de la publication: François Grandidier - N° commission paritaire: 0316T 86957 - ISSN: 1271-3074 - Dépôt légal: juin 2014 - Impression: Socosprint Imprimeurs, 36 route d'Archettes - 88000 Epinal.



10-31-1260

Événement

Savoie

Cette année encore, ce concours a été fort apprécié par l'ensemble des personnalités, partenaires, entreprises et public présents. Félicitations aux lauréats et merci à tous pour votre participation.

REMISE DES PRIX

Concours Qualité Totale 2014

Excellence



Dynamique Commerciale



Ressources Humaines



Environnement



Coup de Cœur



Photos : HobbyOne



Lauréats concours Qualité Totale 2014

Remise des Prix du jeudi 22 mai à 18 h

Dirigeant / Prix	Entreprise	Activité
Agostinho Manuel 	 Savoie Hexapole, 616 rue Louis Armand, 73420 Mery, Tél : 04 79 52 30 33, quadralp@quadralp.com, www.quadralp.com	Fabrication et vente Machines à skis/Matériel de stockage de skis/Séchage de chaussures
Soubeyrand Christian 	 20 rue Sommeiller, 73000 Chambéry Tél : 04 79 85 26 37, christian.soubeyrand@wanadoo.fr	Boulangerie-Pâtisserie
Duvillaret Lionel 	 Alpespace Bât. Cleanspace, 354 voie Magellan, 73800 Sainte-Hélène du Lac, Tél : 04 79 62 88 34 ou 06 32 25 37 06, contact@kapteos.com, www.kapteos.com	Conception d'instruments de mesure
Lucet Éric 	 Le Verney, 73220 Saint Léger, Tél : 09 77 87 49 01 electra.savoies@orange.fr, ric.lucet@electrasavoies.fr	Travaux électriques Haute et Basse Tension-Éclairage public
Gros François 	164 rue Saint Pierre, 73870 Saint Julien Mont Denis Tél : 06 62 86 15 13, info@garagecarle.fr	Ramonage et multitravaux



Inquiétudes pour l'avenir

Déjà à l'automne 2013, Jacques Berruet, président de la CMA de la Savoie, annonçait en assemblée générale les difficultés que rencontraient les artisans et le réseau des chambres de métiers et de l'artisanat. L'assemblée générale de printemps est tout aussi pessimiste.

Une année 2014 anxiogène pour les entreprises artisanales

La situation des entreprises artisanales se dégrade. Avec des carnets de commandes et des chiffres d'affaires en baisse, 45 % des entreprises se disent touchées par une dégradation de leur trésorerie. Tous les secteurs sont concernés. Le bâtiment, lui, subit la concurrence européenne au niveau : des entreprises ou de la main-d'œuvre exerçant dans notre pays. Une distorsion de concurrence se crée notamment à cause des différents niveaux de charges applicables d'un pays à l'autre au sein de la communauté européenne.

Réforme territoriale : une grande interrogation pour le devenir de l'artisanat

La réforme prévoyant de ramener de 22 à 14 le nombre de régions métropolitaines et les demandes d'économie sur le budget de l'État font craindre des répercussions négatives sur les fiscalités et les mesures d'accompagnement des entreprises artisanales. Par ailleurs, le secteur est en attente de décisions au plus haut niveau de l'État concernant les décrets d'application du



De gauche à droite, François Claude Plaisant, Jacques Berruet et Céline Pernet.

projet de loi pour l'artisanat et des suites à donner aux annonces faites par plusieurs ministres de reverser la taxe d'apprentissage aux établissements en charge de l'apprentissage.

Réseaux consulaires en attente des décisions gouvernementales

L'État a annoncé un écrêtage des finances des réseaux consulaires en limitant ainsi les ressources, voir en les réduisant. En prélevant plusieurs millions d'euros dès 2014 sur la taxe versée par les artisans aux CMA, le gouvernement prive l'artisanat d'une partie de ses ressources et met en péril le fonctionnement des orga-

nismes consulaires. Le gouvernement bien qu'ayant précisé que son intention n'était pas de procéder au transfert des réseaux consulaires aux conseils régionaux ni à la fusion des réseaux CMA et CCI, l'inquiétude demeure quant à une perte d'autonomie et donc de proximité avec les artisans de Savoie.

La Cité du goût et des saveurs : une priorité pour mettre en avant les artisans de l'alimentaire

Avec la création fin 2013 de la Cité du Goût et des Saveurs sur le concept initié par la CMA des Côtes d'Armor, la CMA de la Savoie innove et se projette tout de même dans l'avenir.

Projet immobilier pour un meilleur service aux ressortissants

Sous réserve de l'accord de la tutelle, la remise aux normes et le rajeunissement du bâtiment actuel permettraient de développer les prestations proposées mais également de favoriser l'accompagnement et la croissance des entreprises artisanales savoyardes.

CONFÉRENCE « IMPRESSION 3D »

Une révolution au XXI^e siècle

À l'issue de l'Assemblée générale de la CMA, une conférence sur le thème de « l'Impression 3D » a été animée par Alain Charrier, fondateur et directeur des opérations du FabLab743D.»

L'impression 3D fait partie des principales technologies amenées à bouleverser notre économie et nos modes de consommation. Cette révolution trouvera de nombreux débouchés et applications dans les secteurs de l'artisanat.

Imaginez une imprimante traditionnelle, qui additionne le plastique couche par couche jusqu'à former un



vrai objet en trois dimensions. Elle est commandée par un ordinateur qui « lit » un simple fichier contenant le modèle d'un objet en 3D.

Initialement très coûteuse, cette tech-

nologie vieille de 30 ans, était jusqu'à présent utilisée dans l'industrie, pour réaliser rapidement des prototypes. Des prothèses aux pièces de remplacement, des coques pour Iphone, des os de synthèse mais aussi des guitares, il semble possible de tout faire avec une imprimante 3D.

Des objets imprimés en 3D équipent déjà les engins de Boeing et de la Nasa.

OFFRE DE FORMATION 2014

VOUS FORMER, C'EST ASSURER LA CROISSANCE DE VOTRE ENTREPRISE

CRÉATION / REPRISE D'ENTREPRISE				
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix
Stage de préparation à l'installation	5 jours	2 stages par mois à Chambéry* / 1 stage par mois sur Albertville* *variable planning à consulter	2 stages par mois à Chambéry* / 1 stage par mois sur Albertville* *variable planning à consulter	220 €
Stage repreneur	4 jours	17, 18, 19 et 20 février / 12, 13, 14 et 15 mai	8, 9, 10 et 11 septembre / 24, 25, 26 et 27 novembre	220 €
Module prévisionnel	3 jours	1 stage par mois sur Chambéry / 1 stage tous les 2 mois sur Albertville	1 stage par mois sur Chambéry / 1 stage tous les 2 mois sur Albertville	30 €
Pack créateur / repreneur : 1 stage de préparation à l'installation / 1 stage repreneur + module prévisionnel + 1 entretien conseil financier (2h) + 2 visites « gestion d'entreprise » la 1 ^{re} année d'activité				350 €
Stage auto-entrepreneur	1 jour	1 fois par mois		40 €
Pack auto-entrepreneur : formation auto-entrepreneur + assistance à l'immatriculation + 1 entretien conseil + 1 abonnement conseil la 1 ^{re} année d'activité				120 €

INFORMATIQUE ET MÉDIA					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Se familiariser avec l'ordinateur	2 jours	13 et 31 janvier / 19 et 20 mai	8 et 10 septembre / 17 et 18 novembre	52 €	500 €
Acquérir les bases de la maintenance informatique	1 jour	14 février / 16 mai	16 octobre	26 €	250 €
Word initiation	2 jours	21 et 22 janvier / 17 et 18 juin	6 et 7 octobre / 3 et 4 novembre	52 €	500 €
Word perfectionnement	2 jours	25 et 28 février / 26 juin et 1 ^{er} juillet	1 ^{er} et 2 décembre	52 €	500 €
Excel initiation	2 jours	17 et 18 février / 2 et 3 juillet	23 et 24 octobre / 19 et 21 novembre	52 €	500 €
Excel perfectionnement	2 jours	27 et 28 mars / 21 et 22 juillet	15 et 16 décembre	52 €	500 €
Réaliser des documents de communication	2 jours	28 et 29 avril	22 et 23 septembre	52 €	500 €
Créer son site web	5 jours	21 février, 3, 4, 5 et 6 mars 10 juin, 8, 9, 10 et 17 juillet	1 ^{er} , 15, 16, 20 et 21 octobre	130 €	1 250 €
Améliorer sa visibilité sur Internet	2 jours	10 et 11 mars 5 et 6 mai	15 et 16 septembre	52 €	500 €
Optimiser sa présence sur Internet : créer son blog d'entreprise	2 jours	26 mai et 2 juin	29 et 30 septembre	52 €	500 €
Développer une stratégie de communication sur les réseaux sociaux : créer sa page Facebook	2 jours	8 et 14 avril 1 ^{er} et 16 juillet	13 et 14 octobre	52 €	500 €
Objectifs et enjeux des réseaux sociaux professionnels : utiliser Viadeo et LinkedIn	2 jours	1 ^{er} et 15 juillet	12 et 13 novembre	52 €	500 €
Pack atout numérique : 1 diagnostic, 1 formation collective, 1 suivi individuel		Chambéry, Albertville, St-Jean de Maurienne : nous contacter		Sur devis	

Conditions de prise en charge totale ou partielle par votre organisme financeur : nous contacter
1) TNS (Travailleur Non Salarié) * : artisan non salarié ou conjoint déclaré non salarié ou auto-entrepreneur inscrit au RM ou auxiliaire familial

2) Autre public * : salarié ou autre public

Source : Service Communication 25 septembre 2013

GESTION ET COMPTABILITÉ					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Initiation à la comptabilité	2 jours	29 janvier et 5 février	23 septembre et 3 octobre	52 €	500 €
Perfectionnement à la comptabilité	2 jours	12 et 19 février	10 et 17 octobre	52 €	500 €
Réaliser votre comptabilité avec le logiciel Cador	2 jours	11 et 12 mars / 19 et 20 juin	14 et 15 octobre	52 €	500 €
Améliorer la gestion de son entreprise artisanale	3 jours	7, 11 et 22 avril / 10, 11 et 13 juin	24, 25 et 26 novembre	78 €	750 €
Faire évoluer son statut d'auto-entrepreneur	3 jours	2, 3 et 4 juillet	13, 14 et 15 octobre	78 €	750 €
Prévenir les impayés : revoir les conditions générales de vente	3 jours	7, 14 et 28 février	17, 24 et 31 octobre	78 €	750 €
Transmettre son entreprise artisanale	1 jour	Nous contacter	Nous contacter	26 €	250 €

COMMERCIALISATION					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Optimiser son espace de vente	2 jours	13 et 20 janvier / 28 avril et 5 mai / 30 juin et 7 juillet	24 novembre et 1 ^{er} décembre	52 €	500 €
Négocier face au client	2 jours	25 et 26 mars / 12 et 13 juin	4 et 5 septembre / 11 et 12 décembre	52 €	500 €
Augmenter son chiffre d'affaires et gagner de nouveaux clients	1 jour	20 février, 12 juin	25 septembre, 27 novembre	26 €	250 €
Développer et optimiser ses campagnes newsletter	2 jours	1 ^{er} et 7 juillet	19 et 20 novembre	52 €	500 €
Remporter marchés publics et appels d'offres	2 jours	Albertville : 3 et 10 juin	20 et 27 octobre	52 €	500 €
Réussir son développement à l'international	2 jours	Nous contacter	Nous contacter	52 €	500 €
Exporter en Suisse	2 jours	16 et 17 juin	6 et 7 octobre	52 €	500 €
Exporter en Italie					
Pack atout commercial/stratégie : 1 diagnostic, 1 formation collective, 1 suivi individuel				Sur devis	

JURIDIQUE ET RÉGLEMENTATION					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Évoluer vers le statut EIRL	1 jour	Nous contacter	Nous contacter	26 €	250 €
Construire son document unique	En 3 jours ou 1 seul jour au choix	10, 17 et 24 février / 30 juin	15, 22 et 29 septembre / 17, 24 novembre et 1 ^{er} décembre / 8 septembre	33 €	321 €
Appliquer la réglementation de l'hygiène alimentaire	2 jours	Chambéry : 17 et 24 mars Albertville : 13 et 20 janvier / 19 et 26 mai	Chambéry : 30 juin et 7 juillet / 8 et 15 septembre St Jean de Maurienne : 17 et 24 novembre	52 €	460 €
Les baux commerciaux	1 jour	Nous contacter		26 €	250 €
Accessibilité	1 jour	Nous contacter		26 €	250 €
PACK : Document Unique et accessibilité : 1 diagnostic, 1 formation collective, 1 suivi individuel				Sur devis	

A ctualités

Savoie

RESSOURCES HUMAINES					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Réussir ses recrutements	3 jours	24, 25 et 26 février / 13, 14 et 15 mai	2, 3 et 4 septembre / 18, 19 et 20 novembre	78 €	750 €
Fidéliser son personnel et motiver son équipe	2 jours	17 et 18 février / 12 et 13 mai	18 et 19 septembre / 8 et 9 décembre	52 €	500 €
Conduire l'entretien professionnel	1 jour	11 février / 16 juin	25 septembre / 17 novembre	26 €	250 €
Devenir maître d'apprentissage	2 jours	10 et 17 février / 23 et 30 juin	22 et 29 septembre / 8 et 15 décembre	52 €	500 €
Pack atout RH : 1 diagnostic, une formation collective, un suivi individuel				Sur devis	

EFFICACITÉ PERSONNELLE					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Gérer les conflits	2 jours	6 et 7 février / 8 et 9 avril	9 et 10 septembre / 7 et 8 octobre	52 €	500 €
S'organiser pour gagner du temps	2 jours	13 et 27 janvier / 14 et 25 avril	1 ^{er} et 15 décembre	52 €	500 €
Améliorer sa communication à l'écrit et à l'oral	2 jours	3 et 4 mars / 15 et 16 avril	15 et 16 septembre / 21 et 22 octobre	52 €	500 €
Gérer son stress	2 jours	6 et 20 janvier /	5 et 12 décembre	52 €	500 €
Développer la confiance en soi	2 jours	24 janvier et 3 février /	8 et 15 septembre	52 €	500 €
Préparer sa retraite					

LANGUES					
Intitulé de la formation	DURÉE	DATES 1 ^{er} semestre 2014	DATES 2 ^e semestre 2014	Prix T.N.S. *	Prix salarié/ autre public *
Anglais	Selon votre niveau et votre planning Nous contacter				Sur devis
Allemand	Selon votre niveau et votre planning Nous contacter				Sur devis
Français (remise à niveau)	1 jour	Nous contacter		26 €	250 €
Russe	Selon votre niveau et votre planning Nous contacter				Sur devis
Chinois	Selon votre niveau et votre planning Nous contacter				Sur devis



PRÉPAREZ LE DIPLÔME ADEA « ASSISTANT(E) DE DIRIGEANT(E) D'ENTREPRISE ARTISANALE »

CONJOINTS D'ARTISANS : VOTRE RÔLE EST PRIMORDIAL !

- Développez vos compétences
- Soyez plus performant
- Rencontrez d'autres conjoints collaborateurs

La formation ADEA, qualifiante et diplômante est spécifique et adaptée au secteur de l'artisanat. Elle vous permet de valider un diplôme de niveau IV (équivalent BAC), homologué par l'État.

Elle est destinée à renforcer les compétences du collaborateur du chef d'entreprise en matière de gestion administrative, comptable, commerciale et à faire reconnaître son rôle. Elle permet aussi d'échanger avec d'autres conjoints d'artisans. Proche de la vie de l'entreprise, elle est une réelle valeur ajoutée. Un seul prérequis est nécessaire pour accéder à cette formation : votre envie de réussir !

Les atouts

- Une reconnaissance du statut et de la place du conjoint au sein de l'entreprise
- Des intervenants issus du monde de l'artisanat
- Une organisation conciliable avec la vie de famille et la vie de l'entreprise
- Des exercices et études de cas concrets permettant une application immédiate dans l'entreprise

L'organisation

- 4 modules indépendants : Communication et relations humaines, Gestion de l'entreprise artisanale, Stratégie et techniques commerciales, Secrétariat bureautique
- 497 heures réparties sur 2 ans à raison d'un jour par semaine
- 2 modules proposés par an de septembre à juin
- 2 lieux de formation : à Chambéry le jeudi, à Albertville le lundi

Les modules proposés par votre CMA à partir de septembre 2014 et jusqu'en juin 2015

→ Communication et relations humaines

- Les fondements de la communication
- Les situations relationnelles

→ Gestion de l'entreprise artisanale

- L'entreprise et son environnement
- Culture juridique
- Comptabilité
- Gestion financière
- Gestion du personnel

Valorisez vos compétences, élargissez vos connaissances !

CONTACT & RENSEIGNEMENTS :

Service formation au 04 79 69 94 27
Courriel : formation@cma-savoie.fr



Chambres de Métiers
et de l'Artisanat
Région Rhône-Alpes

Le Conseil de la Formation finance la formation des chefs d'entreprises inscrits au répertoire des métiers concernant la gestion et le développement de l'entreprise.

Conjoints d'artisans, la justification d'un statut est obligatoire pour pouvoir bénéficier des fonds pour le financement de la formation professionnelle.

Conseil de la Formation

ARTISANS, PENSEZ À VOUS FORMER

Isabelle Michon 04 72 44 15 63 - Hanadi Alomar 04 72 44 61 89 - Josette Sedfi 04 72 44 15 66
Pascale Blary 04 72 44 15 64 - Conseil de la Formation 119, Boulevard Stalingrad - 69100 Villeurbanne
Courriel : confor@crm-rhonealpes.fr - Site : www.crm-rhonealpes.fr

A ctualités

CARTE ARTISAN 2014

56 604 ARTISANS UTILISENT SES SERVICES

Autrefois réservée à certains dirigeants, la carte artisan est désormais diffusée par l'ensemble des CMA sur tout le territoire national. Elle est désormais synonyme d'avantages personnels pour le possesseur, son conjoint collaborateur, 56 604 artisans en ont déjà profité...

Depuis quatre ans, certains dirigeants d'entreprise artisanale et leur conjoint collaborateur disposent d'une carte professionnelle, attestant de leur inscription au répertoire des métiers. Désormais, cette opportunité est offerte à tous les artisans : la carte artisan 2014 est diffusée gratuitement par l'ensemble des CMA. Pourquoi s'en priver ? Avec cette carte, l'artisan montre à ses clients qu'il est un professionnel reconnu de la « Première entreprise de France », avec tout ce que cela implique : savoir-faire, passion, qualité, innovation, fidélité à une tradition... Pour son possesseur, c'est une légitimation. De sa formation, de ses connaissances en matière de réglementations et de nouvelles techniques, de son droit à être accompagné tout au long de son activité. Enfin, pour l'entreprise, c'est une véritable carte d'identité aux couleurs du réseau des CMA, assortie d'un flash code renvoyant vers ce même réseau et, à terme, vers des applications dédiées aux artisans. Artisan ou maître artisan : la carte professionnelle déclenche votre qualité.

Un programme d'avantages offert

Pour la première fois, cette carte permet aux artisans, à leur conjoint col-

laborateur et à leur famille de profiter d'avantages personnels : l'accès à plus de 23 000 offres de proximité dans le domaine du sport, des loisirs, du bien-être et de la culture ; la possibilité de demander un avantage hors catalogue ; la possibilité de communiquer sur une offre ou un produit à destination des bénéficiaires actifs sans aucune contrepartie financière. Un bénéfice qui connaît un certain succès puisque 44 376 artisans ont déposé une offre qui est en cours de modération. L'accès à

ces avantages se fait par le biais d'un site Internet dédié, www.artisanat.fr/avantages, à partir du numéro inscrit au dos de chaque carte. Une déclinaison via une application mobile sur téléphone et tablette a également été développée. Ce site fonctionne comme un véritable club d'avantages entre chefs d'entreprise artisanale.



CONTACT :
www.artisanat.fr

Solidarité

L'association L'Outil en Main récompensée

Le 12 mai, l'association L'Outil en Main a été désignée lauréate de la troisième édition du Prix Europe1 Solidarité, destiné à soutenir une association en lui offrant de la visibilité sur l'antenne de la radio. L'Outil en Main initie les jeunes de 9 à 14 ans aux métiers manuels - carreleur, charpentier, couvreur, maçon, métallier, mosaïste, métiers d'art et de bouche... - par le biais d'ateliers, animés par des gens de métier,

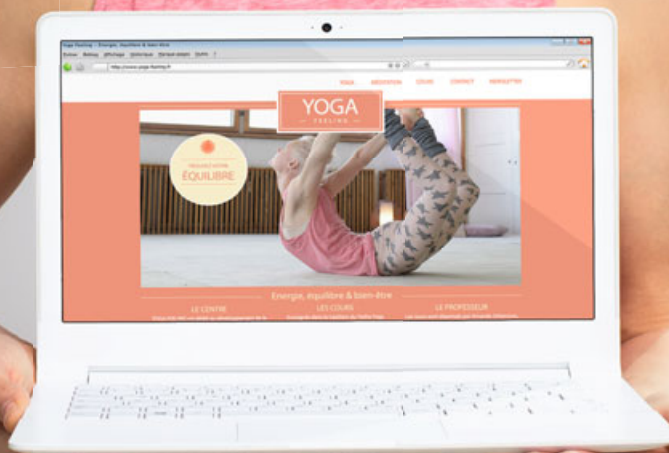
artisans et ouvriers qualifiés bénévoles. L'objectif : favoriser les échanges entre jeunes et anciens, permettre la transmission des gestes du métier, des savoir-faire, et susciter des vocations.

CONTACT :
www.loutilenmain.fr

MON ENTREPRISE MON SITE MA RÉUSSITE

**1&1 MyWebsite, le site Web
professionnel pour votre entreprise**

- Designs, textes et images adaptés à votre activité
- Création intuitive, site entièrement personnalisable
- Optimisation pour les moteurs de recherche
- Intégration des réseaux sociaux
- Nom de domaine **inclus**



1&1 MY WEBSITE

~~9,99~~

0,99

à partir de

€ HT/mois*
30 jours d'essai



0970 808 911
(appel non surtaxé)



1and1.fr

*30 jours « satisfait ou 100 % remboursé ». Les packs 1&1 MyWebsite sont à partir de 0,99 € HT/mois (1,19 € TTC) la 1^{ère} année au lieu de 9,99 € HT/mois (11,99 € TTC) pour un engagement de 12 mois. À l'issue des 12 premiers mois, les prix habituels s'appliquent. Offres sans durée minimale d'engagement également disponibles. Conditions détaillées sur 1and1.fr.



Vous souhaitez devenir apprenti ou embaucher un apprenti ?
Rendez-vous sur le site
www.apprentissage-rhone-alpes.fr

→ Contactez le Service Apprentissage, Tél. : 04 79 69 94 15
ou apprentissage@cma-savoie.fr

AVEC L'APPRENTISSAGE, TRANSMETTEZ VOTRE PASSION ET VOTRE MÉTIER

Former des jeunes, c'est préparer les repreneurs de demain

L'apprentissage, un véritable investissement pour votre entreprise

■ Une filière de formation attractive, ouverte à tous les métiers. L'apprentissage avec plus de 450 métiers, propose une palette de diplômes allant du CAP au diplôme d'ingénieur, en passant par le Bac Pro. Il est le bon outil pour former en lien direct avec l'entreprise permettant une qualification reconnue.

■ Former un professionnel sur mesure. Embaucher un apprenti, c'est former un professionnel adapté aux besoins de votre entreprise qui connaîtra et maîtrisera les techniques et méthodes qui vous sont propres. En lui permettant de s'imprégner de votre culture professionnelle, c'est aussi le moyen de préparer durablement l'intégration de ce futur salarié.

■ Transmettre sa passion et ses savoirs. Vous aimez votre métier que vous avez choisi par vocation. L'apprentissage vous permet d'encourager un jeune à s'inscrire dans vos pas et à partager votre passion. Votre motivation c'est le meilleur moyen de transmettre efficacement vos compétences et votre savoir-faire. Et qui sait ? Votre apprenti deviendra peut-être demain lui aussi un artisan, créateur ou repreneur de sa propre entre-

prise. Quelle plus grande satisfaction de contribuer par la formation à la réussite d'un jeune ?

■ Bénéficier d'avantages financiers importants (voir détail plus loin). Exonération de charges sociales patronales et salariales, crédits d'impôts spécifiques, aide à l'embauche et à la formation, l'apprentissage est un dispositif attractif pour développer votre entreprise et préparer l'avenir.

■ Donner une chance aux jeunes. L'emploi des jeunes, c'est aussi une responsabilité collective. Vous êtes artisan aujourd'hui parce qu'un jour un employeur vous a donné votre chance. De nombreux jeunes sont prêts à s'investir pour se former et réussir.

Des réponses à toutes vos questions

→ Mon entreprise peut-elle embaucher un apprenti ? En embauchant un apprenti, l'entreprise s'engage :

■ à assurer à l'apprenti une formation professionnelle complète, dispensée

pour partie en entreprise et pour partie en centre de formation d'apprentis ; à garantir que l'équipement de l'entreprise, les techniques utilisées, les conditions de travail, de santé et de sécurité sont de nature à permettre une formation satisfaisante ; à désigner une personne responsable de la formation de l'apprenti : le maître d'apprentissage.

→ Qui peut être maître d'apprentissage ? Le chef d'entreprise ou un salarié pouvant justifier :

■ soit d'un diplôme équivalent à celui préparé par l'apprenti et de 2 ans de pratique professionnelle (hors période de formation) ;

■ soit de 3 ans de pratique professionnelle en relation avec la formation envisagée par l'apprenti (hors période de formation).

L'employeur atteste que le maître d'apprentissage remplit les conditions ci-dessus.

→ Combien coûte un apprenti ? Une rémunération allant de 25 % à 93 %



Les CMA vous proposent gratuitement et sur simple demande de calculer le coût de revient d'un apprenti en fonction de votre activité et des caractéristiques propres à votre entreprise.

du SMIC en fonction des situations : âge du jeune, année de formation, accord conventionnel ou contractuel

du secteur d'activité. Vous pouvez également bénéficier des aides financières spécifiques aux contrats d'apprentissage. N'hésitez pas à demander une simulation précise à votre CMA !

→ **Quelles sont les formalités ?** La CMA peut vous accompagner dans toutes les formalités :

- la rédaction du contrat d'apprentissage qui est signé par les différentes parties ;

- l'envoi de ce contrat au Centre de formation d'apprentis (CFA) pour inscription ;

- l'enregistrement du contrat complet et conforme ;

- l'envoi à l'employeur et à l'apprenti de leur exemplaire, après enregistrement ;

- l'assistance pendant toute la durée du contrat.

- L'entreprise se charge d'établir la Déclaration préalable à l'embauche et la transmet à l'Urssaf ou à la MSA.

Avantages financiers liés à l'embauche d'un apprenti

Aides versées par la région Rhône-Alpes à compter du 1^{er} juin 2014 pour tout employeur d'apprentis du secteur privé de moins de 11 salariés (effectif à calculer en équivalent temps plein)

- **Aide générale**

- 1 000 €/année de contrat

- Bonification pour tout employeur ayant 0 salarié : 450 €/contrat

- Soutien à la formation du maître d'apprentissage : niveau CAP - MC : 650 €

- Niveau BAC PRO – BP : 350 €

- **Exonérations de charges sociales**

Pour l'employeur immatriculé au Répertoire des Métiers, le salaire de l'apprenti est exonéré des charges patronales et salariales d'origine légale et conventionnelle imposées par la loi à l'exception de la cotisation de l'accident du travail et maladie professionnelle.

- **Crédit d'impôt apprentissage**

Le bénéfice du crédit d'impôt apprentissage est ouvert pour les entreprises qui emploient au moins un apprenti

et qui sont soumises à l'impôt sur les sociétés ou à l'impôt sur le revenu. Il est fixé à 1 600 € (2 200 € dans certains cas : handicap...) par apprenti, pour la première année du contrat seulement, et pour les seuls apprentis qui préparent un diplôme d'un niveau inférieur ou égal à BAC + 2.

- **Crédit d'impôt compétitivité et emploi (CICE)**

Le crédit d'impôt est basé sur le montant des rémunérations versées dans l'année civile au salarié dont le montant n'excède pas 2,5 SMIC. Son taux est de 6 % pour les rémunérations versées à compter du 1^{er} janvier 2014.

- **Aides spécifiques en cas d'embauche d'un apprenti handicapé**

Aides Agefiph de 1 500 € pour un contrat supérieur ou égal à 6 mois et de 3 000 à 9 000 € pour un contrat supérieur ou égal à 12 mois.

Qu'ils soient coiffeur, primeur ou pizzaiolo, ces artisans n'ont pas l'intention de jouer les seconds rôles. Chaque année, ils courent les concours, rivalisant d'adresse et d'imagination pour décrocher la première place. Une voie royale pour être reconnu et, parfois, entendu.

Ces bêtes de concours

Changer une citrouille en carrosse. Si Frédéric Jaunault n'a pas le coup de baguette de la Marseillaise de Cendrillon, il en a le doigté. Ce « styliste culinaire » sculpte, taille, cisèle fruits et légumes, qui éclosent en fleurs ou en geisha entre ses mains. Chef de cuisine à l'international – de Paris aux Bermudes – et dans de grandes maisons (l'hôtel Normandie de Deauville, le Plaza Athénée...), il se découvre des affinités fortes avec le métier de primeur. En 2007, il lance Créa'Saveurs, une entreprise spécialisée dans la vente et les cours de sculptures sur fruits et légumes. L'artisan espère éveiller les consciences quant au rôle primordial des primeurs et à la nécessité de connaître un produit pour bien le cuisiner. Ses outils : les concours. « *Quoi de mieux pour interpeller les gens ?* » Un moyen qui colle aussi à sa fibre compétitrice. « *J'aime être au pied du mur, dans*

un cadre défini où la créativité est infinie. On se retrouve face à soi-même, on se prouve que l'on peut avoir confiance en soi. » Ce dépassement de soi, Frédéric ne l'accomplit pas contre les autres, ni malgré eux, mais avec eux. « *Avec mes concurrents, nous partageons des moments intenses. Certains sont devenus de très bons amis.* » Cette amitié dans la compétition, d'autres la revendiquent aussi. Patron de Loussa Pizza à La Rochelle, Florian Aupée a été l'élève du multi-médailleiro Panella dans sa pizzeria à Lille. C'est là qu'il a rencontré deux de ses meilleurs amis. « *S'il nous arrive d'être concurrents dans certaines compétitions, nous ne sommes jamais rivaux. Nous nous soutenons énormément* », assure-t-il.

■ Toucher les cimes

C'est grâce à Ciro, son coach et ami, que Florian a pris goût aux

concours. « *Il m'a encouragé et poussé, m'apprenant à toujours tendre vers le mieux. Il est présent pour moi au quotidien. Au moins autant qu'une mère* », s'amuse le pizzaiolo. Du côté d'Antoine Koehler, c'est Philippe, le frère, qui a endossé ce statut de mentor. Ces fils d'un MOF (Meilleur Ouvrier de France), à la tête de trois salons de coiffure en Alsace (Reichshoffen, Haguenau et Strasbourg), ont chacun décroché l'or aux Olympiades des Métiers, en 2003 et en 2013. Si Antoine s'est lancé dans l'aventure, c'est parce qu'il connaissait bien le milieu, balisé par son frère, et qu'il souhaitait faire au moins aussi bien que celui-ci. Pari réussi : en 2008, Antoine devient Champion de France. « *C'était mon premier concours. Je n'avais pas encore conscience de l'ampleur de la chose.* » Pour Florian Aupée, le premier essai – les éliminatoires Sud-Ouest du concours France Pizza Tour – est moins concluant.

A TELIER SANSON Le talent en héritage

En 1985, les frères Sanson, diplômés de l'École Boulle, reprennent l'atelier d'ébénisterie traditionnel de leur père, MOF 1976. En proposant des réalisations d'inspiration contemporaine et, surtout, en s'impliquant dans la création et en maîtrisant l'ébénisterie, la marqueterie, la tabletterie et la gainerie, ils donnent à l'atelier une nouvelle direction. En 1982, Dominique devient Meilleur Ouvrier de France ébéniste. En 1990, Éric remporte le titre en marqueterie. « *C'était un bon indicateur pour savoir où je me situais par rapport aux professionnels* », explique-t-il. Grâce à ce concours, les deux frères rencontrent des Meilleurs Ouvriers de France gagniers, qui leur ouvrent les portes de leur atelier et leur clientèle. Même s'ils confient que « *dans notre métier, les médailles ne sont pas aussi porteuses que dans d'autres secteurs* », Dominique et Éric multiplient les distinctions : Grand Prix des métiers d'art de la Ville de Paris en 1996, maître d'art en 2004, Entreprise du Patrimoine Vivant en 2010... Fiers de ces prix, ils espèrent toutefois qu'ils ne vont pas les rendre « *inaccessibles* » aux yeux de clients potentiels. Leur credo : réaliser le rêve de leurs clients. Et non en devenir un.



© ALEXIS LECOMTE



Pour Frédéric Jaunault, l'artisanat consiste à « perpétuer, tout en les modernisant, les traditions de nos pères ».



Antoine Koehler a remporté la médaille d'or en coiffure. Avec un titre de champion du monde de coiffure et un père Meilleur Ouvrier de France, il était bien parti.



Le boulanger Jean-Louis Hecht, lauréat 2014 du Prix du Président de la République au Concours Lépine, devant son invention.

« J'ai fini 10^e. Une claque, reconnaît-il. La moindre erreur coûte cher. Mais j'ai appris. » Pendant 6 mois, il travaille comme un forcené. Son salaire : la 1^{re} place de l'étape lilloise, puis la 7^e place des Championnats de France. Donner de sa personne : un passage obligé. Comme l'a constaté Antoine Koehler, pourtant vainqueur de l'Open Cup de coiffure en 2009 et en 2010 et Champion du Monde de Coiffure en 2010. « Quand j'ai candidaté pour les Olympiades, je ne pensais pas devoir travailler autant, reconnaît-il. Le niveau est très élevé. Du coup, ce prix a beaucoup de valeur ! » Une hiérarchie des titres que Frédéric Jaunault applique aussi. Champion de France et d'Europe en sculpture artistique sur fruits et légumes, l'artisan accorde beaucoup d'importance à sa couronne de MOF primeur, remportée en 2011. « Ce titre noble récompense l'excellence, la technicité. C'est toute une vie de travail. »

■ Les titres, gages de qualité

Pour ces trois artisans, chaque médaille est une consécration personnelle. « J'en nourris mon ego »,

sourit Florian Aupée. C'est aussi un gage de qualité pour la clientèle. « Notre titre est respecté », assure Frédéric Jaunault. Qui n'en oublie jamais son humilité. « Je pars du principe qu'il y a tout à apprendre. J'essaie aussi de montrer aux jeunes artisans que le métier de primeur est très beau, qu'il ne s'agit pas seulement de vendre des fruits et légumes. C'est ça, le vrai concours de la vie. » Avec ses titres, Florian Aupée fait « du bien à la profession. Ça valorise mon métier ». À son échelle, l'arti-

san « éduque les palais » en proposant à sa clientèle française de vraies pizzas à l'italienne. Si Florian et Frédéric ne comptent pas s'arrêter en si bonne route - les deux regardent du côté des Championnats du Monde -, Antoine se verrait bien passer de l'autre côté de la barrière. « Pourquoi pas entraîner d'autres pays aux Olympiades des Métiers », s'interroge-t-il. Pourquoi pas ? Le talent n'a pas de frontières.

Marjolaine Desmartin

Un prix pas comme les autres Lépine et les pains

La baguette du maestro. Samedi 10 mai, Jean-Louis Hecht, boulanger de Hombourg-Haut (Moselle), a remporté le premier prix, dit « du Président de la République », au Concours Lépine. Son invention : un automate, baptisée Pani Vending, capable de cuire et de vendre 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 des baguettes chaudes. Une pièce d'un euro glissée dans la fente et la machine, équipée d'une chambre froide pouvant garder 120 baguettes précuites, d'un four et d'un espace chaud, achève la cuisson en 10 secondes. Un coup de maître pour Jean-Louis Hecht et son frère Jean-Claude, déjà récompensés du prix du Premier ministre au Concours Lépine européen de Strasbourg en 2013. « Avant l'annonce des résultats, j'avais la gorge nouée et une boule dans l'estomac », reconnaît volontiers le boulanger. Qui peine toujours à y croire - « Mon nom va être cité parmi ceux de grands inventeurs ! » - et paye déjà la rançon de la gloire. « Avec 5 à 6 machines produites par mois, nous n'arrivons pas à répondre à la demande. Actuellement, une vingtaine d'automates sont installés en France : dans l'Est, à Paris... J'en ai moi-même 5, à Hombourg-Haut et à Carling, avec lesquelles je fais environ 200 000 ventes par an. L'idée serait de vendre des licences », explique-t-il. Le Concours Lépine, du pain bénit pour le boulanger ?

LE CONTRAT DE GÉNÉRATION

Une opportunité à saisir

Entré en vigueur en mars 2013, le contrat de génération a pour objectif de favoriser l'emploi des jeunes, le maintien dans l'emploi des seniors et la transmission des savoirs et de l'expérience entre générations. Il permet aux entreprises d'employer un salarié et de bénéficier d'aides financières pendant trois ans.

Ce pacte générationnel unit un jeune en recherche d'emploi, un senior actif et une entreprise. Cette transmission des connaissances professionnelles et des savoir être est un gage de compétitivité des TPE et PME, un véritable capital immatériel. En favorisant le passage de flambeau des savoirs, le contrat de génération permet à l'entreprise de combiner l'expérience du senior à la motivation du jeune.

À qui s'adresse-t-il ?

Ce contrat s'adresse aux entreprises de moins de 300 salariés et ne nécessite aucun accord préalable de branche ou d'entreprise pour les PME de moins de 50 salariés qui peuvent donc profiter dès à présent de cette mesure.

Le principe

■ L'entreprise de moins de 50 salariés

embauche en CDI un jeune de moins de 26 ans (ou 30 ans pour un travailleur handicapé) sous condition du maintien d'une personne de plus de 57 ans dans l'emploi. Le contrat de génération constitue ainsi une réelle incitation à l'embauche des apprentis.

■ L'employeur peut également embaucher simultanément en CDI un jeune de moins de 26 ans et un senior de plus de 55 ans.

■ Le chef d'entreprise peut également conclure un contrat de génération avec un jeune de moins de 26 ans dans une optique de transmission d'entreprise. Il bénéficie ainsi de l'aide financière pour former un jeune pendant trois ans avant de lui céder son entreprise.

Les aides financières

L'employeur perçoit une aide de 4 000 €/an, soit 12 000 € sur trois ans. Cette aide financière est versée tous les

trimestres : soit 1 000 € par trimestre et soit 500 € pour chaque contrat.

Les obligations

Pour être éligible à ce contrat de génération, l'entreprise doit être à jour de ses cotisations déclaratives et de ses paiements à l'égard de la Sécurité sociale et de l'assurance chômage. L'entreprise ne doit pas avoir procédé à des licenciements économiques dans les six mois précédant la demande.

La demande

Le chef d'entreprise qui souhaite conclure un contrat de génération doit adresser son formulaire de demande d'aide à Pôle emploi.

CONTACT :

Centre d'Aide à la Décision

Tél. : 04 79 69 94 29 cad@cma-savoie.fr

C ARTE D'ARTISAN 2014 - AVANTAGES PERSONNELS : SPORT/LOISIRS/CULTURE

Cette année, et pour la 1^{re} fois, votre carte d'artisan vous permet de vous identifier comme chef d'entreprise artisanale auprès de vos clients et de vos fournisseurs et aussi de **bénéficiaire d'avantages personnels** pour vous, votre conjoint collaborateur et vos familles. **Ces offres préférentielles sont utilisables dans le domaine du sport, des loisirs, du bien-être et de la culture.** L'accès à ces avantages se fait par le biais d'un site Internet et d'applications mobiles téléchargeables. Le site va fonctionner comme un véritable club d'avantages entre chefs d'entreprise artisanale.

Comment accéder aux avantages ?

- Connectez-vous sur le site internet suivant : <http://www.artisanat.fr/avantages>
- Entrez le numéro figurant sur le côté gauche au dos de votre carte 2014
- Téléchargez gratuitement l'application mobile OBIZ

CONTACT :

Répertoire des métiers

Tél. : 04 79 69 94 12, cfe.rm@cma-savoie.fr



XXXXXXXXXX

Les poteries de Pierre Siegfried Burger sont estampillées "Poteries d'Alsace", notamment pour se distinguer des productions provenant de l'étranger.

ÉVOLUTION DES MODES
DE CONSOMMATION

Le boom du « made in local »

Alors que les consommateurs y sont de plus en plus sensibles, c'est le moment où jamais pour les entreprises artisanales de miser sur la dimension locale des produits. Le réseau des chambres de métiers a déjà mis en place plusieurs opérations dans cette optique. En parallèle, un décret est attendu pour l'élargissement de l'IGP (Indication géographique protégée) aux produits manufacturés. Tout va donc dans le sens d'une meilleure reconnaissance de l'ancrage local des artisans, reste à parvenir à l'utiliser comme argument de vente et communiquer de manière adéquate.

Barbara Colas

« Il y a un vrai intérêt, une vraie écoute pour tout ce qui est lié au local. 65 % des Français disent que la dimension "fabrication locale" est intégrée dans leur choix pour un produit. Si c'est notamment lié à la période de crise que nous connaissons, cette tendance va perdurer », explique Franck Lehuédé, chef de projets senior du département Consommation du Credoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie). « Ces nouvelles préoccupations sont liées à une dimension protectionniste, l'idée que "nos emplettes sont nos emplois", que consommer localement permet de maintenir une activité économique dans la région... Mais pas seulement. Les consommateurs sont rassurés par l'ancrage local, il est synonyme de meilleure qualité et traçabilité dans leurs esprits. » Pour Franck Lehuédé, on serait à un tournant. « Les consommateurs ne veulent plus consommer pour consommer, ils sont en quête de sens. Pendant longtemps, la société occidentale nous avait habitués à une façon d'envisager le monde. Aujourd'hui, avec la moindre importance de ces idéologies sur nos modes de vie, les gens remettent en cause la conception qu'on leur donne, ils construisent eux-mêmes. » Cependant, il tempère : « le taux de transformation de ces idées en comportement est assez faible pour différentes raisons. Tout d'abord, il faut trouver des produits locaux, ensuite, s'assurer que c'est vraiment du local. Enfin, le différentiel de prix ne doit pas être trop important ». Résultat, seulement 16 % de la population sensible à la proximité a concrètement traduit ses convictions dans ses actes d'achat. « Ce sont plutôt des personnes de plus de 50 ans, bien intégrés dans le tissu

Plus de 500 affiches grand format ont été collées pour la campagne de communication « Consommez local, consommez artisanal » menée par les chambres départementales de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ont développé, sous l'égide de la CRMA Paca.



Franck Lehuédé, chef de projets senior du département Consommation du Credoc (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie).

local. » Si la dimension « proximité » n'est pas toujours déterminante, c'est sans aucun doute un argument supplémentaire pour les entreprises artisanales. Frédérique Dubots, à la tête d'une entreprise de production de biscuits artisanaux dans l'Eure-et-Loir, l'a bien ressenti et compris. « J'ai remarqué l'évolution de l'intérêt de la clientèle pour les produits locaux, décrypte-t-elle. Les maga-

sins viennent de plus en plus me chercher, j'ai plus de points de vente que l'année dernière. Pour mettre en avant l'ancrage local de ma production, je liste mes producteurs européens sur l'étiquette de mes produits. C'est essentiel pour me différencier des gros producteurs qui revendiquent une fabrication soi-disant "artisanale". »

Communiquer

Les artisans doivent donc utiliser leur ancrage local comme argument marketing. Pour instaurer la confiance vis-à-vis du consommateur, trois dimensions sont à mettre en avant. « Tout d'abord, il faut montrer que l'on maîtrise le savoir-faire du produit, éventuellement les spécificités locales de celui-ci, et prouver que l'on en est capable avec un diplôme spécifique ou une tradition familiale... Ensuite, l'ensemble de la chaîne de production doit être

Rassurés par le local

46% des Français sont rassurés par le fait que le produit soit vendu directement par le producteur, l'existence d'un signe officiel de qualité (Label Rouge, AOP, IGP, STG), l'origine du produit et la fabrication « locale » du produit.

Enquête Ipsos pour Bienvenue à la ferme, les Français et le consommer local, février 2014



Initiative en Ariège : des ateliers cuisine pour promouvoir les produits locaux

Dans le cadre du réseau national des Cités du goût et des saveurs, la CMA de l'Ariège a mis en place des ateliers de cuisine pour la promotion des produits locaux de qualité. « Une à deux fois par mois, un atelier est organisé à destination des professionnels et l'on demande au chef de mettre l'accent sur ce qu'il utilise en local », détaille Jeanne-Marie Jugie, conseillère en développement économique à la CMA 09. Antoine Fontes, artisan charcutier, a ainsi vu ses produits mis en valeur lors d'un atelier. Toute sa charcuterie est fabriquée à partir du porc lourd du pays issu de meilleurs animaux sélectionnés et élevés par les producteurs du département de l'Ariège. L'entreprise, qui existe depuis 1922, vient par ailleurs d'obtenir le label EPV (Entreprise du patrimoine vivant). « Je suis ravi que mon produit ait été choisi par un chef. Nos clients savent que le local, c'est notre credo. Mais ils viennent aussi pour la qualité et le savoir-faire », se félicite l'artisan.



« Acheter local, un acte citoyen permettant de préserver l'économie locale », Marge Vandendries, CRMA Paca

local. Enfin, l'artisan doit prendre en compte le consommateur, on ne fait pas du local pour faire du local. Cela peut être pour redécouvrir des saveurs oubliées, utiliser une technique ancienne particulièrement adaptée... », précise Franck Lehuédé. « La notion d'information et de communication est centrale », assure-t-il. Afin d'aider les artisans sur l'épineuse question de la communication, les chambres départementales de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ont développé, sous l'égide de la CRMA Paca, la campagne de communication « Consommez local, consommez artisanal ». « Si les grands groupes disposent d'importants moyens pour vanter leurs produits et leurs services, il n'en va pas de même pour l'artisanat. C'est pourquoi nous avons cherché à pallier ce manque en incitant les consommateurs à se tourner vers les artisans, explique

Marge Vandendries, directrice de la communication de la CRMA Paca. L'objectif de cette campagne est clair : que les consommateurs favorisent les commerces locaux plutôt que les grandes enseignes. Le but est aussi de montrer qu'acheter local est un acte citoyen permettant de préserver l'économie locale. » Démarrée en 2013 pour les fêtes de fin d'année avec plus de 500 affiches grand format, 150 annonces dans la presse régionale, ainsi que 300 spots radios, la campagne se poursuivra en 2014 et 2015.

Structurer les circuits courts

Du côté de l'Eure-et-Loir, on cherche à créer des ponts entre agriculteurs, commerçants et artisans. Depuis deux ans, l'opération « Du Terroir dans l'assiette ! » rassemble une trentaine d'exposants avec l'association « Terre d'Eure-et-Loir ». « Ce label a été créé par la

LA DIT

Benoît Hamon, ministre délégué à l'économie sociale et solidaire, devant le Sénat

« Je pense, d'abord, à la création des indications géographiques pour les produits manufacturés. Avec Sylvia Pinel, nous avons voulu que les spécificités locales d'un produit soient enfin reconnues, grâce, notamment, à la dénomination de l'indication géographique, qui l'associera au territoire dans lequel il est fabriqué : couteaux de Laguiole, porcelaine de Limoges, tissus du Pays basque, faïence de Quimper... Lorsque nous avons lancé cette idée, nous avons reçu plus de quatre-vingts demandes d'obtention d'une indication géographique. Cette mesure correspond donc bien à un vœu des producteurs locaux, qui souhaitent voir l'origine et la qualité de leurs produits clairement identifiées. Elle contribuera à justifier des prix parfois un peu plus élevés et à renseigner plus clairement le consommateur, qui fera son choix à l'aide d'une information loyale. Vous l'aurez compris, mesdames, messieurs les sénateurs, je me réjouis de voir étendue aux produits manufacturés l'indication géographique initialement réservée au domaine de l'alimentaire et des produits agricoles ». Lire aussi pages 21 à 23.

□□□ chambre d'Agriculture et regroupe aujourd'hui des agriculteurs et des artisans », précise Nolwenn Le Mentec, chargée de développement de la CMA d'Eure-et-Loir. « Si depuis quelques années, émerge chez les consommateurs la devise " manger sain et manger local ", la filière courte est la source d'un intérêt croissant notamment chez les artisans. Pour répondre à leurs attentes et favoriser la mise en place de circuits de proximité, il est nécessaire que les commerçants, les artisans, les professionnels de l'alimentaire, les collectivités et les producteurs d'Eure-et-Loir se connaissent. D'où l'intérêt de " Du terroir dans l'assiette " qui permet à la filière courte de se structurer. » L'idée ? Permettre à la fois aux professionnels de découvrir la richesse des produits locaux, de nouer de nouveaux contacts commerciaux et



Un appel à projets en Rhône-Alpes « Trouver des nouveaux modes de consommation et de distribution »

La CRMA Rhône-Alpes a lancé, en partenariat avec d'autres réseaux, un appel à projets sur les circuits de proximité. « L'idée était de faire émerger des projets sur le territoire, explique Yaël Boquet, conseiller en développement d'entreprise à la CRMA Rhône-Alpes. « Les artisans sont un maillon essentiel de l'économie de proximité. Nous voulions donner un coup de pouce aux projets plus avancés afin qu'ils se concrétisent. Nous accompagnons ceux qui sont à l'origine de l'idée, qu'il s'agisse d'une fédération de communes ou une organisation professionnelle, puis vient la phase de coaching des entreprises elles-mêmes pour que le projet vive ». Quatre projets ont été sélectionnés et ils ont tous un point commun : « On essaie de réfléchir à des nouveaux modes de consommation et de distribution. Car si les artisans ont des arguments à faire valoir, encore faut-il que leurs produits soient facilement accessibles aux consommateurs. » Ainsi, l'un des projets mise sur l'installation de « drive » ruraux ; un autre, sur le développement d'une plate-forme d'e-commerce.

Yaël Boquet, conseiller en développement d'entreprise à la CRMA Rhône-Alpes croit à la nécessité de réinventer les modes de consommation et de distribution.

 Frédéric Dubots, sur son stand « Du Terroir dans l'assiette ». Une opération qui veut accompagner la structuration de la filière courte.

de développer leurs approvisionnements de proximité. Frédérique Dubots a participé aux deux éditions déjà organisées. « Grâce au Salon, je me fais de nouveaux contacts : trois l'an dernier et cinq l'année d'avant. Cela se concrétise toujours, parfois par ricochet. En tout cas, c'est loin d'être négligeable ! »



Faire découvrir aux professionnels la richesse des produits locaux.



TROIS QUESTIONS À...

Aurélie Merle

Docteur en sciences de gestion de l'Université Aix-Marseille III (IAE Aix-en-Provence) et professeur de marketing à Grenoble École de Management.

• Pourquoi les artisans ont intérêt à communiquer sur leur ancrage local ?

De manière générale, une entreprise artisanale cherche des arguments pour se différencier des autres. L'ancrage local peut constituer un élément de différenciation en termes d'impact direct et indirect sur l'économie locale, d'aspect environnemental, mais également sur la question de la qualité. C'est une tendance qui va perdurer, on remarque de plus en plus de réflexion au niveau des collectivités locales et des attentes

fortes des consommateurs même s'il reste une différence entre le déclaratif et le comportemental.

• Quel est le point faible des entreprises artisanales sur cet aspect marketing ?

Parfois, elles ne se rendent pas compte de la plus-value de l'argument local, et ont des difficultés à le valoriser clairement aux yeux des consommateurs. Il faut leur faire réaliser que c'est un axe de différenciation pertinent. Mais pour que ce soit une vraie force, il faut communiquer très clairement au niveau individuel, ou au niveau collectif, sur les bénéfices que peut procurer cet achat local, qu'ils soient directs pour le consommateur ou indirects pour l'économie locale ou l'environnement.

• Comment aider les artisans à s'approprier cette nouvelle tendance ?

Il faut les accompagner dans la compréhension de leurs spécificités et les aider à les valoriser aux yeux de la clientèle.

Éclairage

Certains artisans se sont déjà organisés pour défendre leur savoir-faire et mettre en avant leur ancrage local. Les marques ainsi créées sont surtout utilisées pour l'export. Pour les artisans, une récente loi pourrait faire évoluer certaines situations : l'extension des IGP aux produits manufacturés.



© Codentel

Le dentellier Codentel est adhérent à la Fédération française des dentelles et broderies, et utilise ainsi la marque Dentelle de Calais*, une référence pour l'export.

EXTENSION DES IGP AUX PRODUITS MANUFACTURÉS

Protéger et promouvoir le savoir-faire local

Désormais l'IGP pour les produits manufacturés va s'appeler IG pour « indication géographique ». « C'est un signe qui peut être utilisé sur des produits qui ont une origine géographique précise et qui possèdent des qualités, une notoriété ou des caractéristiques liées à ce lieu d'origine », indique-t-on à l'INPI (Institut national de la propriété industrielle), qui va être en charge de l'homologation des demandes d'IG. « Une indication géographique n'est pas une marque mais, pour les consommateurs, c'est une garantie sur la qualité et l'authenticité d'un produit. Pour les artisans, c'est un moyen de valoriser leurs produits et leurs savoir-faire, ainsi qu'un outil efficace contre la concurrence déloyale et d'éventuelles contrefaçons. Enfin, l'IG représente pour les collectivités locales, un moyen de protéger leur patrimoine et de mettre en valeur des savoir-faire territoriaux », précise encore l'INPI. Alors que la loi a été publiée au *Journal officiel* le 18 mars 2014, le décret d'application, quant à lui, devrait être publié durant l'été. Afin d'être dans les premiers à déposer une demande d'homologation, l'INPI conseille « de se constituer dès à présent en groupement, de



Pierre Siegfried Burger est à la tête de la poterie du même nom qui existe depuis 1842 et a obtenu le label EPV.

choisir un nom d'indication géographique et de commencer à définir en commun les critères à respecter pour les produits bénéficiant de l'IG. Cela permettra de préparer la rédaction du cahier des charges et d'anticiper sur la mise en œuvre du dispositif. »

Se différencier

Chez les potiers d'Alsace, on n'a pas attendu l'IG pour trouver des solutions pour défendre le savoir-faire local. « En 2008, nous avons créé l'Association Poteries d'Alsace avec un cahier des charges et un règlement intérieur très précis », relate Pierre Siegfried Burger, sixième génération à la tête des Poteries Siegfried à



Le véritable savon de Marseille fabriqué à la savonnerie Le Sérail à Marseille est cuit dans un chaudron à l'ancienne.

L'UPSM (Union des professionnels du Savon de Marseille) utilise ce logo pour identifier ses produits.



Soufflenheim. « *Qu'elles soient de Betschdorf ou Soufflenheim, toutes nos pièces sont estampillées. Nous voulons protéger notre savoir-faire, mais pas seulement. On sent que les gens veulent du local, c'est donc un bon argument marketing. Le problème, c'est qu'il y a énormément de produits chinois. Le touriste voit une cigogne dessus et pense que c'est fabriqué en Alsace. La marque créée*

□□□ nous permet donc de nous distinguer », poursuit l'artisan. Représentant 7 potiers et 200 emplois, l'association envisage de faire une demande d'IG. « Nous devons rassurer le consommateur, d'ailleurs certains sont clairement demandeurs, comme nos clients russes. »

Pour le savon de Marseille, autre produit artisanal emblématique, les préoccupations sont les mêmes. « L'IG donnerait un plus au savon de Marseille, nous pourrions nous différencier avec force des savons qui ne sont qu'assemblés chez nous », expose Daniel Boetto, gérant de la savonnerie Le Sérail. De son côté, il a également observé une augmentation de la demande depuis quelques années et créé l'Union des professionnels du savon de Marseille (UPSM) avec trois autres artisans. Il regrette de ne pas avoir protégé plus tôt le savoir-faire : « C'est quand il y avait encore une centaine de savonniers à Marseille qu'on aurait dû s'en préoccuper ».

Clarifier l'univers des labels

La célèbre dentelle de Calais a, elle aussi, ses défenseurs. Dentelle de Calais® est une marque déposée et protégée qui existe depuis 1958, propriété de la FFDB (Fédération française des dentelles et brode-



Laguiole, à couteaux tirés

Le coup est rude pour Laguiole : le 4 avril, la cour d'appel de Paris a condamné ce village de 1 300 habitants à payer 100 000 € à l'homme d'affaires qui lui aurait « spolié » son nom. L'histoire remonte à 1993 : cette année-là, Gilbert Szajner, un habitant du Val-de-Marne, dépose la marque

Laguiole pour désigner à la fois la coutellerie et tout un panel de produits dérivés, qu'il importe le plus souvent d'Asie et commercialise contre licence à des entreprises françaises ou étrangères. Si, en 1997, la justice donne raison au village en condamnant Gilbert Szajner pour contrefaçon, cette décision est infirmée par la cour d'appel en 1999. Une victoire pour l'homme d'affaires, qui interdit même à Laguiole d'utiliser son nouveau logo déposé pour enregistrement auprès de l'INPI début 2009. Mené par son maire, Vincent Alazard, le village tente alors une action plus large, pour « spoliation », « pratique commerciale trompeuse » et « atteinte à sa renommée ». Le couperet tombe le 4 avril : Laguiole est débouté. Mais ne compte pas en rester là. Appel au Président de la République, appel à la solidarité (financière également) de l'Association des Maires de France et, peut-être, pourvoi en cassation. En 2013, ce dossier interpelle le gouvernement qui engage une modification législative, ouvrant les IGP (indications géographiques protégées) aux produits manufacturés dans le cadre de la loi sur la consommation (loi Hamon du 17 mars 2014). Mais les décrets d'application ne sont pas encore publiés. En attendant, Laguiole, révolté, « se sent nié dans son existence ».

ries). « Elle concerne la dentelle produite par les maîtres dentelliers de Calais et de Caudry, selon un procédé unique de nouage entre la chaîne et la trame, datant du début du XIX^e siècle. Lors de sa création, le but était d'éviter toute confusion avec la dentelle tricotée par un procédé de maille, et de moindre qualité, qui venait de faire récemment son apparition », explique Lydia Grandjean, déléguée générale de la FFDB. Avec une implantation géographique précise et un cahier des charges déjà existant, Dentelle de

Calais® semble être dans la position idéale pour une demande d'homologation IGP. « Nous attendons le décret d'application et cela pourrait être intéressant pour nous. L'IG donnerait plus de force à la marque. Le consommateur est rassuré par le règlement national, les contrôles, comme avec l'AOC pour les produits agricoles », ajoute Lydia Grandjean. Depuis l'été 2013, la marque est en pleine rénovation. « Nous travaillons sur un repositionnement stratégique afin qu'elle puisse être mieux perçue, valorisée, qu'elle soit plus distinctive. » Il faut dire que la tendance forte pour le « made in local » a été notée chez leurs clients. « Les fabricants de lingerie demandent plus d'étiquettes « Dentelle de Calais® », ils souhaitent le mettre en avant car cela valorise leurs produits. » Du côté des adhérents, Franck Duhamel, dirigeant associé de Codentel, est tout à fait satisfait de la marque, qui lui sert beaucoup, notamment à l'international. Mais il tempère : « le problème aujourd'hui, c'est que le « made in France », ne veut pas forcément dire grand-chose, les appellations, labels... sont trop nombreux. La multiplication des affichages trouble les consommateurs. Il faut clarifier l'univers des labels pour qu'ils s'y retrouvent. L'IG est souhaitable si les autres « labels » disparaissent. »



DENTELLE DE CALAIS®

La marque Dentelle de Calais® est bien connue à l'étranger.





VERS L'INDICATION GÉOGRAPHIQUE

L'exemple de l'AOC

Sur d'autres secteurs, les professionnels ont expérimenté les appellations pour garantir l'origine des produits et préserver leur terroir avec un résultat probant. Exemple avec l'AOC (Appellation d'origine contrôlée) gérée par l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité). L'AOC existe depuis 1935 et a permis à certains producteurs français de préserver leur savoir-faire, le valoriser et le faire rayonner à l'export notamment. L'IG pourrait suivre le même chemin. Explications avec Jean-Luc Dairien, directeur de l'INAO qui gère notamment les AOC et les IGP alimentaires.

Le Monde des Artisans : Pourquoi a été créée l'AOC ?

Jean-Luc Dairien : L'AOC, Appellation d'origine contrôlée, est née de la démarche collective de producteurs, qui souhaitent l'identification de leur production pour se distinguer des autres lors d'une période de crise. C'est le secteur viticole qui a inventé le concept et l'a fait vivre. C'est un outil qui leur a permis de régler des difficultés conjoncturelles tout en construisant les bases d'une notoriété durable. L'intérêt est que quand un produit est défini par son origine, il est non délocalisable. Cela répond également à une demande du consommateur qui souhaite connaître la provenance des produits tout en répondant à des préoccupations d'aménagement du territoire.

Quel a été l'impact sur le secteur viticole ?

L'AOC a aidé le secteur à résister à la concurrence internationale, a parti-

cipé à la notoriété des vins de France. 90 % de l'export se fait avec ce signe, c'est donc le rayonnement de la viticulture française qui a été favorisé. Elle a également aidé à la protection des terroirs et au maintien des activités agricoles.

Quel est le rôle de l'INAO ?

Le cadre réglementé a été instauré depuis 1935, le rôle de l'INAO est d'abord de gérer l'agrément des pro-

cédures. Cela oblige à un consensus entre l'État et les acteurs économiques, porteurs du projet. Nous vérifions si les règles administratives sont respectées, un avis est transmis au ministère de l'Agriculture qui signe un arrêté. Est prévu un cahier des charges à respecter avec un dispositif de contrôle par un organisme indépendant. Tout est transparent puisque le cahier des charges est publié au *Journal officiel*.



Chiffres

Les sigles qualité

Les sigles d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO) concernaient plus de **1 000** produits fin 2012 :

- **329** AOC/AOP vins, cidres et eaux-de-vie, dont **308** AOC/AOP viticoles,
- **74** IGP viticoles,
- **50** AOC laitières,
- **45** AOC agroalimentaires,
- **113** IGP agroalimentaires,
- **429** Labels rouges.

Source : INAO, Les produits sous signes officiels de qualité et d'origine - Chiffres-clés 2012, octobre 2013.

LES IGP ALIMENTAIRES

La gâche vendéenne protégée

En Vendée, les professionnels sont de fervents défenseurs de leur savoir-faire. Ainsi après avoir obtenu l'IGP pour la brioche vendéenne, c'est la gâche vendéenne qui est désormais protégée depuis novembre 2013. À l'origine de la demande, Vendée Qualité, un organisme de défense de gestion (ODG) des produits vendéens sous signes officiels de qualité, qui rassemble plusieurs groupements de professionnels : « La première chose que nous voulions éviter avec la gâche, c'est que le savoir-faire puisse s'en aller ailleurs, en dehors de la région, voire à l'étranger », explique Jean-Marc Loizeau, directeur de Vendée Qualité. Pour Aurélien Allaizeau, boulanger à Olonne-sur-Mer, cet IGP est important : « Il permet, en théorie, d'éviter

que la gâche vendéenne soit fabriquée partout et dans n'importe quelles conditions. Les clients demandent ce qu'est l'IGP, qui est encore très peu connue. Pour l'instant, cela ne détermine pas leur choix. Pourtant depuis l'obtention, j'ai multiplié mes ventes par 10, essentiellement grâce à la couverture médiatique. En passant sur les principales chaînes de télévision et dans la presse écrite, j'ai fait la promotion de la gâche vendéenne et de notre savoir-faire. Résultat, il y a eu des clients qui ont fait jusqu'à 1h30 de voiture pour goûter nos produits ! ».



1
journée
avec...

... UN FABRICANT DE LIMONADE

Elixia, des bulles



2

TRAVAILLER À L'ANCIENNE



1

FINITIONS À LA MAIN

5 000 bouteilles sortent chaque jour des ateliers d'Elixia, dans lesquels travaillent quatre salariés. « *Nous produisons 800 000 bouteilles par an* », détaille Hugo Sublet, le gérant. Pour les grands modèles de 75 cl, le bouchage est réalisé à la main. L'entreprise commercialise également ses produits en bouteilles de 33 cl. Tous sont réalisés à partir de la même recette de base : « *une eau de grande qualité issue du massif jurassien, du sucre de canne (sirop d'agave pour la gamme bio), des extraits naturels de fruits et de plantes, des colorations naturelles, et du gaz carbonique* ». Chaque cuvée bénéficie d'un contrôle qualité : « *Pas un lot ne part tant que je ne l'ai pas goûté* », confie le chef d'entreprise.

Créée en 1856 par Faustin Girardet, la fabrique de limonade est l'une des plus anciennes de France. Hugo Sublet, qui a relancé l'activité de l'entreprise en 2000, a souhaité préserver l'héritage de son beau-père. Ainsi le matériel d'époque a été en partie conservé, notamment les machines datant de 1950 provenant des établissements Ronchard. « *Nous ne pouvons pas obtenir la même chose avec des machines modernes. Alors qu'on n'en trouve plus de ce type, nous disposons de quatre autres modèles similaires pour les réparer en cas de besoin.* »

3

GESTION ADMINISTRATIVE

Comme la plupart des artisans, Hugo Sublet doit consacrer une grande partie de son temps aux tâches administratives et à la vente des produits. Il travaille avec une commerciale. En France, les limonades Elixia sont distribuées dans les épiceries fines, les restaurants gastronomiques, magasins d'alimentation premium, et les concept store. « *Nous recherchons des lieux en adéquation avec l'image haut de gamme de la marque.* »

PRÉSENTES DANS LES ÉPICERIES FINES ET LES RESTAURANTS GASTRONOMIQUES, AINSI QUE DANS DE NOMBREUX PAYS À L'ÉTRANGER, LES LIMONADES D'ELIXIA ONT SU GARDER LEUR CARACTÈRE ARTISANAL.

100% artisanales

4

FAIRE PARLER
DE LA MARQUE



Côté communication, Elixia possède une arme redoutable : sa petite camionnette « vintage ». Hugo Sublet l'emmène donc sur les Salons auxquels il participe pour faire parler de la marque et attirer l'œil. « *Nous sommes présents au Salon professionnel SIAL Paris (Salon international de l'alimentaire) mais également à Maison & Objet. Le bouche-à-oreille fonctionne bien. À l'étranger, je me rends également sur des Salons Export comme à Singapour, New York, Dubaï et Montévidéo (Uruguay). Actuellement, c'est notre priorité de développer nos exportations, surtout vers l'Asie.* » Une méthode qui semble bien fonctionner puisque l'entreprise a vu son chiffre d'affaires augmenter de 45% en 2013.



5

LANCER DE NOUVELLES GAMMES

Pour s'imposer sur un marché dominé par des grands groupes, l'entreprise artisanale doit innover sans cesse. Après avoir lancé les limonades aromatisées en 2004 (fraises des bois, myrtille, cerise...), elle sort Fairmin, une boisson populaire d'autrefois, en 2006, une gamme mélangée avec du vin, des blancs et des rouges « limés », qui marchent très bien en Asie. C'est ainsi que commence l'aventure de l'export pour l'entreprise qui réalise aujourd'hui 60% de son chiffre d'affaires hors de France. Elle vend ses produits en Europe, en Russie, au Moyen-Orient, dans plusieurs pays d'Asie, en Nouvelle-Zélande et au Canada. « *L'Europe du Nord est la zone la plus friande de nos limonades* », confie Hugo Sublet. En parallèle, elle continue à innover avec une gamme bio en 2008, un produit avec des paillettes d'or 24 carats comestibles qui « *fait un tabac en Chine* » et une limonade au chocolat en 2012.

6

VENTE DIRECTE



Tous les vendredis, les produits sont en vente directe à côté des ateliers. Un comptoir ancien, des bouteilles à foison, le décor est planté et le charme opère. Si le chiffre d'affaires de cette activité est surtout symbolique, il est important pour Hugo Sublet de conserver ce rituel. « *Nous sommes une entreprise artisanale et je veux marquer cette identité.* »

Barbara Colas

CONTACT

Elixia, 139, rue sœur Hélène
39300 Champagnole
Tél. : 03 84 52 49 92
www.elixia.fr

Cas d'entreprise

Pour développer l'entreprise fondée par son père, basée à Saint-Beauzély en Midi-Pyrénées, et passer de 4 à 22 salariés, Frédéric Boissière a misé sur une activité en plein essor et porteuse de sens pour lui : la maison à ossature bois. Il a également choisi de mettre l'humain au cœur de son projet de développement.



© François Marchal (Stars et Métiers)

BOISSIÈRE ET FILS

L'humain au cœur de l'entreprise

La première maison en bois que Frédéric Boissière a construite était la sienne, en 2004. Elle servira de maison témoin et de galop d'essai alors que l'entreprise, qu'il dirige depuis 2010, en vend désormais une vingtaine par an. Après quatre années d'apprentissage dans l'entreprise fondée par son père en 1982, titulaire d'un CAP menuiserie charpente et d'un BP, il s' imagine déjà reprendre l'entreprise. En 2006, une cogérance est mise en place « dans la perspective de la transmission reprise ». Huit ans plus tard, l'entreprise Boissière et fils compte 22 salariés... plutôt chanceux !

Pour suivre le développement de l'entreprise, l'artisan doit embaucher des salariés qualifiés. Pour cela, il choisit l'apprentissage, « un bon moyen de former des collaborateurs », selon lui. Sa stratégie est simple : les emmener jusqu'au brevet professionnel, puis les embaucher. Résultat, il y a entre trois et cinq apprentis en permanence dans l'entreprise, sur les postes pose, menuiserie et charpente. « J'ai également embauché des personnes avec plus d'expérience, capables de gérer une équipe, de travailler en binôme avec un apprenti », confie-t-il. Cet investissement semble payant puisqu'il note 10

« Il faut aller chercher les bons salariés, bien les former. Quand je recrute, c'est surtout à l'état d'esprit que je me fie. Il y a très peu de turnover. »

à 25 % de progression annuelle de son chiffre d'affaires et de l'effectif. Devenir chef d'entreprise n'a pourtant pas été évident pour Frédéric Boissière. Et pour cause ! « Il faut être à la fois technicien,

vendeur, gestionnaire et manager. » La technique ne lui pose aucun problème, la vente non plus. Pour la gestion, il n'a rien laissé au hasard, avec un bac comptabilité et gestion d'entreprise obtenu en candidat libre en 2005. Le volet management, en revanche, s'est avéré plus compliqué pour l'artisan.

La semaine de 4 jours

« C'est la partie la plus difficile », concède-t-il. Entre 2008 et 2010, il vit des moments compliqués quand de très bons salariés quittent l'entreprise. « Je me suis remis en question. J'ai réfléchi à la manière dont fidéliser, motiver les salariés et aussi les responsabiliser. » De



IL A SU

- **Booster le développement de l'entreprise** en diversifiant l'activité.
- **Se remettre en question** et se faire accompagner en matière de management.
- **Partager ses valeurs** avec ses salariés.
- **Mettre en place une démarche de développement durable** très poussée pour être crédible sur le marché de la maison ossature bois.
- **S'entourer de salariés plus compétents que lui** pour améliorer son offre.



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Un investissement exemplaire

Pour être crédible sur le créneau de la maison ossature bois mais également en accord avec ses convictions, Frédéric Boissière est extrêmement engagé en matière de développement durable. « *Nous utilisons des matériaux naturels en circuits courts. Tous nos bois proviennent du grand Sud-Ouest, l'atelier est équipé de panneaux photovoltaïques, nos bureaux (90 m²) sont passifs, sans besoin de chauffage. Résultat : nous produisons plus d'énergie que nous en consommons.* » L'entreprise a ainsi obtenu la marque Envol (Engagement volontaire de l'entreprise pour l'environnement) en octobre 2013. Accordée pour cinq ans et contrôlée par Afnor Certification, c'est, pour l'artisan, « *une première étape vers la certification ISO 14001* ». Boissière & Fils est également la deuxième entreprise en France à avoir lancé l'analyse du cycle de vie (ACV) de son mur ossature bois. « *On part de l'exploitation forestière jusqu'au démantèlement de la maison et éventuellement au recyclage de celle-ci.* »

Frédéric Boissière entouré de certains de ses salariés et apprentis, dont la moyenne d'âge est d'environ 30 ans.



- **Création :** 1982
- **Effectif :** 22 salariés
- **Chiffre d'affaires :** 2,12 M€ (2013)
- **Marché :** 60 % en aménagement bois (charpente et maison à ossature bois), 40 % en menuiserie pure.

moins en moins présent sur les chantiers, il ressent qu'un fossé se creuse entre lui et ses salariés. Il fait donc appel à un consultant extérieur. S'en suit la mise en place de nombreux avantages sociaux comme les chèques vacances, la prime de déplacement, le panier-repas sur les chantiers... Afin de trouver un moyen de consacrer une journée par semaine à l'administratif et au commercial sans perdre le contact du terrain, il décide d'instaurer la semaine de 4 jours pour l'équipe de chantier. « *Ils travaillent désormais du lundi au jeudi soir.* » Les conséquences ne se font pas attendre. « *Cela a un effet bénéfique sur les salariés. Ils ont du temps pour eux. Le lundi, ils sont motivés d'avoir passé trois jours en famille. Au niveau de la rentabilité, je suis clairement gagnant.* » Avec une journée de chantier passée à 8 h 45, il constate que moins de temps est perdu sur la route, mais pas seulement. « *Nous prenons les repas sur le chantier, nous faisons de grosses journées, nous gagnons aussi du temps sur la mise en place du chantier.* » De plus, cela lui permet une flexibilité supplémentaire : « *En cas de surcroît d'activité, je trouve quelques volontaires pour travailler un vendredi, c'est très utile.* »

Donnant-donnant

Soucieux des conditions de travail, Frédéric Boissière organise des journées de formation à la sécurité depuis trois ans avec l'OPPBTP (Organisme professionnel de prévention du bâtiment et des tra-

vaux publics). « *Nous avons également investi dans du matériel pour améliorer le confort de travail.* » S'il fait tous ces efforts, c'est qu'il sait que dans son secteur, les bons salariés sont recherchés. « *Il faut être reconnaissant, l'entreprise doit être au service de l'ensemble des collaborateurs. C'est du donnant-donnant : quand c'est compris de tout le monde, cela fonctionne !* » Pour impliquer son personnel, Frédéric Boissière organise tous les trimestres une réunion avec un point sur le carnet de commandes, l'activité... « *Cela les motive, c'est indispensable pour faire avancer l'entreprise.* » Et le moins que l'on puisse dire, c'est que Boissière & Fils avance ! L'entreprise a en

effet vu son chiffre d'affaires progresser de 15 % en 2013.

Il y a quatre ans, pour maîtriser toute la chaîne de production, Frédéric Boissière a choisi de créer son propre bureau d'études et, naturellement, d'embaucher un apprenti ingénieur en structure bois. « *J'ai souhaité m'entourer de personnes plus compétentes que moi pour évoluer, améliorer la partie technique et trouver de nouveaux marchés. Au départ, c'était moi qui faisais les études de structure.* » Pour booster le marché des professionnels, l'artisan souhaite à présent doubler la surface de ses ateliers pour produire plus de maisons en kit.

Barbara Colas

Une maison à ossature bois construite par Boissière & Fils, qui réalise 60 % de son CA en aménagement bois.



© Boissière & Fils



Artisan coiffeur passionné, Jean-Marie Contreras dirige « Le Salon By Jean-Marie Contreras », à Arras. Il a également créé un centre de formation à son nom et a rejoint le réseau de la Clinique du Cheveu. Il emploie une trentaine de salariés.

JEAN-MARIE CONTRERAS

Coiffeur à l'avant-garde

La coiffure, c'est pour lui plus que la coupe ou la coloration. Jean-Marie Contreras a fait de son nom une marque et une véritable entreprise. Formé en 1982 par un coiffeur habitué des concours, il se lance très vite dans les championnats, gravit les échelons et devient ambassadeur de la coiffure française. En 1988, il monte son premier salon à Douai. « *J'avais envie d'évoluer, de tester, d'innover. Je suis quelqu'un d'avant-gardiste, j'avais ce besoin de créer ma propre marque.* » Plus que cela, il veut faire profiter son entourage de son succès et n'hésite pas à propulser les personnes qui sont prêtes à se lancer avec lui : « *j'ai une vraie équipe autour de moi, je ne suis jamais seul* ». En 2009, il installe Le Salon By Jean-Marie Contreras à Arras, sa région d'origine à laquelle il est très attaché. « *Il n'y a pas qu'à Paris que l'on trouve de bons salons, que l'on peut aussi faire des choses géniales en province. Il faut juste s'en donner les moyens* », lance le chef d'entreprise.

Le paraître... et l'être

Diplômé de morphopsychologie, Jean-Marie Contreras a développé son

concept et sa propre méthode, qu'il enseigne depuis 2003 dans son centre de formation, à Douai. Cette activité représente 55 à 60 % de son chiffre d'affaires aujourd'hui. Le but n'est plus seulement d'accorder une coupe à un visage, mais aussi de prendre en compte la personnalité, les forces et faiblesses psychologiques. « *On aide tout type de personnes. Cela va des gens un peu perdus, qui se cherchent, aux personnes qui veulent se réintégrer professionnellement après une longue période de chômage par exemple. Pour cela, je m'entoure d'une équipe esthétique mais aussi de boutiques de vêtements. On aide les clients à trouver leur identité et à l'exprimer dans leur attitude générale.* » En 2011, le coiffeur intègre le réseau de La Clinique du Cheveu, et ouvre un établissement à Arras, géré par son épouse. L'idée est de soigner le cheveu, de l'analyser. S'y succèdent des personnes aux cuirs chevelus sensibilisés (pellicules, psoriasis, calvitie...) mais aussi des malades ayant subi des traitements lourds. Cette diversification génère déjà 30 % du CA de l'entrepreneur, qui note que le chemin de la création d'entreprise est de plus en plus pavé d'obstacles.

Changer l'ambiance des salons

« *Il y a vingt ans, c'était beaucoup plus simple de créer son affaire. Aujourd'hui, la partie administrative a de quoi rendre fou !* » Il s'est notamment entouré de l'association Arras Initiatives, de la chambre de métiers et de l'artisanat : « *j'y ai trouvé des conseillers qui m'ont beaucoup aidé et sans qui j'aurais eu du mal à me développer ces dernières années. Maintenant, j'essaye à mon tour d'aider les jeunes qui souhaitent se lancer, je sais combien cela peut être compliqué parfois !* ». Toujours en ébullition, Jean-Marie Contreras déborde de nouveaux projets. « *Ma prochaine ambition est de développer une nouvelle technique pour rendre la coiffure plus rapide, sans négliger la qualité ni la satisfaction du client. J'aimerais aussi changer l'ambiance des salons en y organisant des soirées, avec de la musique, une déco différente, plus branchée. 22 % des jeunes filles attendent autre chose du coiffeur. Mon but, c'est de les combler.* »

Audrey Arnon

CONTACT :
www.lesalon-contreras.fr

Dossier



Une loi pour les artisans

Le projet de la loi Artisanat, commerce et très petites entreprises qui vient d'être voté répond à certaines attentes des artisans, notamment sur la reconnaissance de leur statut, les liens avec les CMA, les règles d'urbanisme commercial, mais aussi l'unification des statuts de l'entreprise individuelle. Les réactions du terrain.

Dossier réalisé par Sophie de Courtivron

LOI ARTISANAT, COMMERCE ET TRÈS PETITES ENTREPRISES

Ce qui va changer pour les artisans

Le vote définitif du projet de loi Artisanat, commerce et très petites entreprises a eu lieu les 26 mai et 5 juin derniers. Il a été marqué par un consensus tout au long de son parcours. Focus sur certaines dispositions impactant les artisans, et témoignages des principaux intéressés.

De qui parle-t-on ? Des artisans. Et justement, ceux-ci vont être mieux « identifiés », ce qui implique une reconnaissance et une transparence renforcées vis-à-vis des consommateurs.

Les qualifications professionnelles seront désormais contrôlées !

Pour exercer certains métiers (de l'alimentation et du bâtiment notamment, où la sécurité du consommateur peut être menacée), un artisan devra justifier d'un diplôme (titre ou qualification professionnelle de niveau 5 minimum, c'est-à-dire un CAP) ou de son expérience professionnelle (3 ans) lors de son inscription à la chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) ; la loi va confier désormais aux CMA l'obli-

« Artisan » doit être synonyme de « compétent »

Antony Hadjipanayotou, plombier-chauffagiste couvreur à la tête d'une entreprise de neuf personnes (Hauts-de-Seine)

« Vous n'imaginez pas les dégâts faits chez nos clients par des gens, je n'ai pas dit « artisans », qui travaillent n'importe comment. J'ai perdu 30 % de mon chiffre d'affaires à cause d'eux... Que j'ai regagnés en refaisant correctement les travaux derrière eux. La qualité, c'est essentiel. Je ne travaille que par bouche-à-oreille depuis trente ans. »

gation de vérification de cette qualification. *« Aujourd'hui, les CMA sont démunies en cas d'insistance d'une personne à vouloir s'immatriculer sans détenir de qualification, alors qu'en fait elle n'a pas le droit d'exercer ! Certes le contrôle peut se faire a posteriori par la police, mais à notre connaissance c'est extrêmement rare. Pouvoir refuser une immatriculation pour non-qualification est un vrai progrès »,* évoque Jean-Luc Herraiz, responsable du service de développement économique de la CMA des Bouches-du-Rhône. *« Les*

présidents de chambre auront un pouvoir élargi ; ils pourront aller chercher le bulletin 2 du casier judiciaire par exemple », ajoute Alain Berlioz-Curlet, président de la CRMA Rhône-Alpes. Côté mise en place dans les CMA, *« ce sera très simple »,* assure François Moutot, directeur général de l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat (APCMA).

Les artisans qui exercent une activité pour laquelle une assurance est obligatoire devront la mentionner sur leurs factures ou devis.

Contraignant certes, mais protecteur pour le client. *« Certains se croient bien assurés mais des compagnies font des contrats non conformes à la réglementation »,* précise Henry Brin, premier vice-président de la CMA du Gard et membre d'une commission « assurance ». *« Si c'est obligatoire et qu'on oublie une mention, on est condamnable »,* pointe-t-il. L'identité artisanale est encore renforcée par le fait que les entreprises artisanales de plus de dix salariés, y compris celles qui font l'objet d'une cession ou d'une transmission, pourront rester immatriculées au registre des métiers (dans la limite d'un seuil qui sera fixé par décret).

Le lien à la CMA renforcé

Les artisans ont à cœur de continuer à bénéficier de l'accompagnement de leurs chambres (formations,

Des baux au détriment du locataire

Joseph Brulé, administrateur de la CMA de Loire-Atlantique ; charcutier-traiteur en milieu rural (11 personnes).

Membre d'une commission de conciliation en matière de baux commerciaux, Joseph Brulé, charcutier de Loire-Atlantique, a suivi pendant dix ans l'évolution de la rédaction de ceux-ci : *« Tous travaux, quels qu'ils soient, doivent être faits par les locataires, et bien souvent les gros travaux d'entretien du bâtiment ! Dans la grande majorité des baux commerciaux, les impôts fonciers sont à la charge du locataire alors que normalement, c'est au propriétaire d'assumer. Les lois devraient rappeler les obligations du propriétaire. Les ambiguïtés sont le lit d'excès supportés par le locataire ».*

« Pouvoir refuser une immatriculation pour non-qualification est un vrai progrès. »
Jean-Luc Herraiz, responsable du service de développement économique de la CMA 13.



©DR



« C'est une valeur ajoutée de rester à la CMA »

Michel Dumon, charpentier et président de la Capeb Gironde

« La transmission est quelque chose qui me passionne. L'artisan tient à son personnel. Et le jeune qui arrive avec des idées nouvelles est très important pour l'entreprise. Je sais ce que c'est de démarrer à zéro, se faire un réseau... ; c'est une valeur ajoutée de rester à la CMA. Dans les CCI, ce n'est pas la même mentalité. L'artisan passe du temps, et une palette de bois brut devient meuble : le marchand vendra sa couleur alors que le menuisier vendra ses tripes. »

conseils, accompagnements divers...). « Dans les métiers de l'alimentaire, quand on est moins de dix et que l'on a un magasin, on dépend des deux chambres. Ça fait trente-huit ans que je suis installé et je n'ai jamais vu la CCI. Elle s'occupe plutôt de la grande distribution, plus demandeuse. Et quand elle défend la grande distribution, elle lutte contre le petit commerce ! », s'exclame Joseph Brulé, charcutier, élu à la CMA de Loire-Atlantique. Un artisan, c'est avant tout une entreprise, et sa taille ne veut aujourd'hui plus rien dire. « Un homme seul est chef d'entreprise. À côté de cela, beaucoup d'entreprises se développent. La définition de l'artisanat est de transformer la matière. Nous avons 18 % d'entreprises artisanales de production (notamment dans le décolletage, spécialité de la vallée de l'Arve...) ; une entreprise artisanale industrielle, c'est possible ! », avance Alain Berlioz-Curlet, élargissant ainsi la notion d'artisanat, sans lui enlever son « esprit ». Un artisan peut donc exercer ailleurs qu'en centre-ville... Mais c'est important, afin de garder des artisans au cœur des villes, qu'ils soient aidés pour y rester.



« Les présidents de chambre auront un pouvoir élargi ; ils pourront aller chercher

le bulletin 2 du casier judiciaire par exemple », ajoute Alain Berlioz-Curlet, président de la CRMA Rhône-Alpes.

En centre-ville, les commerces de proximité confortés

Autre pan de la nouvelle loi, les règles d'urbanisme commercial sont modifiées pour favoriser le maintien des commerces de proximité en centre-ville. La hausse des loyers sera par exemple limitée à 10 % par an en cas de déplafonnement (transformations, embellissements d'un quartier...) ; ceci évitera l'éviction de certains commerçants, notamment indépendants. « Un bail classique

c'est «3-6-9» et le déplafonnement intervient au renouvellement du bail. 30 % au bout de trois ans c'est beaucoup ; cette mesure ne limite réellement les choses que dans les cas où de grands groupes propriétaires proposent un renouvellement de bail à 300 %... », commente, mi-figue mi-raisin, Joseph Brulé. Le député Laurent Grandguillaume dit par ailleurs observer actuellement de belles augmentations... « L'embellissement du quartier n'a rien coûté au propriétaire et le locataire paye », poursuit Joseph Brulé. La loi va rééquilibrer leurs relations. Elle rendra ainsi obligatoire un état des lieux lors de la prise d'un local, et un inventaire précis des catégories de charges locatives (en clarifiant la répartition entre le bailleur et le commerçant) ; le locataire aura aussi un

droit de préférence en cas de vente. Entre autres mesures, le droit de préemption des communes sur les fonds de commerces est également modernisé ; et « d'autres auront les moyens que n'ont pas les communes, c'est un ballon d'oxygène dans ce dossier », continue Alain Berlioz-Curlet. En effet, les élus pourront ainsi déléguer le droit de préemption pour qu'un opérateur de type Société d'économie mixte ou une intercommunalité assure l'acquisition et la gestion des fonds acquis. À travers cet appui sur des acteurs mieux outillés ou cette mutualisation de ressources, l'intervention des communes est sécurisée.

Les décrets d'application de cette loi sont attendus avec intérêt par les professionnels.

Sophie de Courtivron

Chronologie d'une loi examinée en procédure accélérée

- **21 août 2013** : présentation en Conseil des Ministres
- **18 février 2014** : adoption à une très large majorité à l'Assemblée nationale (323 suffrages favorables, 1 voix contre)
- **17 avril 2014** : adoption à l'unanimité des voix exprimées au Sénat
- **21 mai 2014** : accord de la Commission mixte paritaire (CMP)
- **26 mai 2014** : lecture des conclusions de la CMP à l'Assemblée nationale, puis vote
- **5 juin 2014** : lecture des conclusions de la CMP au Sénat, puis vote
- **Ensuite** : promulgation par le Président de la République ; entrée en vigueur après publication au *Journal officiel* ; décrets d'application permettant sa mise en œuvre

LOI ARTISANAT, COMMERCE ET TRÈS PETITES ENTREPRISES

Unification des statuts juridiques à l'horizon...

Les propositions du député Laurent Grandguillaume, établies suite à sa mission d'expertise sur les entreprises individuelles, ont été intégrées à la loi Artisanat. Le point sur ce qui sera effectif au 1^{er} janvier 2015.

« **L'**entrepreneur seul a le choix entre différentes structures juridiques : une EURL ou une SASU s'il envisage de s'associer ; une entreprise individuelle (EI) et ses variations que sont l'EIRL et l'auto-entrepreneur s'il ne le souhaite pas, pose Stéphanie Ménégakis Lacheré, juriste en droit des affaires et droit social. L'avantage de l'EI est la simplicité de sa constitution, celui de l'EIRL la protection du patrimoine, et le fait d'être auto-entrepreneur permet de compléter un revenu ou de tester une activité », résume-t-elle. « Certains de ces dispositifs ne sont pas intéressants pour l'entreprise individuelle ; le statut doit être cohérent avec la nature de l'entreprise, et non pas choisi pour des raisons fiscales », martèle François Moutot, directeur général de l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat (APCMA). « Ça fait trop de choix », renchérit Antony Hadjipanayotou, plombier-chauffagiste couvreur en entreprise individuelle. Sans compter la confusion entre « statut » et « régime »... Le projet de



« Le statut doit être cohérent avec la nature de l'entreprise, et non pas choisi pour des raisons fiscales. »
François Moutot, directeur général de l'APCMA.

loi fait donc évoluer les obligations administratives des entrepreneurs dans le sens d'une plus grande simplicité. « Il y avait trois régimes micro-fiscal, micro-social des auto-entrepreneurs et réel. J'ai proposé de fusionner les deux premiers en instituant le régime unique de la micro-entreprise. Le régime réel reste en place », explique Laurent Grandguillaume.

Une certaine équité

Une certaine équité est aussi visée. Si la question des franchises de TVA est, pour le député, indépendante des régimes – « ça ne bouge pas » –, les changements pour les auto-entrepreneurs ne sont pas anodins. Ils seront en effet soumis pour l'essentiel aux mêmes exigences réglementaires que les autres catégories d'entreprises : frais de chambre, obligation d'assurance, stage préalable à l'installation...

ZOOM SUR UNE DEMANDE FORTE DU SECTEUR

La baisse du coût du travail en marche...

Dans sa déclaration de politique générale prononcée début avril devant l'Assemblée nationale, le Premier ministre Manuel Valls a apporté une réponse concrète à la campagne des « Sacrifiés » menée par l'UPA, qui dénonce l'accumulation de nouvelles charges fiscales et sociales. Artisans, commerçants et travailleurs indépendants vont en effet bénéficier d'une baisse de 60 % de la cotisation d'allocations familiales. Cette mesure vient enfin compenser le fait que les travailleurs indépendants ne bénéficient pas pour eux-mêmes du Crédit d'impôt compétitivité emploi (CICE). Elle montre aussi la voie d'une suppression générale de la cotisation d'allocations familiales. Parallèlement, l'UPA approuve la réduction de la cotisation d'allocations familiales versée par les entreprises pour leurs salariés à compter de 2016. Tout ceci contribuera à améliorer la trésorerie et l'investissement des entreprises de proximité, à les aider à retrouver le chemin de la croissance et de la création d'emplois.

Le député précise en outre qu'un décret va être publié suite à certaines dérives observées : « quand il n'y a pas de chiffre d'affaires, il n'y aura pas de droit à des indemnités journalières ». Deuxième axe de la loi, l'accès au régime de l'entrepreneur individuel à responsabilité limitée (EIRL) sera facilité : passage administratif simplifié de l'EI à l'EIRL, obligations de publication des comptes annuels de l'EIRL allégées, etc. « On va vers un statut unique de l'entreprise indi-

viduelle, synthétise Laurent Grandguillaume. Un groupe de travail se réunit toutes les semaines sur ce sujet, et un rapport sera remis fin juin ou début juillet. »

Sophie de Courtivron



« Quand il n'y a pas de chiffre d'affaires, il n'y aura pas de droit à des indemnités journalières. » Laurent Grandguillaume, député, à propos des dérives constatées avec le régime des auto-entrepreneurs

DISPOSITIF FRAUE

Soutien aux chefs d'entreprise face aux difficultés économiques : comment les traverser et rebondir ?

La CMA de la Savoie se mobilise pour vous aider à identifier les solutions de rebonds en mettant notamment à votre disposition un outil intégralement financé par le Conseil régional Rhône-Alpes et piloté par l'UPA Rhône-Alpes :

Le Fonds Régional d'Action Urgence aux Entreprises (FRAUE)

Concrètement, votre entreprise peut bénéficier d'une prestation d'appui-conseil de 1 à 3 jours en gestion financière, res-

sources humaines, stratégie, développement commercial ou management.

Cet accompagnement sera pour vous l'occasion de faire le point sur votre situation à travers un diagnostic et d'élaborer un plan d'actions présentant des pistes de solutions concrètes aux difficultés conjoncturelles que vous rencontrez.

Le service développement économique de la chambre de métiers et de l'artisanat de

la Savoie relaye votre demande et vous accompagne dans la mise en œuvre de ce dispositif.

Il vous propose aussi un appui pour la mise en œuvre et le suivi des préconisations du consultant.

CONTACT :

Anne de Robert de Lafrégeyre,
Chargée de développement économique
Tél. : 04 79 69 94 16
a.de-robert.de-lafregeyre@cma-savoie.fr

APPRENDRE À UTILISER L'ASSURANCE VIE POUR PROTÉGER SA FAMILLE

« Art.L.132.14 du Code des Assurances : le capital ou la rente garantis au profit d'un bénéficiaire déterminé ne peuvent être réclamés par les créanciers du contractant... »

En langage clair, cela signifie que le législateur, par cet article, a souhaité protéger l'assuré et sa famille des vicissitudes de l'existence et en particulier si, à l'occasion de sa vie d'entrepreneur, il devait « déposer son bilan ».

Il nous a semblé important de réaliser ce « focus » à l'intention des artisans qui doivent, selon le dicton populaire, penser à ne pas mettre tous leurs œufs dans le même panier !

Comme les dirigeants en nom propre et les mandataires sociaux (gérant de SARL, président de SAS), n'ont pas la possibilité de bénéficier de l'assurance chômage obligatoire mais économisent la cotisation (au taux de 6,40%), l'assurance-vie est donc à la fois un outil de gestion et de protection du patrimoine.

D'autres articles du Code des assurances viennent renforcer le caractère exceptionnellement protecteur de cet outil.

SANTÉ • PRÉVOYANCE • RETRAITE • ÉPARGNE

ET SI ON FAISAIT UN BOUT DE VIE ENSEMBLE ?

3,50%*
Taux de rendement net annuel 2013

Radiance Humanis Vie
Et votre avenir prend des forces

Radiance
Groupe Humanis



POUR TOUT RENSEIGNEMENT COMPLÉMENTAIRE :

Chambéry au 04 79 75 13 12 ou 04 79 96 81 57, Albertville au 04 79 37 79 71,
St Jean de Maurienne au 04 79 59 90 49, Aix les Bains au 04 79 35 21 81
Éric Begne, conseiller des professionnels : 06 08 18 24 27



Votre agenda Juillet-août 2014

Fiscal

- Artisans en société ayant clos un exercice le 31 mars 2014 : versement au service des impôts, **le 15 juillet** au plus tard, du solde de l'impôt sur les sociétés, sous peine de majoration.



© Frédéric Massard - Fotolia

Social

- Pour les artisans n'ayant pas plus de 9 salariés, versement à l'Urssaf, pour **le 15 juillet**, des cotisations sur les salaires du 2^e trimestre 2014 ou sur les salaires de juin, selon la périodicité de paiement choisie. Pour les employeurs de plus de 9 salariés, versement des cotisations sur les salaires de juin dans tous les cas.
- Pour tous les travailleurs indépendants, paiement des cotisations sociales au RSI pour **le 5 juillet** en cas d'option pour un prélèvement mensuel à cette date (sinon, pour **le 20 juillet**).
- Pour les artisans n'ayant pas plus de 9 salariés et payant les cotisations mensuellement, versement à l'Urssaf, pour **le 15 août**, des cotisations sur les salaires de juillet. Versement identique, dans tous les cas, pour les employeurs de plus de 9 salariés.
- Pour tous les travailleurs indépendants, paiement des cotisations sociales au RSI pour **le 5 août** en cas d'option pour un prélèvement mensuel à cette date (sinon, pour **le 20 août**).

© Picture-Factory

Divorce ou décès Les droits du conjoint de l'artisan

Quels seront les droits du conjoint et ses pouvoirs sur l'entreprise artisanale en cas de divorce des époux ou de décès de l'artisan ? La réponse dépend, notamment, de la date d'acquisition ou de création de l'entreprise et du régime matrimonial des époux.

Pour déterminer les droits du conjoint sur l'entreprise, il faut savoir si celle-ci constitue un bien commun ou un bien propre.

Si l'entreprise est un bien commun

Le fonds artisanal est un bien commun si l'artisan l'a créé ou acquis au cours du mariage. Dans ce cas, si les époux divorcent, il doit figurer dans l'actif de la communauté pour sa valeur patrimoniale. Que le conjoint ait participé ou non à l'activité professionnelle, il peut alors prétendre à une indemnisation basée sur cette valeur. En pratique, le conjoint a droit à la moitié. Cette règle joue quel qu'ait été le statut du conjoint dans l'entreprise (collaborateur, salarié). Toutefois, l'artisan n'est pas obligé de céder le fonds et de cesser son activité pour dédommager son conjoint : ce dernier peut également recevoir, en compensation, une soulte, c'est-à-dire une somme d'argent représentant la part à laquelle il a droit dans le partage de la communauté. En cas de décès, d'autre

part,

l'entreprise est intégrée à l'actif successoral de l'artisan et sa valeur est donc partagée entre le conjoint survivant et les héritiers.

Si l'entreprise est un bien propre

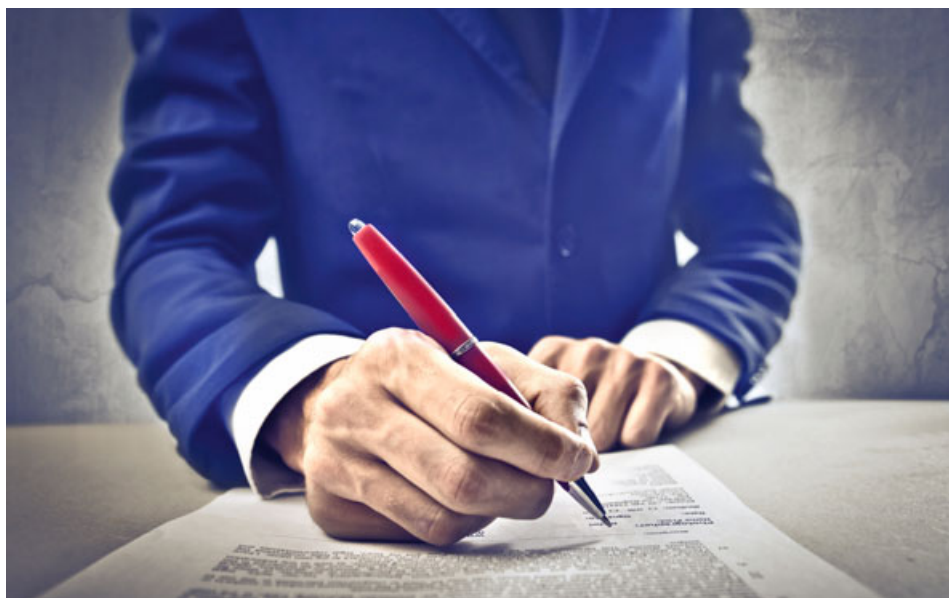
Le fonds artisanal reste un bien propre pour l'artisan lorsqu'il est marié sous le régime de la séparation de biens. Il en est de même si l'artisan est marié sous le régime de la communauté mais lorsqu'il a acquis ou créé le fonds avant le mariage ou lorsqu'il l'a reçu en cours de mariage par donation ou par succession. Dans cette situation, en cas de divorce, le conjoint ne peut en principe prétendre à une part sur la valeur de l'entreprise, à deux exceptions près. Le juge peut en effet lui attribuer une rente qui compense la perte de revenus que la dissolution du mariage a entraînée. D'autre part, si le conjoint a aidé bénévolement son mari dans son activité professionnelle sans y être rémunéré, il peut demander une indemnité représentative de la rémunération qu'il aurait dû percevoir. En cas de décès, l'entreprise est attribuée aux héritiers de l'artisan. **Attention : ces règles s'appliquent en l'absence de dispositions plus favorables prises en faveur du conjoint.**



VENTE DU FONDS

LES INFORMATIONS À LA CHARGE DU VENDEUR

Lors de la cession de l'entreprise artisanale, le vendeur doit communiquer à l'acheteur un certain nombre d'informations. Il a également certaines obligations générales à remplir vis-à-vis de ce même acquéreur.



L'acquéreur d'une entreprise doit pouvoir s'engager en toute connaissance de cause. Pour cette raison, la loi prévoit que certaines mentions doivent figurer dans l'acte de vente. Il s'agit du nom du vendeur précédent et du prix payé (sauf si l'entreprise a été créée), de l'état des privilèges et des nantissements sur le fonds, du chiffre d'affaires et des bénéfices des trois derniers exercices, des caractéristiques du bail et des coordonnées du bailleur, et d'un document récapitulatif du chiffre d'affaires mensuel réalisé entre la clôture du dernier exercice et le mois précédant la cession. L'omission d'une seule de ces mentions dans l'acte de cession, ou leur inexactitude, peut être sanctionnée par l'annulation de la vente, à la demande de l'acheteur.

Ensuite, le vendeur doit s'engager à ne pas détourner, après la cession, la clientèle du fonds qu'il vient de vendre. En pratique, cet engagement se traduit par un engagement de non-concurrence qui figure dans l'acte. Toutefois, même si l'acte est muet sur ce point, le vendeur ne peut exploiter une même entreprise dans le même secteur pendant un certain temps.

Attention : toute clause de non-concurrence doit être limitée dans le temps et dans un certain périmètre géographique, à défaut de quoi elle est nulle.

Vices cachés

Enfin, le Code civil prévoit plus généralement une obligation de délivrance du fonds qui est vendu. Cette règle signifie que le fonds cédé doit correspondre exactement à ce qui est indiqué dans l'acte.

Pour cela, l'acheteur bénéficie, en particulier, d'une garantie contre les vices cachés, qu'il peut mettre en œuvre si par exemple certains matériels sont inutilisables ou si le bail n'est pas conforme à la réglementation des baux commerciaux. Bien entendu, l'acheteur ne peut faire jouer cette garantie que s'il n'avait pas connaissance du défaut qui, par hypothèse, lui a été caché.

Il faut le savoir : si le vendeur ne respecte pas son obligation de délivrer le fonds en état d'être exploité et exempt de tout défaut caché, il peut être condamné à des dommages et intérêts ou à la résolution pure et simple – c'est-à-dire l'annulation – de la vente.

■ VENTES SUR INTERNET

Une nouvelle disposition sur les ventes à distance, depuis le 14 juin 2014, s'applique à toutes les entreprises ayant un site marchand sur Internet : le délai de rétractation dont bénéficie le client pour annuler son achat est dorénavant de 14 jours, au lieu de 7 jours. Après l'annulation de sa commande, le client doit ensuite être remboursé dans les 14 jours suivants (loi relative à la consommation n° 2014-344 du 17.3.2014, JO du 18). À noter : ce même droit de rétractation est également ouvert aux professionnels (et notamment aux artisans) pour tout achat effectué à la suite d'un démarchage, à la condition qu'ils emploient au plus cinq salariés et que leur achat n'entre pas dans le champ de leur activité professionnelle.

■ DÉLAI DE LIVRAISON IMPÉRATIF

Depuis le 14 juin 2014, toute entreprise doit livrer le bien qu'elle a vendu ou fournir le service prévu à la date ou dans le délai indiqué au consommateur dans le contrat de vente ou de prestation ; à défaut de stipulation de délai, le bien doit être livré ou la prestation exécutée au plus tard 30 jours après la conclusion du contrat. Si l'entreprise ne respecte pas ce délai de 30 jours, le consommateur peut résilier le contrat si l'entreprise n'a pas effectué la livraison ou n'a pas fourni le service dans un nouveau délai raisonnable (loi relative à la consommation n° 2014-344 du 17.3.2014, JO du 18).

■ FACTURES RÉCAPITULATIVES

Un délai spécifique et unique de 45 jours à compter de l'émission de la facture a été instauré pour le paiement des factures périodiques (ou factures récapitulatives). Ce délai était auparavant de 60 jours à compter de l'émission de la facture ou 45 jours fin de mois (loi relative à la consommation n° 2014-344 du 17.3.2014, JO du 18).

TERRITOIRE DU LAC DU BOURGET

2^e opération collective de lutte contre les pollutions toxiques

Le monde de l'entreprise naturellement en action pour le Lac du Bourget.

Pour un territoire aussi emblématique que le Lac du Bourget, la reconquête de la qualité des eaux entamée depuis plus de 10 ans passe notamment par des opérations de lutte contre les pollutions toxiques. Il s'agit d'aider les professionnels à réduire les substances dangereuses qui pourraient atteindre les eaux du Lac, telles que les hydrocarbures, solvants, peintures, métaux lourds ou pesticides. Cette seconde opération va permettre aux

entreprises de 65 communes* du bassin versant du Lac du Bourget de bénéficier d'aides de l'Agence de l'Eau allant de 30 à 70% pour financer des équipements de prévention des pollutions ou de prétraitement des rejets. Ce sont 2 000 000 € qui sont budgétés d'ici fin 2015.

Dans ce cadre la CMA de la Savoie se mobilise afin d'accompagner les entreprises. Le conseiller environnement de la CMA est chargé de diagnostiquer des

artisans du secteur de la mécanique automobile pour les guider vers leur mise aux normes.

CONTACT :
Nicolas Chaton
Tel. : 04 79 69 90 11
n.chaton@cma-savoie.fr

* Communes de Chambéry Métropole, de la Communauté d'agglomération du Lac du Bourget, des Communautés de Communes du Canton d'Albens, de la Chautagne, du Pays d'Alby Sur Chéran, ainsi que les communes de St Thibaud de Couz, Saint Jean de Couz, Apremont et Bloye



1^{re}

www.biennale-europeenne-artisanat.fr

BIENNALE EUROPÉENNE DE L'ARTISANAT

DU 20 AU 23 NOVEMBRE 2014
CENTRE DE CONGRÈS | CITÉ INTERNATIONALE | LYON

Sous le parrainage du Ministère de l'Économie, du Redressement productif et du Numérique.



BIENNALE EUROPÉENNE DE L'ARTISANAT



PLUS D'INFOS SUR www.biennale-europeenne-artisanat.fr



LA CITÉ DU GOÛT ET DES SAVEURS INTERVIENT AUPRÈS DES SCOLAIRES

L'une des actions de la Cité du Goût et des Saveurs de la Savoie est de proposer des actions autour du goût et de la nutrition santé aux scolaires.

Dans ce cadre, plus de 150 enfants d'écoles primaires ont déjà suivi ces prestations entre octobre 2013 et mars 2014.

La Cité du Goût et des Saveurs propose un catalogue de prestations qui détaille le type d'actions qu'elle peut réaliser en classe ou sur le temps périscolaire.

L'objectif est de sensibiliser les enfants :
- à la saisonnalité, aux produits locaux et à un mode de consommation éco-citoyens
- à l'importance du goût et son développement.

Pour toutes ces interventions la Cité du Goût et des Saveurs peut se déplacer dans les écoles avec tout le matériel et les matières premières nécessaires.



CONTACTEZ LA CITÉ DU GOÛT ET DES SAVEURS :
Leslie Fort, l.fort@cma-savoie.fr ou au 04 79 69 94 20

Club des PARTENAIRES CHAMBERY Savoiehandball

Devenez partenaire du Chambéry Savoie Handball !
partenariats@chamberysavoiehandball.com

De la convivialité

De la proximité

De l'envie

Du contact

Du spectacle

De l'ambiance

90 % des adhérents à Médicis sont satisfaits de leur mutuelle retraite

Depuis plusieurs années, Médicis, la mutuelle retraite des indépendants, mène des enquêtes de satisfaction auprès de ses adhérents. La dernière en date vient de paraître. Conclusions : les actions mises en place ont porté leurs fruits et une nouvelle feuille de route est tracée.

« Lorsque nous avons lancé notre première étude en 2008, l'idée était de réaliser un baromètre tous les deux ans et de lancer un plan d'actions entre les deux pour améliorer les points perfectibles souhaités et attendus par nos adhérents », explique Isabelle Augaudy, directrice de la relation client chez Médicis. Trois objectifs principaux ont guidé cette dernière étude : mesurer la satisfaction des adhérents vis-à-vis de la mutuelle et son évolution depuis la précédente enquête ; évaluer les attentes prioritaires des adhérents ; identifier les points forts et les points d'amélioration en termes de relation client.

Principaux résultats

- Une satisfaction globale en hausse par rapport à 2010, passée de 85 % à 90 %, en lien avec une amélioration sensible de la qualité de service reconnue par les adhérents.
- Le sérieux (92 %) et l'expertise de l'entreprise pour les indépendants/commerçants/artisans (90 %) sont reconnus et plus spécifiquement par les nouveaux adhérents (99 % reconnaissant le sérieux et 94 % l'expertise).
- La gestion de la relation client est jugée satisfaisante, en particulier l'accueil des nouveaux adhérents, les communications

faites tout au long de la vie du contrat, les différents points d'informations (les contacts téléphoniques, l'espace adhérents sur le site Internet apprécié par 97 % des adhérents qui le consultent).

Ce baromètre contient-il des surprises ?

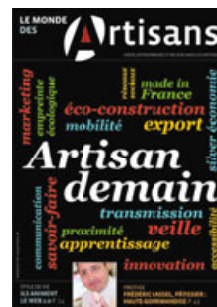
« Pas vraiment, même s'il fait émerger de nouvelles tendances, reprend la directrice de la relation client. À l'heure où nous mettons sous presse, il est encore un peu tôt pour tirer tous les enseignements de cette étude et en déduire le plan d'actions. Mais les grandes lignes se dessinent : les axes à prioriser touchent à la promotion de l'espace adhérents sur Internet, à la communication sur la notion de rendement et les avantages du contrat Médicis retraite Madelin, et à un meilleur accompagnement à la prise de retraite... Je tiens à remercier tous ceux qui ont participé à cette enquête. Elle nous permet de progresser et de mettre en place de nouveaux outils. Rendez-vous dans deux ans ! »

PLUS D'INFORMATIONS SUR :
www.mutuelle-medicis.com



Abonnez-vous au Monde des artisans

Bulletin à renvoyer avec votre règlement à ATC. Service abonnements. 23 rue Dupont-des-Loges. 57000 Metz. Fax : 03 87 69 18 14.



Oui, je m'abonne au Monde des artisans pour deux ans (12 numéros) au tarif préférentiel de 8 euros (au lieu de 12 euros*)

Prénom Nom

Profession

Nombre de salariés Adresse

Téléphone Fax

E-mail

* Prix de vente au numéro. Offre valable jusqu'au 28/12/2014. Tarif d'abonnement 1 an, France : 6 euros. En application de la loi n° 78-17 du 6 juin 1978, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification aux informations vous concernant reproduites ci-dessus. LMA vous précise qu'elles sont nécessaires au bon traitement de votre abonnement.



EUROSKILLS 2014

LES APPRENTIS FONT ŒUVRE DE TALENT

La Région Nord-Pas de Calais a fait de 2014 son année régionale de l'apprentissage. Dans ce contexte, la compétition « Euroskills » organisée à Lille du 2 au 4 octobre prochain, devrait apporter un événement d'envergure à cette année particulière. Centrée sur la promotion des métiers, cette biennale européenne met en lumière les performances de centaines de jeunes talents de moins de 25 ans, issus des différents pays de l'Union. Une occasion rêvée de faire découvrir au plus grand nombre, des métiers parfois inconnus, et de mettre en lumière les avantages de l'apprentissage pour les jeunes, dans des domaines de compétences aussi variés que le transport, le bâtiment, l'ingénierie, les arts créatifs, l'information et la communica-

tion, ou les services d'aide à la personne. Plus de 500 jeunes concourront pendant 3 jours sur le site de Lille-Grand Palais pour gravir la plus haute marche du podium et représenter l'excellence de leur métier au niveau européen.

CONTACT :

www.euroskills2014.org



Pour la rentrée 2014
misez sur votre IMAGE !
 sérieuse et professionnelle
 faite par des **professionnels**

Nous nous occupons de **tout**.
 Vous pouvez vous consacrer à votre activité
Tout cela adapté à votre budget
 et toujours avec des délais
 très courts !

04 50 10 61 83
2idcom.accueil@gmail.com



Interactif : permanences CMA

Site de la CMA : www.cma-savoie.fr / Courriel : contact@cma-savoie.fr

■ PERMANENCES À LA CHAMBRE

→ Chambéry

7 rue Ronde, 73 024 Chambéry Cedex. Tél. : 04 79 69 94 00.
Horaires d'ouverture : 8 h 30 à 12 h et 14 h à 17 h.

■ **Service développement économique** : les conseillers vous reçoivent sur rendez-vous, du lundi au vendredi. Tél. : 04 79 69 94 20.

■ **Service Affaires Sociales** : Anne de Robert de Lafrégeyre vous reçoit sur rendez-vous, le lundi de 14 h à 17 h et le mercredi de 8 h 30 à 12 h.

■ **Permanences notaires et avocats** : 1 mardi matin par mois sur rendez-vous. Tél. : 04 79 69 94 20.

→ Avant-Pays Savoyard

■ **Service développement économique** : Thierry Dancer vous reçoit sur rendez-vous le jeudi matin de 9 h à 12 h dans les locaux du Syndicat mixte à Belmont-Tramonet. Tél. : 04 79 69 94 20.

→ Albertville

Espace économie emploi formation : antenne interconsulaire, 45 avenue Jean-Jaurès, 73 200 Albertville. Tél. : 04 79 32 18 10.
Horaires d'ouverture : de 8 h 30 à 12 h 15 et de 13 h 30 à 17 h 15.

■ **Service développement économique** : Louis Mesnil vous reçoit sur rendez-vous. Tél. : 04 79 32 18 10

■ **Service Affaires Sociales** : Anne de Robert de Lafrégeyre vous reçoit sur rendez-vous le jeudi de 8 h 30 à 11 h 30.

→ Saint-Jean-de-Maurienne

Centre d'affaires et de ressources, avenue d'Italie, 73 300 st-Jean de Maurienne (locaux de Maurienne Expansion).

■ **Service développement économique** : Didier Scarfoglio, vous reçoit le jeudi matin de 9 h à 12 h. Tél. : 04 79 69 94 20.

■ **Service actions sociales** : Anne de Robert de Lafrégeyre se déplace sur rendez-vous, du lundi au vendredi. Tél. : 04 79 69 94 16.

PETITES ANNONCES

■ Barberaz. À louer local 35 m²

Zone de la Peysse
390 €/mois
Tél. : 06 33 33 64 61

■ À louer à partir de septembre 2014

À Albertville, local de 350 m², situé au centre-ville, 21 rue Claude Genoux, composé de :

- 2 bureaux indépendants
- 1 poste d'accueil avec guichet
- 1 arrière boutique équipée d'un point d'eau et de sanitaires

Contact : Patrick Hary au 04 79 32 20 53
pneumarket@wanadoo.fr

■ Chambéry. À louer :

Institut de beauté 87 m²
Bien situé, avenue du Comte Vert
500 € + 50 € de charges
Tel. 04 79 69 35 18 ou 06 03 82 82 41



Carole DELGA est nommée secrétaire d'État chargée du commerce, de l'artisanat, de la consommation et de l'économie sociale et solidaire, auprès d'Arnaud Montebourg, ministre de l'économie, du redressement productif et du numérique.

La Semaine Nationale de la Création-Transmission d'Entreprise Artisanale aura lieu du 14 au 21 novembre sur le thème « Créez ou transmettez votre entreprise : c'est possible avec les CMA ! »



86^e Foire de Savoie à Chambéry

Du 13 au 22 septembre 2014
Parc des Expositions - SAVOIEXP0
www.foiredesavoie.com

Journée de l'entreprise à la Foire de Savoie

La Chambre de Commerce et d'Industrie de la Savoie, La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Savoie, Réseau Entreprendre Savoie, Savoieexpo et l'Agence Economique de la Savoie organisent, le mardi 16 septembre 2014, la Journée de l'Entreprise à l'occasion de la Foire de Savoie.

Pour cette seconde édition, l'objectif partagé entre les organisateurs est de faire naître des échanges entre entrepreneurs de Savoie au cours d'un moment convivial et sérieux. La journée sera marquée par un intervenant de « haut vol » puis qu'il s'agit de Jean-François Clervoy, célèbre astronaute français.

■ Programme :

- 13h45 – 14h20 Halle d'exposition Accueil café et visite officielle de l'exposition en présence des chefs d'entreprise
- 14h30 – 16h00 Conférence Animée par Jean-François Clervoy

CONTACT :

Agence Économique 04 79 25 36 49





Santé, Prévoyance et Retraite, Protégez Votre Indépendance.

Fort de la confiance de plus de 200 000 professionnels indépendants, Radiance Groupe Humanis a créé Pack Profils, un ensemble de garanties santé, prévoyance et retraite conçu spécialement pour répondre à vos besoins. Ainsi avec Pack Profils vous bénéficiez d'une protection intégrale pour vous, votre activité et votre famille. Et grâce à la loi Madelin, vous profitez d'une déduction fiscale de vos cotisations. **Pour découvrir les nombreux avantages de Pack Profils, rencontrons-nous!**

www.radiancehumanis.com



SANTÉ • PRÉVOYANCE • RETRAITE

CHAMBERY 20, boulevard de la Colonne 04 79 75 13 12	CHAMBERY 7, rue Ronde 04 79 69 94 08	CHAMBERY Les Berges de la Leyse 04 79 96 81 57	AIX-LES-BAINS 5, avenue de Verdun 04 79 35 21 81	ALBERTVILLE 92, rue de la République 04 79 37 79 71	ST-JEAN- DE-MAURIENNE 29, rue de l'Orme 04 79 59 90 49
--	--	---	---	--	---

2^E ÉDITION DU PRIX L'ŒUVRE

UN QUARTIER DE VERRE

Le duo de verriers Anne Donzé et Vincent Chagnon vient d'être désigné lauréat du 2^e prix L'œuvre de la Fondation Ateliers d'Art de France pour son projet *Build(dingue)*.

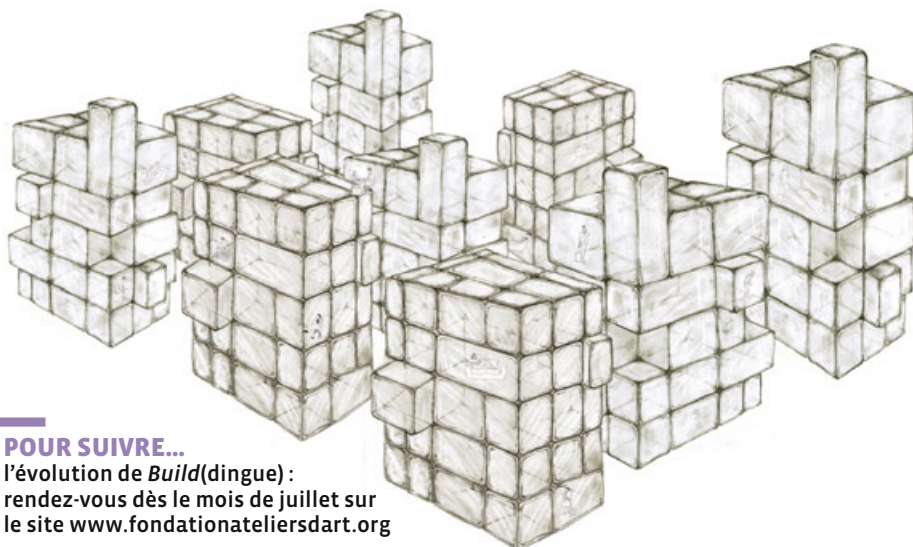


tours d'1 m 50 de haut. Chaque édifice est constitué de boîtes en verre soufflé, posées les unes sur les autres comme autant de cases ou « d'appartements », où se joueront de petites scènes quotidiennes en pâte de verre : personnages qui prennent une douche, qui regardent la télévision...

***Build(dingue)* sera dévoilé au public à la galerie Collection dans le Marais à Paris en janvier 2015**

Si la transparence des matériaux appelle à l'indiscrétion, l'organisation de ces boîtes habitées, voisines mais hermétiques, renvoie à l'isolement en milieu urbain. Un propos qui a séduit le jury. Grâce au prix et aux 60 000 € qui l'accompagnent, les deux artistes vont pouvoir se consacrer pleinement à ce projet d'envergure, qui nécessitera au total neuf mois de chantier et l'utilisation de trois fours, dont un four de fusion allumé en permanence. *Build(dingue)* sera dévoilé au public à la galerie Collection dans le Marais à Paris en janvier 2015. Les visiteurs seront invités à jeter un œil dans les cases de verre en circulant librement au milieu de l'installation.

Récompense d'une œuvre en devenant intégrante des métiers d'art de manière innovante et contemporaine, le prix L'œuvre de la Fondation Ateliers d'Art de France, 2^e édition, vient d'être décerné au couple de verriers franco-canadiens, Anne Donzé et Vincent Chagnon. Elle est spécialisée en pâte de verre et créatrice de bijoux contemporains, diplômée en arts décoratifs de l'École Massana de Barcelone. Lui est souffleur à la canne, formé au Québec et en République Tchèque. Ensemble, ils ont imaginé *Build(dingue)*, un projet d'œuvre monumental qui consiste en la création d'un quartier de verre de neuf



POUR SUIVRE...

l'évolution de *Build(dingue)* : rendez-vous dès le mois de juillet sur le site www.fondationateliersdart.org

ACCESSIBILITÉ DES COMMERCES

SIMPLIFIEZ-VOUS LA VIE

Du diagnostic de l'établissement à la certification de l'ouvrage : la Banque Populaire lance la première offre clé en main pour l'accessibilité des commerces à tous les clients.



À compter du 1^{er} janvier 2015, tous les établissements recevant du public devront être accessibles à toutes les personnes, et notamment à celles en situation de handicap. Alors que 85 % des commerces ne sont pas encore aux normes, Banque Populaire s'associe à Handibat Développement, à la Socama et à des partenaires reconnus sur la question de l'accessibilité – Handidiag et I.Cert - pour lancer la première offre clé en main, couvrant toutes les étapes de la mise en conformité. Vous êtes ainsi accompagné de A à Z dans vos projets : diagnostic pré-

alable ; chiffrage des travaux et mise en relation avec les artisans labélisés Handibat ; financement du projet avec le Prêt Express Socama pour l'accessibilité (jusqu'à 50 000 €, sans caution personnelle) et conseil sur les aides publiques ; certification de mise en conformité avec le label BAC (bâtiment accessible certifié) et sa valorisation auprès des clients. La transformation de l'établissement est ainsi simplifiée. Au-delà de la mise aux normes, c'est l'occasion pour les commerçants de repenser leur point de vente et de le rendre plus attractif à tous.

VOILÀ LE GENRE DE SITUATION EMBARRASSANTE QUE VOUS NE CONNAÎTEZ PAS CHEZ NOUS !

EN TANT QUE PROFESSIONNEL,
VOS ATTENTES ET VOS BESOINS
SONT DIFFÉRENTS,

JeanLain
AUTOMOBILES

SERVICES PRO

POUR MIEUX VOUS SERVIR ET
VOUS SIMPLIFIER LA VIE !

3 BONNES RAISONS DE
CHOISIR JEAN LAIN AUTOMOBILES
POUR VOTRE ENTREPRISE !

SIMPLICITÉ

Véhicules neuf ou d'occasion, financement, entretien de votre parc automobile... Un seul interlocuteur pour de nombreux services.

1

RÉACTIVITÉ

Service Express sans RDV, une offre commerciale sous 24h... afin d'optimiser votre temps.

2

PRIVILÈGES

Tarifs avantageux, aide à la gestion de votre parc... pour toujours plus de satisfaction.

3

PLUS D'INFOS AU 04.79.54.05.95 OU SUR WWW.JEANLAIN.COM

PRIX GOÛT ET SANTÉ DES APPRENTIS 2014

PAVILLON BRETON

Le 12 mai, huit équipes d'apprentis se sont affrontées avec une « Tartine Santé Nomade » en finale du 3^e Prix Goût et Santé des apprentis. Les vainqueurs sont trois jeunes Bretons de la Faculté des Métiers de Bruz.



« L'art, la santé et la gourmandise », un repas équilibré composé de trois tartines : la « Trouss'artistique » en entrée (pain aux noix garni de chèvre, crudités, pignons et légumes), la « Tarti'color » en plat (pain aux oignons avec poulet au curry, courgettes et carottes) et le « Coup de pinceau » en dessert (biscuit dacquois noix de coco surmonté de mangue, de chocolat et de chantilly). Les Bretons partagent le podium avec l'équipe féminine de l'Urma de Tourcoing (Nord-Pas-de-Calais), 2^e avec son menu « 3, 2, 1... Croquez », et l'équipe de la CMA de la Moselle de Metz (Lorraine) pour sa « Tartine Santé Nomade ». Les cinq autres équipes en lice pour la finale sont arrivées 4^e ex æquo : CFA Interpro des Ardennes de Charleville-Mézières (« Mousse champardennaise »), Faculté des Métiers de Bruz (« La Tyrome »), Maison de l'Apprentissage de Saint-Nazaire (« Menu américain »), CFA de la CMA du Loiret d'Orléans (« La Solognote ») et Campus des métiers de Niort (« Tartine aux trois plaisirs d'Auvergne »).

Organisé par MAAF Assurances avec le soutien de l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat, le Prix Goût et Santé des Apprentis valorise et récompense les élèves des CFA et écoles professionnelles qui créent des recettes alliant plaisir gustatif et équilibre alimentaire. Cette année, la finale de la 3^e édition s'est déroulée le 12 mai, au Pavillon Élysée Lenôtre à Paris. Huit équipes d'apprentis, de 18 à

25 ans, ont fait déguster leur « Tartine Santé Nomade » à un jury de professionnels, présidé par le nutritionniste Jean-Marie Bourre. Verdict : la Bretagne est à l'honneur, avec un 1^{er} Prix décerné à l'une des deux équipes de la Faculté des Métiers de Bruz. Équipe composée de trois élèves en 3^e année de bac pro, Nicolas Thouin (boucher charcutier traiteur) et Hugo Delalande et Antoine Pettier (boulangerie-pâtisserie). Ensemble, ils ont imaginé



Fête de la Gastronomie 2014 : la générosité dans l'assiette

Le 4 juin, Arnaud Montebourg, ministre de l'Économie et Carole Delga, nouvelle Secrétaire d'État chargée du Commerce, de l'Artisanat et de la Consommation, et de l'Économie sociale et solidaire, ont présenté la 4^e édition de la Fête de la Gastronomie. C'est le Ceproc (Centre européen des professions culinaires, à Paris), pôle d'innovation de l'artisanat, qui a été choisi pour accueillir cet événement. Conviviale et généreuse, la Fête de la Gastronomie a pour ambition de valoriser l'excellence des savoir-faire français, la multiplicité des acteurs et talents associés à cet univers et la qualité des produits. La gastronomie est aussi un enjeu économique important en termes d'emploi et de rayonnement international. L'édition 2014 se tiendra les vendredi 26, samedi 27 et dimanche 28 septembre, dans toute la France et à l'étranger.

CONTACT :
www.fete-gastronomie.fr



04/2014 - B13132 - Photo: Crédit Agricole des Savoies - Société coopérative à capital variable agréée au titre de l'établissement de crédit. Le siège social est situé à Annecy - PAE Les Glacis - 4 avenue du Pré Félix - Annecy-le-Vieux - 74695 - Annecy-le-Vieux - 04 78 99 00 00 - 1053 Avenue - 07 172 417 - Crédit photo - Page 1/2 - 2014

LES PRÊTS JEUNES À 1%

ÇA VA ÊTRE DUR DE PASSER À CÔTÉ

MENSUALITÉS DE 83,78 €, TAEG* FIXE DE 1%, SOIT UN MONTANT TOTAL DÛ DE 1005,40 €.

UN CRÉDIT VOUS ENGAGE ET DOIT ÊTRE REMBOURSÉ. VÉRIFIEZ VOS CAPACITÉS DE REMBOURSEMENT AVANT DE VOUS ENGAGER.



DES SAVOIES
ca-des-savoie.fr

Exemple : pour un prêt de 1000 €, d'une durée de 12 mois. 11 mensualités de 83,78 € et une mensualité ajustée de 83,82 €. Taux annuel débiteur fixe de 1%, soit un TAEG* fixe de 1%. Montant total dû de 1005,40 € dont intérêts de 5,40 €, frais de dossier gratuits, hors assurance facultative et hors différé de remboursement sur le prêt étudiant. Le coût de l'assurance, si vous la souscrivez, est de 0,66 €/mois et s'ajoute à l'échéance de remboursement du crédit.

*Taux annuel effectif global.

Offre valable du 1^{er} mai au 31 octobre 2014 pour les jeunes âgés de 18 à 30 ans, sur les prêts étudiants, prêts auto, prêts Mozaïc Projet et l'aide à l'installation Good Loc[®], sous réserve de commercialisation et sous réserve d'étude et d'acceptation définitive de votre dossier par votre Caisse régionale, prêteur. Vous disposez d'un délai légal de rétractation.

Les conditions et événements garantis par l'assurance, si vous la souscrivez, sont indiqués au contrat. Le coût de l'assurance peut varier en fonction de votre situation personnelle. Renseignez-vous sur le coût applicable dans votre Caisse régionale. Les contrats d'assurance décès invalidité sont assurés par CNP ASSURANCES - SA, au capital de 688618477 € entièrement libéré, 341 737 062 RCS Paris - CNP IAM - SA, au capital de 30500000 € entièrement libéré, 383 024 189 RCS Paris. Siège social : 4, place Rabou - Dautry, 75716 PARIS CEDEX 15 - Tél. : 01 42 18 88 88 - www.cnp.fr - GROUPE CAISSE DES DÉPÔTS - et PREDICA, Compagnie d'assurances de personnes, filiale de Crédit Agricole Assurances - SA, au capital de 960754065 € entièrement libéré, 334 028 123 RCS Paris. Siège social 50-56, rue de la Procession, 75015 Paris. Entreprises régies par le Code des Assurances. Les événements et conditions garantis sont indiqués au contrat. Ces contrats sont distribués par votre Caisse régionale de Crédit Agricole, immatriculée auprès de l'ORIAS en qualité de courtier. Les mentions de courtier en assurances de votre caisse sont à votre disposition sur : www.mentionscourtiers.credit-agricole.fr. Il peut arriver que votre état de santé ne vous permette pas de bénéficier des conditions d'assurance standardisées. Le dispositif prévu par la Convention AERAS organise des solutions adaptées à votre cas.

2ES

**Espace
Entreprise
Savoie**

Donnez un toit à votre entreprise dès 19 €^{HT} par mois

Notre métier, vous propose des formules souples, adaptées à vos besoins

- Hébergement commercial ou de votre siège social
- Bureau virtuel avec outils et salles à disposition
- Appui technique et administratif

Espace Entreprise Savoie
334 rue Nicole Parent
73000 CHAMBERY

SARL HMB domiciliataire agréée arrêté préfectoral du 25/01/2013

Contact :
04 58 10 00 42
www.domiciliation-savoie.fr



Pour passer votre publicité dans
LE MONDE DES ARTISANS, contactez :

Thierry Jonquière, directeur de publicité

☎ 06 22 69 30 22

Cédric Jonquière, chef de publicité

☎ 06 10 34 81 33

Jean-François Clervoy, astronaute de l'ESA (Agence spatiale européenne) est aussi entrepreneur. Il est président de Novespace, filiale du Centre national spatial. Entre une mission dans l'espace et l'aventure entrepreneuriale, il voit de nombreuses similitudes.



© ESA - P. Sebirot

“ *L'artisan est un aventurier, qui veut faire avancer la connaissance au sens large, pousser les frontières de son métier, explorer de nouvelles méthodes, développer ses activités...* ”

Jean-François Clervoy,
astronaute de l'Agence spatiale européenne et président de Novespace, filiale du Centre national d'études spatiales

Que représente l'entrepreneuriat pour vous ?

« L'entrepreneuriat est une démarche personnelle, celle de quelqu'un qui a envie de construire pour lui, pour la société, sa famille... Il y a des personnes qui arrivent à percevoir autour d'eux un concours de circonstances qui les amènent à penser qu'ils peuvent construire quelque chose. Je pense que les entrepreneurs veulent, humblement, apporter aux autres dans un sens très large, aux personnes, aux entreprises, à la nature... Chacun a ses raisons. Mais il est toujours question de contribuer avec son esprit créatif, de vouloir faire quelque chose par soi-même, sans dépendre des autres. La notion de valeur ajoutée est également présente. On ne peut déconnecter le monde de l'entreprise de sa dimension économique. »

QUELLE IMAGE AVEZ-VOUS DU SECTEUR DE L'ARTISANAT ?

« L'artisan que je rencontre le plus souvent est un taxi que je peux appeler n'importe quand. Il est dévoué à ses clients, a le sens du service. Il m'apporte son authenticité, sa personnalité... L'artisanat est, pour moi, un secteur indispensable pour la société. Il est dommage qu'on en parle peu, contrairement aux grands groupes. Les artisans sont des passionnés qui savent bien faire leur travail et veulent satisfaire les demandes des clients quelles qu'elles soient. C'est précieux. L'autre vision que j'ai de ces

métiers vient du Liban, où j'ai passé une partie de ma jeunesse. Je me souviens de ceux qui créaient avec leurs mains, leur âme, leur cœur. C'est cela être artisan, donner une âme aux objets qu'on utilise tous les jours, créer un lien entre l'objet et l'utilisateur. Par exemple, la cheminée de notre maison a été faite par un artisan, elle est unique. Les artisans, ce sont aussi les boulangers, les bouchers. Ils créent un lien social, culturel, économique indispensable. »

Quelles sont les valeurs qu'il véhicule et qui vous parlent ?

« Les artisans sont porteurs de sens, par rapport aux relations humaines qu'ils créent et entretiennent, à la manière dont ils envisagent leur existence. Le boulanger, lorsqu'il échange des nouvelles avec son client, crée un lien, donne du sens à leur rencontre. C'est essentiel. Mais l'artisan est aussi un aventurier, qui veut faire avancer la connaissance au sens large, pousser les frontières de son métier, explorer de nouvelles méthodes, développer ses activités... Tout comme l'astro-

naute qui part dans l'espace. L'artisan est humble et a conscience qu'il doit apprendre, pratiquer pour maîtriser son savoir-faire et le transmettre ensuite aux autres générations. Cette transmission apporte une dimension supplémentaire à la notion de sens. »

Quels liens faites-vous entre votre expérience d'astronaute et celle d'entrepreneur ?

« Le lien principal que j'observe est la mission, le but. C'est ce qui nous unit, notre objectif commun. Il nous habite du début à la fin. C'est la même chose pour l'entrepreneur, il a besoin que toute son équipe s'approprie son but. Saint Exupéry écrivait : « Quand tu veux construire un bateau, ne commence pas par rassembler du bois, couper des planches et distribuer du travail, mais réveille au sein des hommes le désir de la mer grande et belle ». L'entrepreneur doit créer un climat de confiance, être compétent et savoir communiquer, l'astronaute également. La communication, l'écoute, la maîtrise de soi sont essentielles pour l'un comme pour l'autre. »

Barbara Colas



1978 : École Polytechnique
1994 : Premier vol spatial en tant qu'astronaute de l'ESA (Agence spatiale européenne)
2006 : Poste de PDG de Novespace, qui organise des vols paraboliques pour la recherche
2013 : Obtient les autorisations à Novespace d'ouvrir les vols en apesanteur au grand public

CHARGEZ. ROULEZ. BOSSEZ. GAGNEZ.



NOUVELLE GAMME FORD **TRANSIT**

Transit. Transit Custom. Transit Connect et Transit Courier.
Toujours plus intelligents, toujours plus solides, toujours plus économes.
Rien de mieux pour vous aider à aller plus loin.




GROUPE MAURIN
www.groupe-maurin.com

FORD ALBERTVILLE
1 route de Grignon
73200 ALBERTVILLE
Tél. 04 79 32 04 98
commercial.albertville@groupe-maurin.com

et leurs réseaux d'agents officiels

FORD CHAMBERY
Zi de la Françon (derrière Fly)
73420 VOGLANS
Tél. 04 79 54 46 69
commercial.chambery@groupe-maurin.com



Pour passer votre publicité
dans **LE MONDE DES ARTISANS**,
contactez :



THIERRY JONQUIÈRES
DIRECTEUR DE PUBLICITÉ
TÉL : 06 22 69 30 22

CÉDRIC JONQUIÈRES
CHEF DE PUBLICITÉ
TÉL : 06 10 34 81 33

Financez vos projets

NOUS VOUS ACCOMPAGNONS!



CABINET LADOUCE ET PERRIER-GUSTIN
EXPERTISE COMPTABLE



www.clp-compta.fr

PARTENAIRE DES ARTISANS EN SAVOIE DEPUIS 60 ANS



AIX-LES-BAINS
6 rue des Prés Riants
73100 Aix-les-Bains
04 79 35 07 99
aix@clp-compta.fr

BASSENS
949 rue de la Martinière
Bassons - 73000 Chambéry
04 79 33 32 43
bassens@clp-compta.fr

La Banque Populaire accompagne 1 entreprise sur 3

PRÊT EXPRESS SOCAMA EUROPÉEN* JUSQU'À 50 K€ SANS CAUTION PERSONNELLE



* Hors projet de création et de reprise d'entreprise. Sous réserve d'acceptation du dossier par la Banque Populaire et la SOCAMA. Voir conditions en agence.



Pour ces opérations la SOCAMA bénéficie d'une garantie au titre du programme-cadre pour la compétitivité et l'innovation de la communauté européenne.



BANQUE & ASSURANCE
www.alpes.banquepopulaire.fr



LA BANQUE
QUI DONNE ENVIE D'AGIR