

LE MONDE
DES



Artisans

ÉDITION **SAVOIE**



ENQUÊTE DE LECTORAT

Votre avis nous intéresse

PAGE
04

Bimestriel n°119



ACTUALITÉS

**Devenez lauréat
du Concours
Artinov P.13**

PRATIQUE

**Couverture maladie :
des avancées attendues
par les artisans P.36**

BRAVO LES ARTISANS P.08



Depuis plus de 60 ans, MAAF assure les **PROS** !



Multirisque professionnelle
RC Décennale (PROS du bâtiment)



Véhicules professionnels



Santé collective et individuelle



Prévoyance - Épargne - Retraite

MAAF disponible pour vous



en agence
Prenez rendez-vous sur
maaf.fr ou sur l'appli mobile
MAAF et Moi



au téléphone

3015 Service & appel
gratuits

du lundi au vendredi de 8h30 à 20h
et le samedi de 8h30 à 17h.



sur votre espace client

Sur maaf.fr et l'appli mobile
MAAF et Moi





ÉVÉNEMENT 05

Signature de la convention 2017 avec la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes et la SOCAMA des Alpes

ÉVÉNEMENT | 04

- | Lecteurs, lectrices, votre avis nous intéresse
- | Signature de la convention 2017 avec la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes et la SOCAMA des Alpes
- | Signature de la convention 2017-2018 avec MAAF Assurances

ACTUALITÉS | 08

- | Clôture de l'Action 2016-2017, des collégiens reporters testent des métiers d'avenir
- | Devenez Assistant(e) de Dirigeant(e) d'Entreprise Artisanale
- | Dans l'entreprise comme dans la vie, il vaut mieux prévenir que guérir
- | Commission des chefs de services financiers et des représentants des organismes de sécurité sociale de la Savoie
- | Les inscriptions au concours Artinov 2017 sont ouvertes !

INITIATIVES | 16

- | La Cité du Goût et des Saveurs vous présente ses formations techniques de septembre

DOSSIER 27

Relation client : les dix commandements

PRATIQUE | 33

- | Quel réseau social pour mon entreprise ?
- | Couverture maladie : des avancées attendues par les artisans

REGARDS | 42

- | Prestige : empire gourmand de Lyon à Tokyo
- | Vie d'artisans : relancer un savoir-faire disparu
- | Stéphane Thébaut, journaliste et animateur de la Maison France 5

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

ÉDITO



André Mollard,
Président de la CMA
de la Savoie

Mesdames, Messieurs, chers amis,
LAG de Printemps est l'occasion de rendre compte de l'activité de l'année écoulée.

Élu depuis 6 mois à la tête de l'institution je peux vous faire un premier retour de ce que j'ai appris de la CMA et de la façon dont je la vois travailler. J'ai rencontré des agents investis dans leur travail, soucieux de servir les artisans. C'est pour moi une grande satisfaction. Nous avons une belle équipe. Cette équipe mérite un outil de travail adapté. De même, l'ensemble des artisans que nous représentons méritent cet outil.

À l'occasion de cette AG, j'ai souhaité exposer les trois axes de mandature que nous devons nous appliquer à mettre en œuvre lors des quatre ans et demi qui viennent.

Le premier axe est celui d'une CMA plus proche des artisans. En tenant notre AG à Modane, en Maurienne, nous nous sommes employés à être à l'écoute de nos territoires de montagne. Il est important pour nous d'être au service des artisans sur l'ensemble de la Savoie. Car, c'est à la CMA d'aller à la rencontre de ses artisans.

Le deuxième axe est celui d'une CMA qui valorise et qui montre l'exemple : démarches qualité, innovation, certifications et respect des normes... Certaines entreprises sont des exemples à suivre. À nous de les mettre en valeur. Deux entreprises savoyardes, SOFTICA et NORDEEX ont reçu des prix régionaux à Lyon dans le cadre du Jury ARTINOV. La Savoie est un territoire innovant et la CMA encourage et accompagne ce mouvement de création et de dynamisme.

Le troisième axe est celui de la modernisation de notre offre de services et de nos outils afin de répondre toujours plus et mieux aux attentes de nos clients.

Je suis fier de mon équipe d'élus. Ils sont présents aux réunions, s'intéressent et s'impliquent. Grâce à la cohésion et au travail avec les agents, notre CMA est aujourd'hui en mouvement pour le bénéfice de tous les artisans.

Le souci de qualité et notre volonté de servir les artisans pour leur permettre de progresser dans un monde en marche, c'est ce qui apparaîtra clairement dans les chantiers que nous allons réaliser.



AFIN DE MIEUX VOUS CONNAÎTRE ET AINSI MIEUX VOUS SATISFAIRE, NOUS SOLLICITONS VOTRE AVIS SUR LE MONDE DES ARTISANS.



Lecteurs, lectrices

Votre avis nous intéresse !

■ Avez-vous le souvenir de recevoir le magazine

Le Monde des artisans ?

- Oui
- Non

■ En général, dans quelle proportion lisez-vous le magazine *Le Monde des Artisans* ?

- En totalité ou presque
- Environ la moitié
- Vous le feuillotez simplement
- Vous ne le lisez pas, vous le donnez à une personne de votre entourage

04

■ D'après vous, le magazine *Le Monde des Artisans* vous parvient ?

- Tous les deux mois
- Tous les trois mois
- Vous ne savez pas

■ Ce rythme de réception vous paraît-il ?

- Adapté
- Trop fréquent
- Pas assez fréquent

■ En général, quand lisez-vous le magazine LMA à partir du moment où vous le recevez ?

- Le jour même de sa réception
- Dans la semaine qui suit sa réception
- Cela est variable, en fonction de votre emploi du temps
- Cela est variable, en fonction des sujets traités

■ Vous lisez le magazine *Le Monde des Artisans*... ?

- En une seule fois
- En deux ou trois fois
- En le reprenant en mains à plusieurs reprises

■ En moyenne au total, combien de temps consacrez-vous à sa lecture ?

- Moins de 15 minutes
- De 15 à moins de 30 minutes
- De 30 à moins de 45 minutes

■ Généralement, que faites-vous du magazine *Le Monde des Artisans* après l'avoir lu ?

- Vous gardez tous les numéros du magazine
- Vous ne gardez que quelques numéros
- Vous conservez certains articles ou dossiers qui vous intéressent et vous jetez le reste

■ Quelles thématiques abordées vous intéressent le plus ?

- Actualités spécifiques à votre département
- Infos pratiques
- Événements et actualités de la CMA
- Cas d'entreprises, témoignages
- Dossiers techniques
- Autres, précisez :

■ La présentation vous paraît claire et attractive ?

- Tout à fait d'accord
- Assez d'accord
- Pas d'accord

■ Les infos communiquées sont facilement compréhensibles ?

- Tout à fait d'accord
- Assez d'accord
- Pas d'accord

■ Lisez-vous la presse sur Smartphone ?

- Oui
- Non

■ Le magazine est objectif ?

- Tout à fait d'accord
- Assez d'accord
- Pas d'accord

■ Le magazine donne des informations que l'on ne trouve pas ailleurs ?

- Tout à fait d'accord
- Assez d'accord
- Pas d'accord



■ **Le magazine est proche de vos préoccupations ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **Vous saviez que LMA vous parvient grâce à votre inscription à la CMA ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **Est-ce un service que vous appréciez ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **LMA vous permet de mieux connaître votre CMA et les services qu'elle propose ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **Vous incite à vous en rapprocher ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **Vous incite à consulter le site Internet de votre Chambre ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **Seriez-vous plus favorable à un envoi d'informations par mail sous forme de Newsletter ?**

- Tout à fait d'accord
 Assez d'accord
 Pas d'accord

■ **Êtes-vous abonné à d'autres magazines ? Lesquels ?**

-
-
-

Merci de nous retourner ce questionnaire complété à :

CMA de la Savoie - Service Communication - 7 rue Ronde - 73024 Chambéry Cedex

ou de le remplir en ligne sur www.cma-savoie.fr/sinformer/le-journal-le-monde-des-artisans

VOTRE PROFIL

Vous êtes :

- Artisan
 Conjoint(e) d'artisan

Vous êtes :

- Un homme
 Une femme

Votre secteur d'activité :

- Production
 Bâtiment
 Services
 Alimentation
 Métiers d'art

Votre tranche d'âge :

- Moins de 25
 26-35
 36-45
 46-55
 56-65
 65 et plus

Déterminez-vous un ou plusieurs mandats électoraux ?

- Un ou plusieurs mandats politiques
 Un mandat dans une CMA ou une organisation
 Les deux
 Ni l'un, ni l'autre

Signature de la **convention 2017** avec la Banque Populaire Auvergne Rhône-Alpes et la SOCAMA des Alpes



06

LA CMA SAVOIE SOUHAITE RENFORCER SA COOPÉRATION AVEC LA BANQUE POPULAIRE AUVERGNE RHÔNE ALPES ET LA SOCAMA DES ALPES EN SIGNANT UNE CONVENTION DE PARTENARIAT EN FAVEUR DE L'ARTISANAT, AYANT POUR OBJECTIF LE DÉVELOPPEMENT, LA PROMOTION ET LA VALORISATION DES ENTREPRISES ARTISANALES.

La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Savoie, la Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes et la SOCAMA des Alpes conviennent ainsi d'unir leurs efforts pour :

- I Favoriser** l'information bancaire auprès des créateurs et repreneurs d'entreprise.
- I Aider** les entreprises en difficultés dans le cadre du Pôle d'accompagnement.
- I Soutenir** les actions sur le thème de l'accessibilité.
- I Promouvoir** le concours « Qualité Totale ».
- I Promouvoir** le concours « Stars & métiers ».
- I Favoriser** le financement des entreprises artisanales par le réseau bancaire.



**Merci à nos partenaires pour le travail réalisé
à leurs côtés dans la confiance et le respect de chacun.**

SIGNATURE DE LA CONVENTION 2017-2018 AVEC MAAF ASSURANCES

La CMA de la Savoie
et MAAF Assurances
ont signé pour 2017/2018
la convention
liant leurs deux entités.



André Mollard, président CMA Savoie, et Olivier Mazioux, directeur régional Auvergne Rhône-Alpes MAAF Assurances.



07



Découvrez le
nouveau site de
la CMA Savoie sur
www.cma-savoie.fr

Tél. 04 79 69 94 00



Clôture de l'Action 2016-2017

Des collégiens reporters testent des métiers d'avenir



Réception du 30 mai 2017.

08

CETTE ANNÉE, 56 JEUNES ONT EFFECTUÉ UN STAGE CHEZ 42 ARTISANS. 21 MÉTIERS DE L'ARTISANAT ONT AINSI ÉTÉ DÉCOUVERTS.

Collèges participants : Collège de Bissy à Chambéry, Collège Jean Mermoz à Barby, Collège Jean-Jacques Perret à Aix-les-Bains et Collège Joseph et Xavier de Maistre à St-Alban Laysse.

EN QUOI CONSISTE L'ACTION ?

Présentation des métiers de l'artisanat classe par classe en 4^e et 3^e pour une meilleure connaissance des métiers de l'artisanat.

STAGE EN ENTREPRISE EN DEHORS DU TEMPS SCOLAIRE

4 à 8 demi-journées pendant les vacances d'hiver ou de printemps selon le Collège.

RÉALISATION D'UN PROJET DANS L'ENTREPRISE

Conception d'un projet : diaporama, panneau photos, reportage filmé, réalisation d'un objet, d'une pièce.

Présentation de leur projet et du métier par les jeunes « reporters de l'artisanat » au sein du Collège.

Exposition et récompenses lors de la clôture de l'action à la CMA de la Savoie.

QUELS SONT LES OBJECTIFS ?

- Découvrir un métier artisanal choisi par le collégien.
- Favoriser une relation privilégiée entre les jeunes et des professionnels de l'artisanat.
- Apprendre aux collégiens à mener un projet seul ou en équipe.
- Développer les relations entre les collèves et les entreprises.
- Valider le projet professionnel d'un jeune.
- Promouvoir des métiers porteurs et la formation professionnelle.
- Valoriser les jeunes qui participent à cette action auprès de leurs camarades.

À QUI S'ADRESSE-T-ELLE ?

Élèves volontaires de 4^e et de 3^e de plus de 14 ans des Collèges partenaires.



Contact : Centre d'Aide à la Décision |
Tél. : 04 79 69 94 15 | cad@cma-savoie.fr

DEVENEZ ASSISTANT(E) DE DIRIGEANT(E) D'ENTREPRISE ARTISANALE!

Vous intervenez dans les tâches courantes de gestion de l'entreprise familiale ? Vous êtes conjoint(e), salarié(e), associé(e) ou autre public et vous souhaitez valoriser vos compétences pour développer votre entreprise.

Nous vous proposons de participer à notre prochain module A.D.E.A Gestion qui se déroulera à notre antenne d'Albertville dès le mois de septembre 2017.

Module intégré au parcours diplômant A.D.E.A (le baccalauréat de l'Artisanat), le programme proposé par nos intervenants vous permettra de maîtriser tous les outils et les connaissances en matière de Gestion d'Entreprise Artisanale.

Comprendre son fonctionnement, son environnement. Appliquer le droit du travail en lien avec votre statut. Maîtriser les principes de la comptabilité pour assurer les opérations courantes. Vous deviendrez un(e) véritable acteur(-rice) au sein votre entreprise.

À raison d'une journée par semaine, vous pourrez concilier vie d'entreprise et vie familiale.



Prenez rendez-vous avec notre référente **Christel Gustin** (Service Formation) afin de connaître en détail ce parcours de formation et les modalités d'inscription : 04 79 69 94 27 ou par mail à formation@cma-savoie.fr

DO YOU SPEAK ENGLISH ?

Fort de son succès en 2016, le service formation de la CMA de la Savoie renouvelle son partenariat avec la Cité des Langues de Chambéry, pour vous permettre d'acquérir ou de renforcer vos compétences en langues étrangères.



Anglais, Espagnol, Italien, Allemand... faites votre choix et passez en amont un test d'évaluation afin d'intégrer un groupe de niveau similaire. À raison d'une session d'1 h 30 par semaine, le rythme proposé vous permettra d'assimiler de nouvelles

compétences et de les mettre en pratique. Véritable atout pour développer votre structure, vous apprendrez et maîtriserez le vocabulaire lié à votre activité toujours selon votre niveau : débutant, intermédiaire, perfectionnement... Cette année encore, nous vous proposons un tarif attractif de 86 €* pour 30 heures de formations (sous réserve de vérification de votre statut d'artisan). Les inscriptions sont ouvertes jusqu'à la fin de l'été pour un démarrage dès septembre 2017. De même, nous proposons une session « Anglais spécial Taxis », qui se déroulera sur Chambéry et Moutiers, dans les mêmes conditions que les formations citées précédemment. D'octobre à novembre 2017 avant le début de la saison.



Le **Conseil de la Formation** finance les formations suivies par les chefs d'entreprise inscrits au Répertoire des Métiers et par leur conjoint collaborateur.

ARTISANS, PENSEZ À VOUS FORMER !



NOUVEAU

Déposez en quelques clics
votre demande de financement en ligne !

<http://cdf.crma-auvergnerrhonealpes.fr>



LUTTE CONTRE LA FRAUDE

À fond la caisse !

Plus que six mois pour réagir. Le 1^{er} janvier 2018, l'utilisation d'un logiciel de caisse certifié et sécurisé sera obligatoire pour les commerçants assujettis à la TVA.

17 milliards d'euros. C'est le montant estimé de la fraude à la TVA en 2015. Pour lutter plus spécifiquement contre la fraude liée à l'utilisation de logiciels permettant la dissimulation de recettes, la loi de finances pour 2016 instaure l'obligation, pour les commerçants concernés¹, d'enregistrer les paiements de leurs clients

au moyen d'un logiciel de comptabilité ou d'un système de caisse satisfaisant à des conditions d'inaltérabilité, de sécurisation, de conservation et d'archivage des données.

Les éditeurs de logiciels ont anticipé la réglementation. « Notre version 3.0 sera diffusée en juin après avoir été vérifiée auprès de clients modèles pilotes. Si pour le

client le fonctionnement ne change pas, la structure de fond a été complètement modifiée et a nécessité cinq mois de travail », explique Luc Ercole, P.-D.G. de l'éditeur de logiciels de caisse Crisalid. « Pour le client qui a un contrat de mise à jour cela n'occasionnera aucun frais ; celui qui n'en a pas devra payer sa mise à jour. » Ce qui reste peu au regard de l'amende de 7 500 euros, assortie de l'obligation de se mettre en conformité dans les 60 jours, qui sera infligée aux commerçants qui ne pourront pas présenter au 1^{er} janvier 2018 une attestation de conformité délivrée par l'éditeur ou un certificat délivré par un organisme accrédité. La DGFIP² confirme que la mise en application de cette mesure ne sera pas reportée.

1. Ceux qui utiliseront au 1^{er} janvier 2018 des systèmes de caisse, logiciels de comptabilité et de gestion.
2. Direction générale des Finances publiques



www.economie.gouv.fr/entreprises/commerçants-logiciel-caisse-certifie
Une foire aux questions précisant le dispositif sera publiée sur le site impots.gouv.fr en juin.

LES EXAMENS DES VTC CONFIÉS AUX CMA

Le décret et les arrêtés relatifs à l'examen pour les conducteurs de taxis et de véhicules de transport avec chauffeur (VTC) ont été publiés au *Journal officiel* le 7 avril. Comme prévu par la loi Grandguillaume, promulguée le 29 décembre 2016, **l'examen auquel est subordonnée la délivrance de la carte VTC est désormais organisé et contrôlé par les CMA**. Ce sont elles qui définissent dorénavant les modalités de réalisation, le contenu des examens et la formation continue des conducteurs de VTC, et réalisent les examens. Ceux-ci comprennent un tronc commun VTC/taxi de cinq épreuves – réglementation, gestion, sécurité routière, langues française et anglaise – et deux épreuves spécifiques à chaque profession. À noter que ces textes imposent l'apposition d'une nouvelle vignette, distinctive et infalsifiable, sur les véhicules des exploitants de VTC. Deux sessions de formation ont d'ores et déjà été organisées. Celle du 30 mai a réuni près de 3 000 participants, 2 000 taxis et 1 000 de profession VTC. La prochaine est fixée au 27 juin.



Inscrivez-vous via la plateforme dédiée : www.examentaxivtc.fr



CARTE PRO BTP

Gare aux arnaques

Déployée progressivement depuis le 22 mars, la carte professionnelle du BTP fait déjà face à des tentatives d'escroquerie. Soyez vigilants vis-à-vis des sollicitations douteuses.

Très attendue par les entreprises du bâtiment, la carte d'identification du BTP l'était aussi visiblement par certains escrocs... « Depuis son déploiement fin mars, cette carte professionnelle destinée à lutter contre le travail dissimulé a été sujette à des arnaques d'individus peu scrupuleux », alerte la Fédération française du bâtiment (FFB). D'après l'organisation professionnelle, certaines personnes se faisant passer pour Pro BTP tentent de vendre aux entreprises des cartes d'identification du BTP à des prix bien plus élevés que son prix réel. Pour rappel, une carte coûte 10,80 euros.

LES SYNDICATS VIGILANTS

« C'est une tentative d'escroquerie ! », avertit la FFB sur son site. La carte est un titre d'identité officiel, uniquement délivré par l'Union des caisses de France (UCF) au prix unitaire de 10,80 euros, quels que soient le nombre de cartes demandées et le type d'entreprise. » Le président de la Capeb, Patrick Liébus, a de son côté confié à nos confrères de *Batiactu* que la propagation de cette escroquerie ne le surprenait pas. « Les artisans sont piratés au quotidien, a-t-il souligné. Nous allons, quoi qu'il en soit, redoubler de vigilance » et « demander à la justice de traiter cette menace », a ajouté Patrick Liébus.



La carte professionnelle du BTP concerne tous les employeurs dont les salariés contribuent à effectuer ou organiser des travaux de bâtiment ou de travaux publics concernés par l'article R. 8291-1 du Code du travail.

UN SEUL ORGANISME AGRÉÉ : L'UCF

Pour rappel, le dispositif est entièrement géré par l'UCF via le site www.cartetbtp.fr. « Certaines entreprises peuvent cependant avoir besoin de conseils et d'un accompagnement pour créer un compte sur ce site et fournir les informations sur leurs salariés » et « il est possible de déléguer cette gestion à un tiers », rappelle la FFB. Gare toutefois aux rémunérations abusives... Mise en circulation dès le 22 mars en Occitanie et Nouvelle-Aquitaine, la carte d'identification professionnelle du BTP devrait être déployée sur tout le territoire d'ici au 1^{er} août 2017. Pour l'heure, « nous avons déclenché une veille pour détecter ces manœuvres frauduleuses », informe Pro BTP dans un communiqué de presse.



RÉSULTATS IMMINENTS !

Plus que quelques jours avant que ne soit dévoilé le palmarès du Prix du maître d'apprentissage 2017 ! C'est le 27 juin que les cinq lauréats nationaux, parmi les 51 artisans régionaux pressentis pour le titre, se verront remettre cette distinction. Organisé pour la troisième année consécutive par l'APCMA et Garance, le prix sera décerné à des hommes et des femmes passionnés, convaincus du rôle crucial qu'ils ont à jouer auprès des jeunes qu'ils forment. 252 artisans, issus de métropole et d'outre-mer, ont répondu cette année à l'appel à candidatures. Ne manquez pas cette soirée d'exception en la suivant en direct sur les réseaux sociaux des organisateurs ou sur le site dédié.

www.maitreapprentissage-artisanat.fr



L'ÉMISSION QUI SOUTIENT LES ARTISANS

Ils sont ébéniste, potier, verrier, luthier ou confiseur... et ont un trait commun : ils recherchent activement quelqu'un pour travailler à leurs côtés. Si certains sont à la recherche d'un « poulain » pour les épauler, d'autres sont en quête d'un véritable collaborateur, voire d'un successeur pour reprendre le flambeau. Si la logique de « **Qui prendra la suite ?** » rappelle celle de « L'Amour est dans le pré », son objectif reste beaucoup plus sérieux. L'émission s'adresse à des personnes à la recherche d'un emploi : chômeurs, adultes en reconversion, jeunes en quête d'une meilleure orientation... Les téléspectateurs retrouveront ces artisans à la rentrée prochaine en première partie de soirée sur France 3, sous forme de saga. L'émission sera présentée par Églantine Emeyé (ci-contre) et est d'ores et déjà largement soutenue par l'APCMA, qui est intervenue en tant que conseil sur le programme, et le réseau des CMA.

Retrouvez la présentation des participants sur la page Facebook de l'émission : @qplfrance3



© DELPHINE GHOSSEMAN / FTV

DANS L'ENTREPRISE COMME DANS LA VIE IL VAUT MIEUX PRÉVENIR QUE GUÉRIR



Manipulation de produits chimiques et/ou toxiques, risques de chutes, mauvaises postures, utilisation de produits allergènes, risques de lombalgies et autres troubles musculo squelettiques... les dangers sont souvent invisibles pour les professionnels « habitués » à y être exposés.

Vous et vos salariés êtes régulièrement confrontés à ces risques, ces dangers, que vous n'avez pas toujours identifiés mais qui peuvent mettre en péril votre santé et la leur.

Pour poursuivre votre activité dans les meilleures conditions possibles, il est important d'identifier, d'évaluer ces risques et de connaître les gestes simples de protection.

En effet, accidents et maladies professionnels sont lourds de conséquences pour l'employeur, les salariés et l'activité de l'entreprise.

La maladie ou l'accident d'un salarié ou du chef d'entreprise entraîne fréquemment une absence. Or, qui dit absence dit temps perdu en « paperasse » administrative, en recherche du candidat susceptible de remplacer la personne

absente souvent difficile à remplacer. C'est aussi le risque de désorganisation et d'augmentation des délais de production ou de livraison, de détérioration du matériel ou la nécessité de le réparer...

Pour prévenir et éviter ces désagréments, votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat vous accompagne :

Au cours de l'année à venir, nous proposerons des :

- réunions collectives décentralisées d'informations sur ces problématiques et leurs solutions.
- Ateliers de mise en place du document unique propre à chaque entreprise.

■ Formations (gestes et postures, gestion du stress...).

■ Accompagnements individuels par des professionnels de prévention des risques (kinésithérapeutes/ergonomes...).

■ Soutien dans la recherche d'aides à l'acquisition de matériels plus sûrs, notamment pour les professionnels de la coiffure et de l'alimentation.

Cette mobilisation de la CMA est rendue possible grâce au soutien de la DIRECCTE Auvergne Rhône-Alpes et du Fonds Social Européen (FSE), en lien avec les partenaires naturels de la CMA sur les territoires savoyards.



Vous êtes concernés, vous souhaitez des informations complémentaires, poser des questions, manifester votre intérêt ? Dès maintenant, prenez contact avec le Service Développement Économique et Études | Tél. : 04 79 69 94 20 | Mail : sde@cma-savoie.fr

12

⚠ Vous rencontrez des difficultés ? La CCSF peut vous aider !

Quelle que soit sa taille ou son secteur d'activité, l'entreprise qui rencontre des difficultés et se trouve dans l'incapacité de régler une de ses échéances fiscales et sociales, peut avoir besoin de délais de paiement.

Son dirigeant peut s'adresser à la **Commission des Chefs de Services Financiers et des représentants des organismes de sécurité sociale de la Savoie (CCSF)**.

Cette commission réunit les principaux créanciers fiscaux et sociaux des entreprises. Elle peut consentir, sur justificatifs, des facilités de règlement aux entreprises qui rencontrent des difficultés momentanées pour le paiement de leurs charges fiscales et sociales.

Si vous n'avez pas pu régler une échéance fiscale ou sociale et que vous avez besoin de délais de paiement, vous pouvez saisir la commission des chefs des services financiers (CCSF).

La CCSF est un guichet unique auprès duquel votre entreprise peut solliciter, en toute confidentialité, des délais de paiements pour ses dettes fiscales (TVA, impôt sur les sociétés, contribution économique territoriale...), sociales (part patronale des cotisations sociales, RSI...) et douanières.

L'octroi d'un plan CCSF et le respect de l'échéancier entraînent la suspension des poursuites. À l'issue du plan, les créanciers publics pourront vous accorder, sous conditions, une remise partielle des accessoires : majorations, pénalités, frais de poursuite...

Pour être éligible au dispositif, votre entreprise doit être à jour dans le dépôt de ses déclarations, et dans le paiement de la part salariale de ses cotisations de sécurité sociale.

Toute entreprise bénéficiant de délais de paiement doit respecter les conditions du plan accordé par la CCSF (reprise du paiement de ses obligations fiscales et sociales courantes notamment) sous peine de dénonciation de cet échéancier.

Un dossier simple à constituer à remettre au secrétaire permanent de la CCSF qui peut vous recevoir si vous le souhaitez.

Il comporte trois pages à remplir et les pièces suivantes à joindre :

- attestation justifiant de vos difficultés financières ;
- attestation sur l'honneur justifiant le paiement de la part salariale des cotisations de sécurité sociale ;
- état actuel de la trésorerie ;
- prévisionnel de chiffre d'affaires hors taxes et de trésorerie ;
- dernier bilan clos et le montant du chiffre d'affaires hors taxes réalisé depuis le 1^{er} janvier de l'année en cours.



Le secrétariat permanent de la CCSF se trouve à la Direction Départementale des Finances Publiques
5 rue Girard Madoux - BP 1145 - 73 011 CHAMBÉRY CEDEX | Tél. : 04 79 71 87 92 | ddfip73.pgp.actioneconomie@dgfip.finances.gouv.fr
Contact : Anne de Robert de Lafregeyre | Tél. : 04 79 69 94 16 | Mail : a.de-robert.de-lafregeyre@cma-savoie.fr

Les inscriptions au concours *Artinov 2017* sont ouvertes jusqu'au 21 septembre

Cette année, la CMA de Savoie organise une nouvelle édition du concours Artinov. Il a pour objectif de promouvoir l'innovation dans les entreprises artisanales, quel que soit leur secteur d'activité (alimentation, production, bâtiment, services ou encore métiers d'art...). Il permet de primer quatre entreprises artisanales dont les capacités d'innovation et de développement auront été les plus remarquables.

Objectifs

- Mettre en avant votre capacité à innover dans votre métier.
- Être reconnu par vos clients et vos partenaires.
- Promouvoir votre entreprise sur leur territoire.

Catégories

- Technologie et Haute Technologie.
- Métier/Services.
- Procédé de production/Process.
- Produit.

Conditions de participation

- Être immatriculé au Répertoire des Métiers de la Savoie.

- Avoir une innovation mise sur le marché ou en phase de mise sur le marché.
- Être à jour de ses cotisations sociales et fiscales.

Atouts d'Artinov

Les quatre entreprises lauréates sont dotées d'un chèque d'encouragement de 1 500 € ainsi que d'autres avantages. Un film de présentation de leur entreprise leur est remis libre de droit. Toutes les entreprises participantes bénéficient de l'accompagnement de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat ainsi que des retombées médiatiques du concours tant au niveau départemental, régional que national.

Pour toute participation, merci de contacter :

Le Service développement économique et études de la CMA Savoie |
Tél. : 04 79 69 94 20 | Courriel : sdee@cma-savoie.fr |

Accompagnement possible pour la rédaction des dossiers par la conseillère en innovation.
Les inscriptions sont ouvertes jusqu'au 21 septembre 2017.

LES LAURÉATS ARTINOV 2016

Innovation Métier. ASTRYM. *Sylvain Tremouilhac*. Solutions de mesures en continu de vibrations sur chaînes cinématiques des remontées mécaniques afin de connaître l'état d'usure et prévenir les défaillances.

Innovation Produit. NORDEEX. *Ludovic Puget*. Gamme de ski roue permettant de recréer les mouvements du ski de fond alternatif ou skating.

Innovation Procédé de production. SERAC Composite. *Jean-Rémy Bouvier*. Création de personnages simulant des écoliers traversant des passages piétons, accompagnés de totems en forme de grands crayons.

Innovation Technologie. SOFTICA. *Yannick Bocquet*. Création d'une interface adhésive et amovible sur une vitre de porte, éclairée par des LEDs intégrées dans les profilés aluminium d'une porte automatique.

13

Concours soutenu par le Crédit Agricole des Savoie.



Pour mieux comprendre l'innovation, son écosystème sur les départements de la Savoie et de la Haute-Savoie, un QUI fait QUOI acteurs et outils, rendez-vous sur notre site Web innovation : www.innover-en-pays-de-savoie.fr

PRÊT CROISSANCE TPE-PME : UNE OFFRE DE FINANCEMENT POUR ACCOMPAGNER LES ENTREPRISES D'Auvergne RHÔNE-ALPES DANS LEURS PROJETS DE DÉVELOPPEMENT

D'un montant de 10 000 à 300 000 euros, le prêt croissance TPE-PME permet aux entreprises de plus de 3 ans implantées en Auvergne Rhône-Alpes de financer les investissements liés à leurs projets de développement.

L'objectif pour la région Auvergne Rhône-Alpes et Bpifrance est de permettre aux entreprises régionales d'accélérer leur croissance.

Ce prêt peut financer :

des investissements immatériels (coûts de mise aux normes, dépenses liées au respect de l'environnement, sécurité, formation des équipes de production, coûts de déménagement... recrutement et formation de l'équipe commerciale, frais de prospection, dépenses de publicité...);

des investissements corporels ayant une faible valeur de gage : tra-

vau d'aménagement, matériel conçu/réalisé par l'entreprise pour ses besoins propres, moules, matériel informatique ;

l'augmentation du Besoin en Fonds de Roulement générée par le projet de développement.

Le remboursement est prévu sur une période de 5 à 7 ans. Et ce prêt est obligatoirement assorti d'un partenariat financier (financement bancaire, apports en fonds propres, financement participatif ou *crowdfunding*...).

Une plateforme dédiée

<http://pretcroissance.auvergnerhonealpes.fr/>

APPLICATION MOBILE

« Veille ISM », tout l'artisanat au quotidien

Le 1^{er} juin dernier, l'Institut Supérieur des Métiers (ISM) a lancé son application gratuite pour smartphones et tablettes. Elle permet de suivre au jour le jour l'actualité des entreprises de proximité autour de vingt grands thèmes et secteurs d'activité.

L'application « Veille ISM », lancée il y a quelques semaines seulement par l'ISM, offre au quotidien une vision élargie et pertinente de l'actualité de l'artisanat et de ses enjeux. Elle relaie les actions et outils mis en place au niveau d'un territoire ou d'un secteur d'activité, les initiatives des politiques publiques nationales et territoriales ou les évolutions des filières et marchés pour l'artisanat et le commerce de proximité.

UNE VEILLE PERSONNALISÉE

Selon vos besoins ou vos centres d'intérêt, l'application permet de recevoir uniquement les informations correspondant aux thèmes ou secteurs que vous au-

rez définis, que ce soit au niveau national ou pour une région précise. Innovation, emploi, formation, apprentissage, développement durable, tendances de consommation, technologies numériques... sont autant de thématiques développées sur l'application. À moins que vous ne préfériez vous intéresser aux évolutions des principales filières de l'artisanat ? Cela tombe bien : elles sont représentées de manière très exhaustive ! Cette application a été créée pour répondre en priorité aux besoins des dirigeants des entreprises de proximité et de leurs salariés, ainsi que des élus ou agents des administrations et réseaux d'accompagnement (Directe, chambres de métiers et de l'artisanat, organisations professionnelles...). À découvrir sans plus attendre !

i L'application mobile « Veille ISM » est disponible gratuitement sur l'App store et Google Play.

LA FFB LANCE SA « CAISSE À OUTILS »



Pour aider les artisans du bâtiment à réaliser leur transition énergétique, la Fédération française du bâtiment (FFB) a mis en ligne sur son site un module d'accompagnement.

Cette « caisse à outils » divisée en trois sections (rénovation, construction neuve et démarche environnementale) rassemble des éléments essentiels pour répondre aux exigences énergétiques et environnementales. Objectif : accroître sa connaissance dans ces domaines et gagner de nouveaux marchés. Les artisans du bâtiment pourront retrouver sur cette page des informations pratiques sur les aides financières, les outils pratiques sur le RGE, le recyclage des déchets, la qualité de l'air, les matériaux biosourcés, le management environnemental...

i www.ffbatiment.fr



COLLECTE DES DÉCHETS UNE AIDE POUR LES ARTISANS FRANCILIENS

La Région Île-de-France a inauguré récemment un dispositif de soutien aux équipements de collecte des déchets des artisans. Cette démarche vise deux objectifs : développer de nouveaux points de collecte pour les déchets des artisans et des professionnels en Île-de-France et adapter les équipements existants. L'aide s'adresse aux TPE, PME et PMI, ainsi qu'à leurs représentants. Le taux d'aide maximal est de 30 % des dépenses éligibles, avec une aide régionale plafonnée à 300 000 euros.

i www.iledefrance.fr

GÉOMÉTIERS

Dans le Tarn-et-Garonne, qui cherche trouve !

Obtenir une cartographie détaillée de l'artisanat tarn-et-garonnais ? Simple comme un clic grâce à la plateforme www.geometiers.fr développée par la Chambre de métiers et de l'artisanat du Tarn-et-Garonne (CMA82).



Entièrement conçue en interne par la CMA82, la plateforme Géométiers est un outil qui rassemble des statistiques détaillées, des données multicritères par métiers et secteurs d'activité ainsi qu'une géolocalisation des savoir-faire. Vous pourrez y découvrir les quelque 6 300 entreprises artisanales qui maillent le département et obtenir un panorama de l'artisanat en temps réel, puisque l'outil se met à jour au gré des modifications du répertoire des métiers de la chambre. Utile à la fois dans le cadre d'une étude de marché, pour

déceler une éventuelle surimplantation ou, au contraire, une opportunité, il permet aussi aux collectivités de dresser une photo de l'artisanat et des savoir-faire sur leurs territoires.

Unique en France, cette interface, fruit d'un travail de longue haleine fourni par les services de la CMA82, est amenée à évoluer constamment. Prochaine nouveauté à découvrir : des vidéos de gestes et de savoir-faire techniques qui viendront agrémenter les fiches des entreprises...


 www.geometiers.fr

PLUS DE PROXIMITÉ DANS LES PAYS DE LA LOIRE

La Chambre de métiers et de l'artisanat de région (CMAR) des Pays de la Loire a récemment lancé un appel à projets en partenariat avec la Chambre régionale d'agriculture, la CCI de région et la Chambre régionale de l'Économie sociale et solidaire, le tout avec le soutien de la Région Pays de la Loire. Cet appel à projets concerne l'économie de proximité. Il vise à « créer, sauvegarder et développer l'offre commerciale et de services de proximité en s'appuyant sur des projets collectifs qui intègrent les nouvelles pratiques de consommation et favorisent l'économie locale ».

L'appel à projets s'adresse aux collectivités locales et chambres consulaires, aux entreprises relevant de l'artisanat, du commerce et de l'agriculture et des structures de l'économie sociale et solidaire.

Date limite de dépôt des dossiers : 21 juillet 2017.

 Contactez la CMAR des Pays de la Loire au 02 51 13 83 00

15

UN TUTO POUR ÉTABLIR SON REGISTRE PUBLIC D'ACCESSIBILITÉ

Comment établir son registre public d'accessibilité ? Suite au décret du 28 mars 2017 relatif au registre public d'accessibilité et à l'arrêté du 19 avril 2017 fixant le contenu et les modalités de diffusion de ce registre, tous les établissements recevant du public (ERP) doivent dresser ce registre avant le 28 septembre prochain. L'objectif est d'informer le public du niveau d'accessibilité des lieux. Ce document peut se présenter sous la forme d'un classeur ou d'un porte-documents, mis à la disposition de la personne qui demande à le consulter. Pour établir le registre public d'accessibilité, le Centre national d'innovation silver économie, autonomie et métiers (Cnisam) propose un modèle gratuit et facile à compléter. Il est disponible en ligne sur son site.

 www.cnisam.fr





La Cité du Goût et des Saveurs vous présente ses formations techniques de septembre



© PHOTOS JÉRÔME LANGILLIER

PÂTISSERIE : PRÉPARER LES FÊTES

16

Objectifs

Anticiper la période des fêtes de fin d'années | Développer une gamme de bûches originales et festives | Mettre en place de nouvelles recettes pour des entremets festifs.

Programme

Montage minute, rapide et précis | Mise en valeur des produits et fruits de saison | Choix et accord des parfums | Contrastes textures/couleurs | Finitions et conditionnements spécifiques | Travail sur le coût de revient.

Date : 11 & 12 septembre 2017 - 2 journées | Prix de la formation : 800 € (Prise en charge possible) | Formateur : Jérôme Langillier, Champion du monde de pâtisserie 2009, Maître Artisan

LES PRODUITS EN « BOKOS »

Objectifs

Mettre en place et préparer des produits spécifiques pour la vente en contenant en verre | Portionner, façonner et conditionner sa production en travaillant ses coûts de revient | Contrôler et maîtriser la traçabilité de sa production.

Programme

(10 à 12 recettes sur la carte du chef) | Entremets et entrées froides | Entrées chaudes | Poissons cuisinés | Viandes et volailles | Légumes et garniture.

Date : lundi 18 septembre 2017 - 1 journée | Prix de la formation : 400 € (Prise en charge possible) | Formateur : Vincent Perre, Authentique Gastronomie

AGENCEMENT DE VITRINE (MÉTIER DE BOUCHE)

Objectifs

Optimiser et valoriser l'organisation globale du point de vente | Proposer une offre de produits logique et attractive pour les clients | Développer l'acte d'achat en garantissant l'identité visuelle de l'enseigne | Proposer un plan de merchandising en adéquation avec la saison/l'actualité du moment.

Programme

Défini en fonction du profil des stagiaires.

Date : lundi 25 septembre 2017 - 1 journée | Prix de la formation : 26 € TNS et 210 € Autres publics (prise en charge possible) | Formatrice : Catherine Boceno, formatrice techniques de vente en magasin et merchandising



Trois autres formations sont prévues en octobre :

Boulangerie, snacking et restauration (élaboration d'une carte pour les fêtes) avec des formateurs haut de gamme.



Contact : Cité du Goût et des Saveurs | Tél. : 04 79 69 94 33 | Leslie fort | l.fort@cma-savoie.fr | Margaux Avogadro | m.avogadro@cma-savoie.fr

STIA

Toutes les cartes en main

POUR TROUVER SA PLACE, STIA A CHOISI DE CONJUGUER : SAVOIR-FAIRE, GOUVERNANCE ET STRATÉGIES SE DÉCLINENT AU PLURIEL DANS CETTE ENTREPRISE DE SERVICES AUX INDUSTRIELS DE SAINTE-LUCE-SUR-LOIRE (44) CRÉÉE EN 2012. UNE DYNAMIQUE QUI A PERMIS À LA JEUNE STRUCTURE DE RÉALISER UNE CROISSANCE EXPONENTIELLE DANS UNE BRANCHE POURTANT RÉPUTÉE HYPERCONCURRENTIELLE.

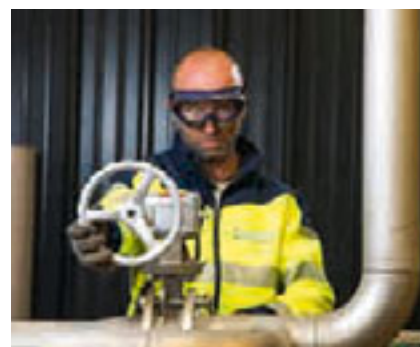
MÉLANIE KOCHERT



François Griveau et William Wafo, deux associés qui ont misé sur la différenciation.



Un site Internet bien étoffé, synonyme de sérieux et de confiance pour la clientèle.



Chez STIA, chacun des trente équipiers s'implique pleinement, avec passion.

UNE ENTREPRISE, TROIS MÉTIERS

Dès sa création, STIA s'est développée autour de trois pôles de compétences. En proposant tout à la fois des solutions de maintenance mécanique, de transfert industriel (démontage-déménagement d'outils de production) et d'installation de réseaux de tuyauterie complexes, l'entreprise a affiché sa volonté « *de devenir un véritable ensemblier industriel* », comme l'explique le gérant William Wafo. Un moyen « *d'accompagner nos clients à chaque étape : expertise, méthode, ingénierie, réalisation technique, dans l'optimisation de leur outil de production.* » Mais aussi de se différencier de la concurrence. Un choix stratégique : « *Dans un monde industriel qui se resserre un peu plus chaque année, il faut trouver des actes de grande différenciation* ».

IMAGE ET MÉTHODE

Désireuse d'apporter à son métier d'industriel pour les industriels une dimension « *plus moderne et structurée que la culture "métallo" traditionnelle* », STIA a consciencieusement travaillé son image. Camions et uniformes déclinant la charte graphique de l'entreprise, site Internet dense, applications numériques de suivi des chantiers... Ces soins dévolus aux détails et à l'information, le gérant le constate, confortent le sérieux de l'entreprise et la confiance de ses clients, tels LU, Air Liquide, Charal ou Beghin-Say. « *Nous avons bouclé le dernier exercice avec 3 M€ de chiffre d'affaires et une croissance de 13 %.* »



www.stia-france.fr

GOUVERNANCE PARTAGÉE

L'entreprise s'appuie aussi, et surtout, sur la valorisation de ses hommes. William Wafo assume pleinement le choix de la gouvernance partagée, mis en place dès 2014, « *pour en finir avec le clivage destructeur du patron qui exploite et de l'ouvrier qui souffre. Sans les compétences de chacun, rien n'est possible. L'implication, le sérieux et l'amour qu'on a pour le métier qu'on fait ne dépendent pas de l'échelon hiérarchique.* » Si, chez STIA, tout le monde se tutoie, ce n'est pas par laxisme ou manque de respect. « *Cet équilibre des rapports de force entérine notre confiance mutuelle et notre envie d'avancer ensemble. Comme au rugby, nous sommes tous des équipiers.* » La recette semble fonctionner : en cinq ans, la société a déjà fidélisé trente salariés.

17



LES CONSEILS DE WILLIAM WAFU

- ! **Capitalisez autant que possible sur une polyvalence des compétences**, qui élargira votre assise et les réponses susceptibles d'intéresser vos clients.
- ! **Rien de tel que le travail d'équipe** : n'hésitez pas à identifier des hommes clés dans l'entreprise et cherchez à définir ensemble les objectifs à atteindre pour avancer.
- ! **Ignorez les discours défaitistes sur la récession économique** : créez des dynamiques, initiez, innovez !

SE NUMÉRISER POUR MIEUX GÉRER

Une précieuse mobilité

DES VIES À STRASBOURG, PARIS, BIARRITZ..., CHARLOTTE LECLAIR EN A VÉCUES. AVANT DE RETROUVER SES MARQUES AU CŒUR DE SA SAVOIE D'ORIGINE. ET D'Y FAIRE NAÎTRE LA SIENNE : CHARLY & GABY. AU QUOTIDIEN, LA CRÉATRICE PROFITE DE TOUS LES OUTILS NUMÉRIQUES CAPABLES D'OPTIMISER SA GESTION D'ENTREPRISE, TOUT EN RESTANT NOMADE. MÉLANIE KOCHERT

Combi, tunique, coupe drapée, franges, pompons, imprimés tropicaux... Dans son atelier d'Aix-les-Bains (73), Charlotte Leclair fabrique du « look ». Toujours inspirée, renouvelant constamment ses créations, la jeune femme de 32 ans colore garde-robes et intérieurs de pièces vintage, bohèmes, toujours uniques.

UN SUIVI EN LIGNE

Suivie par l'organisme CitésLab, qui l'a aidée à monter sa structure, Charlotte Leclair a accédé en 2015 et 2016 au programme de formation Atouts numériques (voir encadré). « J'ai pu mettre en place un blog et un site marchand, mais aussi opter pour un gestionnaire de caisse en ligne, Hiboutique, qui m'a changé la vie. Je peux y intégrer tous mes stocks, avoir un suivi, des statistiques, générer un fichier clients, suivre la consommation de chacun, les tendances de vente. » Le côté pratique a achevé de convaincre l'entrepreneuse : cette caisse est accessible aussi bien depuis une tablette, un ordinateur ou un téléphone portable. « J'aime cette souplesse et le côté intuitif de l'application. » Agréé par l'État, son logiciel de caisse a l'avantage de répondre aux nouvelles normes réglementaires*.

ICI ET AILLEURS

Charly & Gaby, c'est désormais une boutique éphémère ouverte un week-end par mois et sur rendez-vous. « Le reste du temps, je me concentre dans mon atelier sur mon travail de création. » Hyperproductive, la jeune femme présente de nouvelles collections mensuellement. « Les réseaux sociaux et mon site marchand me permettent d'informer mes clientes de toutes les nouveautés à découvrir. Avec le



Grâce à un gestionnaire de caisse en ligne, Charlotte Leclair peut consacrer beaucoup de temps à la création de ses collections, dans son atelier.

blog que je développe, je suis également mieux référencée sur Google et mes produits sont avantageusement mis en valeur grâce à de belles photos. »

Ayant réussi à se créer, en quelques années à peine, une clientèle fidèle, curieuse de découvrir régulièrement de nouvelles pièces made in Charly & Gaby, Charlotte Leclair croit en ce bel avenir qu'elle tisse, coud, et agence, pièce après pièce, mois après mois. « J'ai atteint l'équilibre économique tout en restant dans une fabrication manuelle et unitaire. Je ne suis pas coincée dans un magasin, je suis mobile et disponible pour me nourrir d'inspirations, tout en gérant mon entreprise, où que je me trouve. » Une activité nomade, résolument dans l'air du temps.

* Au 1^{er} janvier 2018, l'utilisation d'un logiciel de caisse certifié et sécurisé sera obligatoire pour les commerçants assujettis à la TVA.

i | charlyetgaby.com

ATOUS NUMÉRIQUES

Initié en Rhône-Alpes, le programme d'accompagnement « Atouts numériques » propose aux TPE d'améliorer la performance de leurs activités grâce aux outils connectés : créer un site, améliorer la visibilité, la gestion de son entreprise, vendre en ligne, gérer sa e-réputation... Grâce à l'appui du réseau des CMA et des CCI, du conseil régional et des fonds Feder, plusieurs centaines de TPE de la région ont déjà bénéficié de cet accompagnement.

i | ene.fr/accompagner/atouts-numeriques.html

S'IMPLANTER EN PÉRIPHÉRIE

Déménager pour se développer

DES LOCAUX DEVENUS INAPPROPRIÉS ONT POUSSÉ LA RÉPUTÉE CHARCUTERIE LAURENT BERNIER À QUITTER LE CENTRE BOURG. QUELQUES MÈTRES PLUS LOIN, LE PROPRIÉTAIRE A CONSTRUIT UN BÂTIMENT OPTIMISÉ AU-DELÀ DES NORMES.

ISABELLE FLAYEUX

Laurent Bernier a fêté l'année dernière ses vingt ans à la tête de la charcuterie de Chauvé (44). Créée en 1930 au centre bourg, l'entreprise a déménagé en 2014 sur une zone artisanale. « Travailler dans les anciens locaux devenait compliqué, malgré des travaux tous les quatre ans, explique l'artisan. Les 750 m² au sol offraient une surface de vente de 17 m² et bon nombre d'escaliers. Le chargement des camions pour les marchés posait également problème. Les trottoirs étroits et le manque de places de stationnement rendaient périlleux l'accès aux personnes handicapées. La mise aux normes aurait été trop coûteuse. »



© DOMINIQUE MASSON

malgré tout positionné sur l'acquisition de trois parcelles. » Soutenu par la municipalité, le projet voit le jour après un montage financier auprès de deux banques, une phase compliquée. « J'ai investi 2,20 M€ et obtenu une seule aide, de 7 000 €. »

30 % DE CA EN PLUS

Installée à 600 mètres de l'ancienne enseigne, l'entreprise dispose de 35 places de stationnement et de 1 200 m² de plain-pied, dont 70 m² de surface de vente. « J'ai optimisé l'ensemble pour gagner en qualité d'accueil et en confort de travail. J'ai aussi pris de l'avance sur les réglementations. » Depuis 2014, le nombre de salariés est passé de 15 à 18 et le chiffre d'affaires du magasin a augmenté de 30 %. Une nouvelle clientèle fréquente la charcuterie aux 135 récompenses et constamment à l'affût d'une innovation.

2,20 M€ D'INVESTISSEMENT

Décidé à déménager sans quitter la commune, Laurent Bernier s'intéresse à la zone artisanale en création à l'entrée de Chauvé. « Le programme ne prévoyait pas l'installation d'artisans en alimentaire. Je me suis



www.charcuterie-laurent-bernier.fr | Facebook : @charcuterie.bernier.laurent



Depuis son déménagement sur la zone artisanale (ci-dessus), Laurent Bernier (en haut) a vu son chiffre d'affaires grimper de 30 %.

© CHARCUTERIE LAURENT BERNIER

DES AVANTAGES, PEU D'INCONVÉNIENTS

L'avis de Stéphane Pionnier, directeur du développement économique de la CRMA* Île-de-France

« Au niveau économique et développement, il peut être intéressant d'emménager en périphérie. L'artisan subit moins de contraintes urbanistiques et réglementaires, profite de parking à proximité et parfois d'une clientèle de passage. Pour une surface adaptée et des équipements identiques, une opération de construction neuve s'avère moins onéreuse et plus rationnelle à réaliser que des travaux d'aménagement de locaux anciens. Autant d'arguments qui pèsent favorablement sur la décision d'un banquier dans le cas d'une demande de prêt. À l'inverse, l'artisan peut perdre en visibilité en s'éloignant du centre-ville. »

* Chambre régionale de métiers et de l'artisanat



La persévérance de Julien Fizet (à gauche) et de son équipe lui a permis de doubler son CA entre 2014 et 2015 (550 000 €).

© CLEMENT PERROT

ATELIER CRÉATION JF - JULIEN FIZET

20

Le bonheur est dans l'évier



Julien Fizet est lauréat 2016 du Prix Stars & Métiers, catégorie stratégie globale d'innovation*.

Il a su

- Apporter de la nouveauté dans un milieu qui en avait besoin.
- Être réactif aux attentes des clients.
- Convaincre dans un domaine frileux face aux innovations.
- Tirer pleinement profit du web pour développer son entreprise.
- Diversifier son offre en innovant constamment.

PEUT-ON BRILLER DANS UN DOMAINE PEU GLAMOUR ? OUI, À EN CROIRE L'EXPÉRIENCE DE JULIEN FIZET. À L'ORIGINE DE SYSTÈMES INNOVANTS DE WC LAVE-MAINS, CET INGÉNIEUR DE FORMATION S'EST IMPOSÉ GRÂCE AU GÉNIE DE SES PRODUITS ET À UNE STRATÉGIE DIGITALE MAÎTRISÉE.

SAMIRA HAMICHE

L'histoire de WiCi Concept débute en 2007. Pourtant mordu de belle mécanique, Julien Fizet vient de claquer la porte de l'industrie automobile, déçu par son ultra-segmentation et ses contraintes de coûts et de délais. Il intègre l'incubateur d'entreprises innovantes de Franche-Comté et reprend un projet d'étudiant mené trois ans auparavant, consistant à reconcevoir un objet du quotidien. L'ingénieur choisit les WC. « Je suis parti d'une réflexion centrale. Tout a changé en 50 ans : les chaises, les télévisions, les moquettes, les frigos... Absolument tous les objets ont évolué, sauf les toilettes ! » Du moins, tempère-t-il, « si évolution il y a, elle n'est pas visible aux yeux du public ». Modalités de fabrication, aspect, ergonomie : pour rattraper le retard, l'ingénieur

se lance dans la conception de toilettes universalisées (pour personnes valides et à mobilité réduite). Un projet onéreux, qu'il abandonne faute de recevabilité auprès des prescripteurs. « Dans le bâtiment, on n'est pas friand de nouveautés. Le marché est assez réfractaire », déplore-t-il.

INNOVATION SUR INNOVATION

Malgré ce coup de frein, Julien ne se résigne pas. En 2008, à Allenjoie (25), il crée un bureau d'études : Atelier Création JF. Un an plus tard, il met au point WiCi Concept®, un modèle de lave-mains adaptable à tous WC. Hygiénique, économe et astucieux, le produit conquiert par lui-même. L'émission E=M6 lui donnera « un petit coup de boost ». Ainsi qu'un facteur inattendu... Hasard du calendrier : au même moment,



© F. MARECHAL - STARS & METIERS



Hygiène, accessibilité, gain de place : les WC combinés lave-mains présentent des atouts de taille.

© F. MARECHAL - STARS & METIERS

une grande enseigne de bricolage sort un produit proche du WiCi Concept®. « *Avoir très tôt un concurrent de cette envergure nous a aidés, car il a fait connaître le concept de WC lave-mains au grand public* », analyse le dirigeant avec le recul.

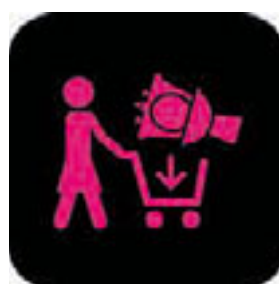
Les innovations se succèdent. En 2011, l'Atelier Création JF s'intéresse à l'entrée de gamme et crée WiCi Mini®, une vasque à petit prix et facile à poser, même pour un bricoleur débutant. En 2012, débarque WiCi Bati®, le premier WC suspendu à lave-mains intégré et personnalisable (1 million de combinaisons possibles). « *Là, c'est le marché qui nous a poussés. Il réclamait des WC suspendus et des produits ajustables* », rappelle Julien. Geberit, marque de bâti-supports haut de gamme, accorde sa confiance à l'entreprise artisanale et lui assure une « *caution morale* ». Le concept est décliné plus tard en petit format (WiCi Next®).

Loin de la frustration de l'automobile, l'entreprise permet à Julien Fizet de s'épanouir en développant des produits intelligents... Ce qu'il résume avec humour : « *Plutôt que de faire "de la merde" dans un domaine qui me plaisait, j'ai préféré faire des choses qui me plaisaient, dans "un domaine de merde"* ». À ce jour, l'entreprise investit d'ailleurs 15 % de son chiffre d'affaires dans la R&D.

D'autres innovations sont en cours de développement, telles que des toilettes connectées avec une trentaine de fonctionnalités (éclairage automatique, diffusion de musique, reconnaissance de l'utilisateur, mesure de la consommation d'eau...). Le tout 100 % made in France !



WiCi Concept, c'est aussi une communication décalée ! Ici, une parodie des campagnes de communication « Adopte un mec » ou de Nike (« Just do it »)



www.wici-concept.com

LA TOILE AU CENTRE

Sans notoriété, comment vendre ? Julien Fizet a misé sur un canal : Internet. « *Au départ par manque de moyens, puis par nécessité*. » La plateforme d'e-commerce s'est très vite développée « *grâce à un gros effort en référencement naturel* » : contenu, ergonomie du site, dépôt de 92 noms de domaines... L'ingénieur a pris le temps de bien se positionner sur les moteurs de recherche.

Le web « *donne des idées et permet aux clients de se projeter* », sans la gêne qu'ils pourraient éprouver en magasin face au tabou des toilettes. « *Un site compense l'absence de showroom : les galeries photos rassurent* », rappelle Julien, qui mise sur une stratégie participative. Les clients sont invités à noter les produits et à poster des photos de leurs WC, créant un lien proche du bouche-à-oreille. Autre atout du web : la visibilité à l'international. En 2016, l'atelier a exporté dans 25 pays !

* Dossier présenté par la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de Bourgogne-Franche-Comté et la Banque Populaire Bourgogne Franche-Comté.

ACTEUR DE PROXIMITÉ

À ce jour, l'Atelier Création JF est « *mûr pour travailler en plus grande quantité* ». Attaché au conseil et à la relation client, Julien Fizet souhaite « *garder la notion d'artisanat au cœur de l'entreprise* » et tisser un réseau de distributeurs et d'installateurs de proximité. À bon entendeur !

Investir grâce au financement participatif

LE RECOURS AU CROWDFUNDING POUR FINANCER UN PROJET SE DÉMOCRATISE. EN PHASE DE LANCÉMENT OU DE DÉVELOPPEMENT, LES ARTISANS FONT EUX AUSSI APPEL AUX PLATEFORMES WEB POUR COLLECTER DES APPORTS FINANCIERS. SI LA MÉTHODE PARAÎT SIMPLE, QUELQUES RÈGLES DE BASE SONT À RESPECTER. D'AUTANT PLUS QU'UNE COLLECTE EST UN FORMIDABLE OUTIL DE COMMUNICATION ET UN LEVIER POTENTIEL À L'OBTENTION DE PRÊTS BANCAIRES.

ISABELLE FLAYEUX

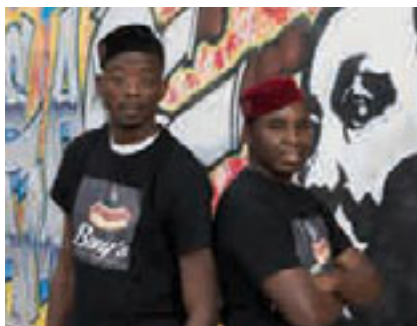
22

© PHOTOS : LUC BERTAU

Le témoignage

BENY'S HOT-DOG

Le temps d'un stage universitaire en 2013, Ruben Djagoue découvre l'ampleur du phénomène hot-dog à Copenhague. De retour en France, le jeune homme de 22 ans s'inspire du concept de street-food danois pour développer son projet et se lancer dans l'entrepreneuriat. Beny's hot-dog démarre en septembre 2015. « J'ai financé un chariot mobile sur fonds propres pour tester la viabilité de mon idée. Je profitais de petites manifestations événementielles organisées à Evry (91) pour m'installer et vendre à un prix attractif une large variété de hot-dogs confectionnés avec des produits frais. » Face à l'engouement des jeunes, Ruben Djagoue décide dès avril 2016 de pousser son idée plus loin en créant un tricycle à hot-dog. « Je voulais un moyen de



distribution plus ludique et plus attractif. Le problème restait le financement. »

5 000 EUROS EN 42 JOURS

Sur les conseils de la CMA Essonne, Ruben Djagoue participe à une formation crowdfunding, organisée en partenariat avec la plateforme de financement collaboratif KissKissBankBank. Tout s'accélère.

« J'ai choisi la solution crowdfunding pour trouver des fonds et lancé la collecte en juin grâce à l'accompagnement de la chambre de métiers et de KissKissBankBank. En un mois, j'ai sensibilisé mon premier cercle (famille, amis...). Le bouche-à-oreille a fait le reste. » Fixé à 5 000 euros, l'objectif de la collecte est atteint en 42 jours. « La campagne a été très prenante. Solliciter la participation des KissBankers nécessite une communication régulière et dosée, pour éviter de tomber dans le harcèlement. » Aujourd'hui, Ruben Djagoue se déplace jusqu'à Lyon et Nantes et travaille essentiellement en BtoB. Il réfléchit à un nouveau mode de distribution pour développer son activité.



benyshotdog.com |
Facebook : @benyshotdog

Tout roule pour Ruben Djagoue, à droite, fondateur du concept Beny's hot dog et aujourd'hui associé à Adama Camara, à gauche.

L'enquête

LES CMA ENGAGÉES DANS LE FINANCEMENT PARTICIPATIF AIDENT ET ACCOMPAGNENT, AUX CÔTÉS DE KISSKISSBANKBANK, LES PORTEURS DE PROJET POUR LES METTRE DANS LES MEILLEURES CONDITIONS ET OPTIMISER LA RÉUSSITE D'UNE COLLECTE VIA LA PLATEFORME ADAPTÉE.

En 2015, l'APCMA a signé avec KissKissBankBank & C^{ie} une convention pour offrir aux entreprises artisanales trois solutions de crowdfunding : KissKissBankBank (don participatif), hellomerci (prêt participatif) et Lendopolis (prêt rémunéré). La CMA Essonne (CMA 91) et la CMAR* Provence-Alpes-Côte d'Azur ont conclu des partenariats régionaux et développé des offres de sensibilisation et de formation sur le sujet. Dans l'Essonne, quatre collectes ont abouti, dont celle de Ruben Djagoue (*lire ci-contre*). Au-delà des enseignements tirés de deux sessions de coaching individuel et d'une formation à la carte sur deux jours le concernant sur les réseaux sociaux/visibilité web/e-réputation et la stratégie de communication, il n'a pas compté son temps ni son énergie. Les followers sont la clé du succès, il faut savoir capter leur attention et les garder en dosant sa communication. Ruben Djagoue a rapidement intégré la recette d'une collecte réussie, selon Véronique Maglietta, agent de développement du service économique de la CMA 91 : « *Il s'est beaucoup investi avant et pendant l'opération. Il a monté un réseau solide en participant à des manifestations, en distribuant des flyers et en postant des messages réfléchis sur les réseaux sociaux. Il a parfaitement su communiquer tout au long de sa campagne et remercier les contributeurs qui lui étaient fidèles et s'identifiaient à son projet* ».



© HURCA.COM

UN ATOUT EN MATIÈRE DE COMMUNICATION

En région Paca, quatre collectes ont été lancées et réussies. Pour Axel Karakachian, coordinateur régional de l'innovation de la CMAR, le succès d'une campagne de financement participatif passe également par une réflexion globale préparée en amont. « *Bien démarrer sa collecte nécessite une forte mobilisation de son premier cercle, à savoir la famille, les amis, qui vont avoir un effet de levier sur la levée de fonds. Il est primordial d'informer et de préparer suffisamment tôt sa communauté proche qui deviendra un soutien fort, un relais jusqu'au troisième cercle qu'est le grand public.* » Les organismes consulaires et les relais de KissKissBankBank en région accompagnent et conseillent les porteurs de projet pour qui les formations sont souvent un plus. Même si l'élaboration d'un plan de communication et la parfaite connaissance des réseaux sociaux sont des prérequis nécessaires, le porteur de projet doit savoir parler de lui et de son projet à travers un texte, des photos et des vidéos de qualité, de manière à instaurer la confiance et à inciter les personnes à contribuer. Une campagne de collecte crowdfunding est avant tout un moyen de communiquer sur son entreprise, de fédérer autour de son projet et, pourquoi pas, de lever des fonds complémentaires auprès d'une banque.

* Chambre de métiers et de l'artisanat de région



« *Bien démarrer sa collecte nécessite une forte mobilisation de son premier cercle, à savoir la famille, les amis qui vont avoir un effet de levier sur la levée de fonds.* »

Axel Karakachian, coordinateur régional de l'innovation CMAR Paca

23

L'INFO EN PLUS

Selon la plateforme choisie, le crowdfunding prend la forme d'un don sans contrepartie, d'un don avec récompense, d'un prêt participatif ou d'un investissement participatif.

Aller plus loin



« Le secteur du financement alternatif – dont le crowdfunding est une bonne partie – est en croissance de 112 % à 628,80 M€ en 2016. Le financement qui relève du domaine du don avec ou sans récompense (KissKissBankBank, Ulule) s'en sort le mieux avec 233,80 M€, soit 37 % du total. »

Nicolas Lefur, président de Financement Participatif France, février 2017, www.challenges.fr

24

LE PROFIL TYPE DU FINANCEUR

Les 2,6 millions de Français ayant financé un ou des projets de crowdfunding en 2016 (2,3 millions en 2015) sont généralement plus jeunes que l'actionnaire traditionnel. Près de 50 % des contributeurs de projets financés par dons ont moins de 34 ans. Avec un tiers de personnes âgées de 18 à 34 ans, la répartition des financeurs par prêt est équilibrée. 18 % des financeurs par investissement ont entre 18 et 24 ans.

Baromètre annuel du crowdfunding 2016 réalisé par Financement participatif France (FPF) et KPMG.

LA PETITE PLACE DU CROWDFUNDING

L'année dernière, 21 375 projets participatifs ont été financés, soit 20 % de plus qu'en 2015. Avec 628,80 M€, le financement participatif se situe encore loin derrière le système traditionnel de prêt aux entreprises qui représente environ 80 milliards d'euros.

QUELS FINANCEURS POUR LES CRÉATEURS ?

Si vos fonds propres sont insuffisants pour un projet de création, vous avez le choix entre recourir à des emprunts ou ouvrir votre capital à différents types d'investisseurs : les particuliers, par le biais d'un apport en compte courant, d'une plateforme de crowdfunding, d'un club d'investisseurs spécialisés ou d'une société coopérative de financement solidaire ; les business angels ; les fonds de capital-risque publics et privés.

 www.afecreation.fr

Crowdfunding local



Depuis 2015, la plateforme de financement participatif Bulb in Centre met en contact les porteurs de projets et leurs investisseurs. Ce site Internet d'intermédiation

des chambres de métiers et de l'artisanat et des chambres de commerce et d'industrie de la région Centre-Val de Loire offre aux entrepreneurs et porteurs de projet la possibilité de déposer une présentation de leur projet pour obtenir une aide financière de leurs familles, amis, voisins, autrement regroupés sous le terme de communauté.

Pour les projets entre 1 000 et 20 000 €, le principe du don contre don permet aux contributeurs de donner de l'argent et de percevoir en échange une contrepartie en nature. Pour les projets supérieurs à 30 000 €, les crowdfunders investissent au capital de l'entreprise. Au bout de cinq à sept ans, ils récupèrent les fonds avec une plus-value dont le taux a été défini au départ et qui varie selon les campagnes. De la création d'une tisanerie littéraire au développement de l'atelier d'un maître verrier, les projets régionaux de commerces de proximité et initiatives locales sont aussi variés que prometteurs.

Bulb, acronyme de *Back Up Little Businesses in Town**, rappelle l'objectif principal de la plateforme : remettre les initiatives locales au cœur du territoire. Outre l'apport financier, Bulb in Centre facilite la communication avec les clients, instaure avec eux une relation privilégiée et en attire de nouveaux. Un conseiller accompagne gratuitement la mise en place des campagnes de collecte.

* Littéralement « soutenez les petites entreprises de votre ville »

 www.bulbincentre.fr

LA MAISON DE LA MIRABELLE

À chaque génération son innovation

À ROZÉLIEURES (54), LE RECENSEMENT EST FORMEL : ON DÉNOMBRE 190 HABITANTS POUR 5 000 MIRABELLIERS ! DES CHIFFRES SURPRENANTS ET DES « COUPABLES » TOUT DÉSIGNÉS : LES MEMBRES DE LA FAMILLE GRALLET-DUPIC QUI, EN L'ESPACE DE CINQ GÉNÉRATIONS, ONT FAIT DE CE PETIT BOURG LA CAPITALE LORRAINE DE LA MIRABELLE...

JULIE CLESSIENNE

Sabine Grallet-Dupic, l'actuelle dirigeante de la Maison de la mirabelle, l'affirme : « *Si l'un de mes trois fils veut venir travailler dans l'entreprise, il faudra que ce soit par choix, surtout pas par défaut ou par obligation. Mais je leur conseille d'abord d'aller voir ce qui se passe ailleurs, de se forger leur propre expérience* ». Une ouverture d'esprit qui a dicté le parcours des Grallet depuis plus d'un siècle !

Tout commence en 1895, à Rozélieures, entre Nancy et Lunéville. Michel, l'arrière-grand-père, possède une petite exploitation (céréales et élevage) et quelques mirabelliers dans son verger. Il distille une partie de sa production, modestement, comme cela se fait à l'époque. Son fils, Jean, développera le verger et la production d'eau-de-vie, « *en vrac, sans bouteille* », précise Sabine.

TOURNANT ET PARI OSÉ

Au milieu des années 70, Hubert, représentant la troisième génération, ingénieur de formation, et sa femme, Anne-Marie, arrivent dans l'entreprise avec un pari fou pour l'époque. « *Mon père croyait beaucoup à la mirabelle. Il a donc tout misé sur elle !* », raconte Sabine. Les vergers s'étendent, l'arboriculteur s'organise : création d'une coopérative avec d'autres producteurs, recherche de distributeurs (à Rungis ou de grandes conserveries comme Patis-



Le whisky lorrain, un produit qui a fait des émules chez les amateurs du monde entier !

France). « *C'est à ce moment qu'il décide aussi de commercialiser l'eau-de-vie avec sa propre marque, en bouteille*, poursuit Sabine. *Il a commencé ainsi à travailler avec des cavistes, des épiceries fines...* »

12 000 VISITEURS PAR AN

La suite de l'épopée familiale s'écrira avec Sabine et son mari, Christophe Dupic, en 2002. « *Après une formation agricole, un DESS en Droit des affaires et Fiscalité et une expérience dans la banque, j'ai eu envie de revenir dans l'entreprise, motivée par un projet d'ampleur que je voulais lancer avec mon père : la création de la Maison de*



Sabine, digne héritière de la lignée Grallet.

la mirabelle. Une vraie structure d'accueil du public », explique la dirigeante. Un projet ambitieux, majoritairement autofinancé, qui attire aujourd'hui 12 000 curieux par an. Capacité d'accueil, accessibilité, spectacle son et image dans la distillerie, boutique bien achalandée... Le couple Grallet-Dupic n'a rien laissé au hasard et ne compte pas en rester là. En 2007, Christophe et son beau-père se lancent dans une nouvelle aventure : produire un whisky lorrain ! Un succès qui a éveillé la curiosité des amateurs du monde entier et les a encouragés à élargir leur gamme : gin, vodka, amer bière, pastis... Mais aussi une ligne de parfums et cosmétiques. « *Une idée de ma mère et moi pour concurrencer les spiritueux de nos hommes !* », sourit Sabine. La mirabelle est décidément pleine de ressources... à moins que ce ne soit la famille Grallet-Dupic !



www.maisondelamirabelle.com

LA MIRABELLE, FRUIT DU PATRIMOINE LORRAIN

Au XIX^e siècle, les vignobles lorrains, alors nombreux, subissent une grave crise due au phylloxéra, un puceron ravageur. Il est alors nécessaire de les remplacer par d'autres cultures, moins fragiles, qui s'adapteraient bien au sol argilo-calcaire et aux variations de températures typiques de la région. Le choix se portera sur le mirabellier. Aujourd'hui, 80 % de la production mondiale de mirabelle sont issus de vergers lorrains. Preuve que les anciens ne s'y étaient pas trompés...

CYRIL JAMET - RESTAURANT LE Tournesol

Je ne leur cache rien de rien

DANS LA VALLÉE, LE RHÔNE, SINUEUX ET MAJESTUEUX. SUR LES VERSANTS DES COLLINES, DES VIGNES, À PERTE DE VUE. NICHÉ ENTRE LES DEUX, À TOURNON-SUR-RHÔNE (07), LE RESTAURANT LE Tournesol. AUX CASSEROLES, UN ENFANT DU PAYS, CYRIL JAMET, QUI NE COMPTE PAS SES HEURES POUR TRANSMETTRE À SES APPRENTIS L'AMOUR DU MÉTIER ET, PARFOIS, SES DURES RÉALITÉS.

JULIE CLESSIENNE

Le Tournesol. Un restaurant qui fleure bon les produits de saison et la générosité. Celle de Cyril Jamet, jamais avare de compliments sur les produits locaux. « *Je ne m'approvisionne que dans le coin. Fruits, vin, pain... : Tout est fait ou produit dans les villages alentour !* » Il faut dire que l'Ardèche a de la ressource et un climat plus qu'enviable... Pour le seconder en cuisine, deux apprentis, l'un en BP, l'autre en CAP. « *Je fonctionne toujours de la sorte. De cette façon, le plus âgé des deux encadre le plus jeune, la gestion d'un commis faisant partie de leur formation* », explique Cyril Jamet. Et la recette fonctionne puisque le restaurateur réitère l'opération chaque année depuis l'ouverture du restaurant, il y a 18 ans. En cuisine, mais aussi en salle, sous la responsabilité de Héa, la maîtresse de maison polyvalente (gestion, comptabilité, accueil et... desserts !), plus d'une vingtaine d'apprentis sont passés par l'établissement. Une expérience bénéfique mais sans concession, comme l'explique le propriétaire des lieux : « *Je pense être un bon formateur et très pédagogue. C'est essentiel car mes apprentis ont beaucoup de responsabilités et un vrai rôle à jouer à mes côtés en cuisine. Ce ne sont pas de petits esclaves ou de simples commis. C'est pour cela qu'il y a beaucoup de respect entre nous.* » Et d'ajouter : « *En revanche, je ne leur cache rien de rien. Je leur livre tout : mes recettes mais aussi les difficultés du métier. C'est un travail dur, avec de gros horaires, des soirées, des week-ends ou des jours fériés sacrifiés... Au moins, quand ils sortent de chez moi, ils sont rodés et plus rien ne les surprend !* »

LE DANEMARK AU MENU

Mais ne confondez pas professionnalisme et manque de dérision. Ce serait mal connaître Cyril Jamet ! Si le sérieux et l'excellence transparaissent dans ses assiettes, l'homme sait aussi ajouter une bonne pincée de bonne humeur à son discours et se montrer très bienveillant avec ses apprentis. C'est ainsi que deux d'entre elles, Marion et Coralie, sont parties successivement en stage au Danemark, dans le cadre d'une opération lancée par leur CFA. « *C'était un peu compliqué sans elles pendant trois semaines mais je n'allais quand même pas leur couper l'herbe sous le pied et les empêcher de vivre cette expérience ! C'était une belle opportunité à leur âge et cela leur a permis de s'immerger dans une autre culture, d'appréhender d'autres savoir-faire...* », résume-t-il. Une initiative qui lui a valu d'être proclamé lauréat national du Prix du Maître d'apprentissage 2017 dans la catégorie mobilité internationale*.

* Organisé par l'APCMA, le réseau des chambres de métiers et de l'artisanat et Garantie. Plus d'infos sur www.maitreapprentissage-artisanat.fr

i | www.letournesol.net

C'EST VOUS LE CHEF !

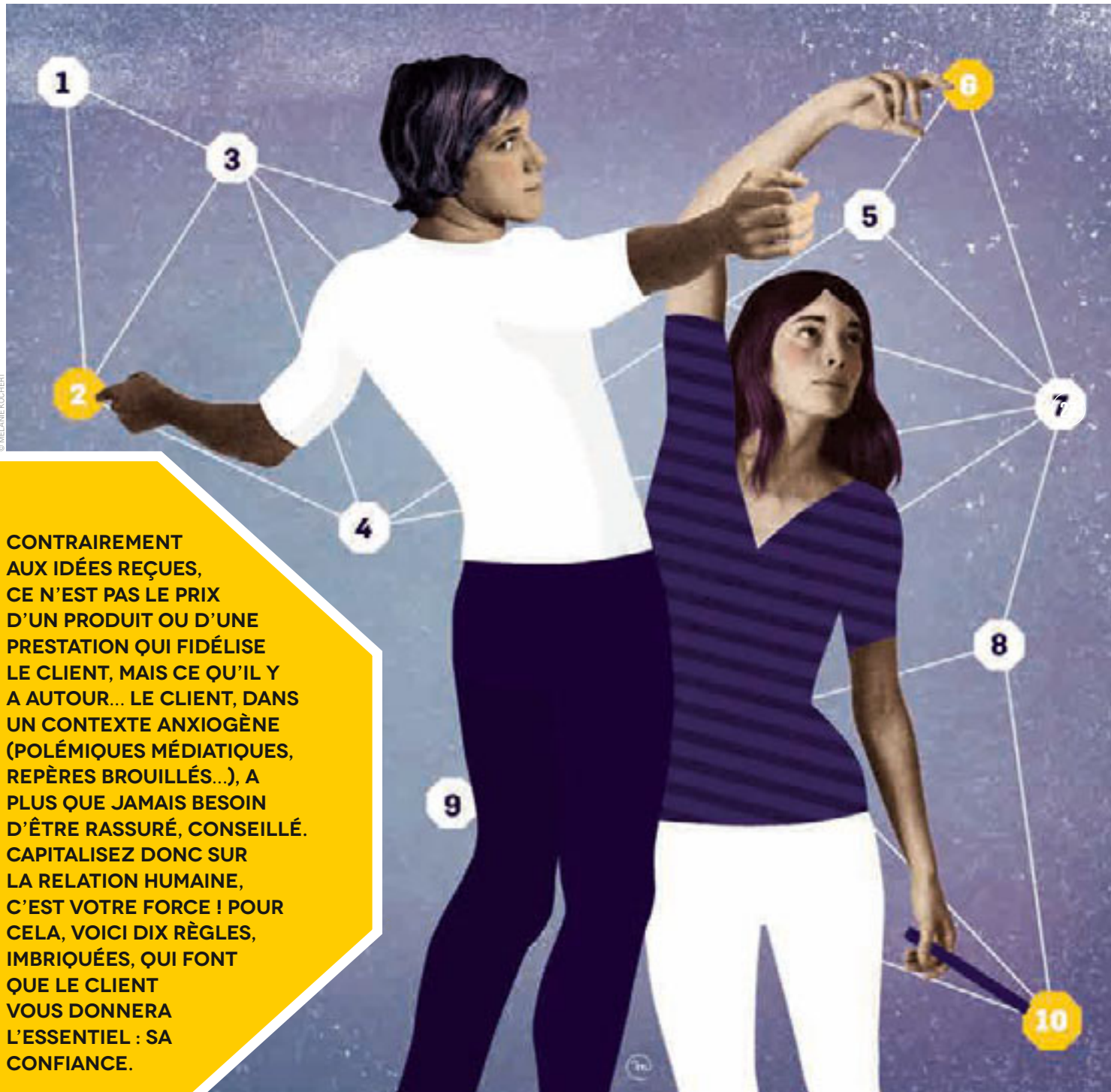
Deux fois par an, les derniers samedis d'octobre et de novembre, Cyril Jamet ouvre ses cuisines à des amateurs. Objectif : transmettre sa passion du métier et qu'ils apprennent à préparer un menu de bout en bout, de l'amuse-bouche au dessert. « *Ils peuvent ainsi s'entraîner pour leur repas de Noël, l'idée étant de n'utiliser que des produits qu'on trouve autour de Tournon et du matériel qu'on a déjà chez soi* », explique Cyril Jamet. Un concept original « *piqué à un copain qui faisait ça au Québec et que l'on a mis à notre sauce* », avoue-t-il dans un clin d'œil.



RELATION CLIENT

Les dix commandements

SOPHIE DE COURTIVRON



CONTRAIREMENT AUX IDÉES REÇUES, CE N'EST PAS LE PRIX D'UN PRODUIT OU D'UNE PRESTATION QUI FIDÉLISE LE CLIENT, MAIS CE QU'IL Y A AUTOUR... LE CLIENT, DANS UN CONTEXTE ANXIOGÈNE (POLÉMIQUES MÉDIATIQUES, REPÈRES BROUILLÉS...), A PLUS QUE JAMAIS BESOIN D'ÊTRE RASSURÉ, CONSEILLÉ. CAPITALISEZ DONC SUR LA RELATION HUMAINE, C'EST VOTRE FORCE ! POUR CELA, VOICI DIX RÈGLES, IMBRIQUÉES, QUI FONT QUE LE CLIENT VOUS DONNERA L'ESSENTIEL : SA CONFIANCE.

Dans la constellation des rapports humains, il suffit parfois d'activer certains leviers pour gagner la confiance de votre clientèle.

1 DE L'ADMINISTRATIF TOUS LES JOURS TU T'OCCUPERAS

Classez tout ce que vous recevez par courrier et mail (documents administratifs, factures...) en fonction de l'urgence. Si vos déclarations et règlements sont planifiés, vous pouvez anticiper et vous échapperez aux mauvaises surprises. Ainsi qu'à tout débordement qui perturberait le suivi de votre clientèle ! Tout comme un chantier scrupuleusement et administrativement piloté est gage de réussite. « Pour chaque chantier, une équipe "projet" est montée ; elle est composée d'une équipe "terrain" dédiée au chantier, d'un conducteur de travaux, d'une assistante et du commercial qui s'occupe du client, pour le côté relationnel. C'est lui qui présentera le client au chef de chantier, qui devient le pivot de la relation pendant les travaux. Il y a une réunion de chantier par semaine, tous les mardis à 16 heures par exemple. Ce sera immuable. Un compte rendu de réunion est envoyé à tous les participants dans les 48 heures qui suivent », détaille Patrick de Vorges, spécialisé dans les travaux de rénovation intérieure (Huggy, Hauts-de-Seine).

2 IL LICO PRESTO AUX CLIENTS TU RÉPONDAS

« Le client doit être assuré que sa demande est prise en compte : accusé de réception et/ou prise de rendez-vous », pose Stéphane Papillon, consultant-formateur en développement commercial et création d'entreprise. « Dès qu'il a dit oui, la vente doit être sécurisée : formalisation et/ou fléchage de la relation à venir. » Olivier Lelièvre, couvreur-zingueur (Somme), met moins d'une semaine pour envoyer un devis. « Si c'est urgent, je peux l'envoyer le lendemain ou deux jours après, quitte à prendre sur mon temps personnel. C'est très apprécié. » Derrière cette réactivité, c'est toute une logique qui se met en branle : suivi de la facturation et des règlements, et donc de la trésorerie de l'entreprise. La survie dépend ainsi de cette chaîne vertueuse ! Pareillement, « le respect des horaires et de la promesse client sont capitaux. On fait ce qu'on dit et on dit ce qu'on fait », martèle Jacques Fouché, patron de DomiSil' (adaptation des logements) et de Goësin (construction et rénovation) dans le Finistère. Une rigueur qui s'incarne d'ailleurs dans le simple devis.

28

À QUOI SONT PRÊTS LES CLIENTS POUR RECEVOIR DES OFFRES PERSONNALISÉES DE LA PART DE LEURS COMMERÇANTS LOCAUX ?

Répondre à des sondages régulièrement

74 %

Évaluer les enseignes où ils effectuent leurs courses

74 %

Faire un retour sur les produits achetés

71 %

Donner leur e-mail

64 %

Source : Sondage OpinionWay pour Dolmen, « Le commerce local à l'heure du consommateur connecté », novembre 2016.



Rubens Attelann, plomberie-chauffage-électricité, région parisienne

LE DIGITAL RAISONNÉ

« Nous faisons en sorte que l'information soit la plus simple et la plus rapide à comprendre », pose Rubens Attelann qui, avec ses deux frères, son père et un salarié, s'évertue à redorer le blason du métier : « Le client veut un professionnel honnête, qui dit la vérité ». Les textes du site Internet de l'entreprise ont été relus par une quarantaine de particuliers « qui ont modifié les termes pas clairs ». Les prix TTC sont affichés, « il n'y a pas de surprise ». Le client hors forfait a la possibilité de recevoir une estimation de prix en envoyant une photo par e-mail ou MMS depuis le site. Les clients se posent des questions sur tout ou partie de leur salle de bains ? « Nous proposons un configurateur technique de salle de bains : le client recevra le devis correspondant. » Tous les avis reçus - via Facebook, Google, les Pages jaunes... - sont mis en avant et répondus. Une application pour smartphone sera prête dans six mois ; « elle reprend l'estimatif de prix par photo et la prise de rendez-vous en ligne ; il n'y aura pas de paiement car ce n'est pas approprié : les gens ont peur, on est toujours obligés d'en faire plus pour inspirer confiance. »



attelann.fr

« Je n'ai pas dans l'esprit que le client est roi car, derrière cela, il y a l'idée que tout est permis ; je suis animé par l'esprit d'échange », pose Patrick de Vorges, qui a cofondé Huggy en 2005 (entreprise générale du bâtiment, spécialisée dans les travaux de rénovation pour les particuliers). « Tout le monde doit s'y retrouver pour que la relation grandisse et évolue. » Pour lui, pas de taille minimum de chantier, mais une grande exigence qualitative. « Ce qui m'importe, c'est de faire les choses bien. Ce que je veux, c'est pérenniser la relation avec le client. Il faut lui expliquer pourquoi la solution prise est la bonne. C'est un gros travail d'accompagnement, presque psychologique, d'apaiser ses craintes et de lui laisser les exprimer. » Stéphane Papillon, consultant-formateur, confirme que la fidélisation du client est un équilibre entre savoir-être et savoir-faire commercial : « Il faut rester soi-même, être enthousiaste. Si on est convaincu de ce que l'on fait, on est deux fois plus convaincant. Et avec le sourire, les trois-quarts du boulot sont faits ! »

i www.huggy.fr

3 SUR TON HISTOIRE AVEC FIERTÉ TU COMMUNIQUERAS

Chaque entrepreneur est invité à réfléchir à son positionnement, c'est-à-dire à la place qu'il aura dans l'esprit de ses clients. Le Curé Nantais, fromagerie artisanale depuis 1880 (Loire-Atlantique), fonde sa relation client sur la découverte du produit : visite de la fromagerie et de son musée beurre-fromage. « Nous leur montrons comment nous fabriquons le fromage, une pâte molle à croûte lavée, et leur expliquons tout le processus : le salage pour la formation de la croûte, la cave d'affinage, etc. Dans la boutique, nous faisons déguster notre fromage et cela confirme l'acte d'achat », résume Éric Quernez, responsable commercial de la boutique. Le client est rassuré de savoir que tout est fabriqué sur place (usine de 6 000 m²) de façon artisanale. L'entreprise commerce avec cinq producteurs de lait situés dans un rayon de 20 km ; « depuis 137 ans, nous travaillons en circuit court ! ». Une valeur ajoutée qui ne laisse pas indifférent : 99 % des clients de la boutique ont visité la fromagerie.



Le Curé Nantais crée une relation très particulière avec ses clients, basée sur son histoire et son authenticité, comme le prouve leur site Internet (www.curenantais.com).

4 PRIX ET DEVIS TRANSPARENTS TU PRATIQUERAS

Au-delà du bon rapport qualité-prix, plus le devis est précis, moins les désaccords avec le client sont possibles. Loin des forfaits « tout compris », Patrick de Vorges établit des devis très détaillés : quantité, prix unitaire, prix de la fourniture et prix de la main-d'œuvre pour chaque poste. L'assistante impliquée dans le suivi du chantier modifie au fur et à mesure les paramètres qui changent. « Si le carrelage finalement choisi est plus cher que celui du devis initial, nous faisons l'ajustement réel du devis. » Pareil s'il y a une moins-value ; et s'il y a du travail en plus - comme l'installation d'une baignoire au lieu d'une douche - un devis complémentaire est fait. Conscience tranquille pour l'artisan... et donc confiance en soi renforcée ! « Il faut savoir défendre son offre et son prix, ne pas avoir peur de l'objection et être prêt à y répondre, ajoute Stéphane Papillon. S'il faut lâcher quelque chose on le lâche, mais l'artisan doit être persuadé que ce qu'il propose au client est le mieux pour lui : il ne faut jamais se placer en situation d'infériorité ! »



5 TON AUTHENTICITÉ VÉNÉRABLE TU AFFICHERAS

Olivier Frard, boulanger à Saint-Georges-sur-Eure (Eure-et-Loir), affiche depuis 2014 que ses viennoiseries sont « 100 % faites maison ». La Fédération départementale de la boulangerie-pâtisserie de Loir-et-Cher est à l'origine de cette charte ; « *l'artisan s'engage à fabriquer toute sa viennoiserie, à ne pas utiliser de mix ni de graisses hydrogénées comme l'huile de palme...* », précise Olivier. La commission de validation d'adhésion à la charte peut procéder à un contrôle inopiné avant chaque renouvellement de l'engagement (valable un an). Olivier Frard communique via des affiches et via sa sacherie ; ses vendeurs sont capables de répondre aux questions. « *Quand nous avons mis en place la charte, notre viennoiserie était en perte de vitesse. La charte nous a permis de stabiliser nos ventes.* » Il lui a ainsi juste suffi de le faire savoir aux clients, car le boulanger fabriquait déjà sa viennoiserie dans les règles de l'art. Une charte « Pâtisseries 100 % faites maison » est en cours d'élaboration. « *Notre but ? Valoriser l'emploi local et défendre nos formations.* »



6 TA DIFFÉRENCE PROFONDE TU VALORISERAS

30

D'abord, Marjorie Hernandez (salon L'Hair du temps, à Lunéville) cumule les compétences. « *D'un point de vue professionnel, je propose une prestation totale de visage, coiffure et maquillage. Ma cliente ne va jamais directement au bac* », évoque celle qui donne aussi gracieusement des conseils dont ses clientes ne bénéficient pas ailleurs : « *Je fais une application flash de maquillage pour montrer ce qui va avec une nouvelle couleur par exemple* ». Ensuite, elle soigne particulièrement l'accueil de ses clients. Dès la création de son salon, très cocooning, elle a installé un espace « jeux et coiffage » dédié aux enfants afin de mettre ceux-ci en confiance ; il tranquillise aussi les parents venus se faire coiffer... « *Quand on a touché les enfants, on touche les parents* », observe Marjorie. De son côté, Brice Hucteau, garagiste à Niort (Deux-Sèvres) a décidé d'investir (environ 50 000 €, sans aide) dans du matériel de pointe (diagnostic électronique, réglage du parallélisme...) : « *Ce matériel que tout le monde n'a pas fait la différence et le bouche-à-oreille fonctionne* ».

N'oubliez pas LE SAV

Par Stéphane Papillon, consultant-formateur en développement commercial

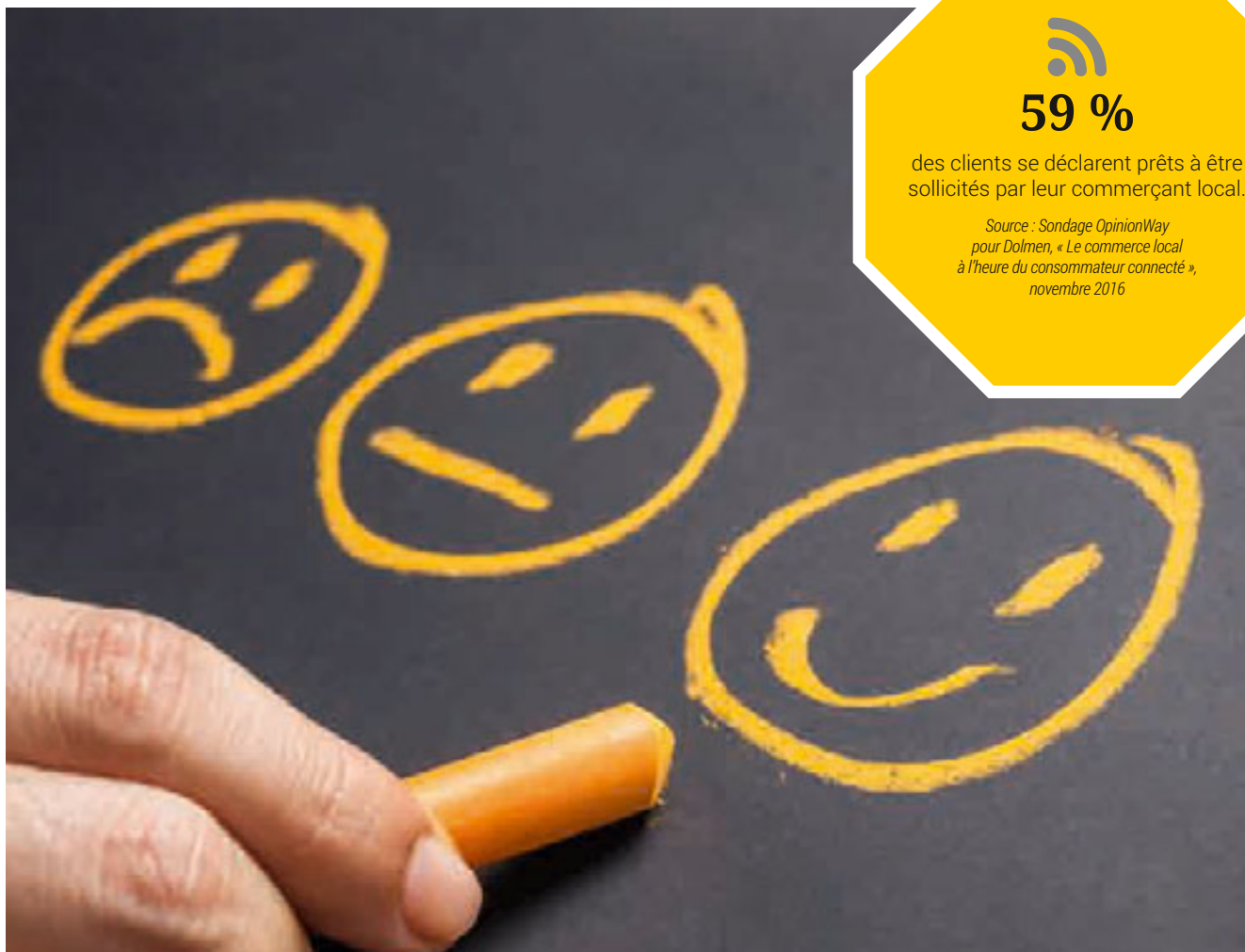
« *Il est important d'échanger avec le client sur sa satisfaction, via des outils formalisés de type enquête ou questionnaire à la fin de la prestation, ou de façon moins formelle à la livraison ou à la réception du chantier. Profitez de ces moments clés, posez des questions ! S'il y a le moindre problème, il sera plus facile à régler à chaud ; et si le client est heureux, mettez en place le bouche-à-oreille : des personnes de votre entourage ont-elles besoin de mes services ?* »

Les adhérents
de la charte
« Ici, viennoiseries
100 % maison »
s'engagent à :

- une fabrication 100 % artisanale,
- des matières premières sélectionnées de qualité (pas d'huile de palme !),
- le respect des règles d'hygiène en vigueur (en lien avec le Guide de bonnes pratiques)

i

www.viennoiseries-
artisanales.fr



59 %

des clients se déclarent prêts à être sollicités par leur commerçant local.

Source : Sondage OpinionWay pour Dolmen, « Le commerce local à l'heure du consommateur connecté », novembre 2016

31

© PATRICIA

7 PAR DIFFÉRENTS MOYENS TU FIDÉLISERAS

Marjorie Hernandez a mis en place une carte de fidélité, sans date limite, ainsi qu'une invitation à revenir : « *le soin au bac est offert lors de la deuxième visite* ». Elle organise aussi des soirées-cocktail pour faire découvrir à ses clientes les nouvelles collections de maquillage. La fromagerie le Curé Nantais propose, entre autres, des dégustations vin/fromage deux fois par an, des soirées sur les accords mets/vins tous les mois, des cours d'œnologie et des animations variées dans la boutique. Une newsletter (découverte d'un vin, recette...) est envoyée quatre fois par an aux meilleurs clients. Le garagiste Brice Hueteau offre aussi quelques « petits plus » à certains clients, comme « *le paiement en quatre fois sans frais avec la carte bleue, sur les grosses interventions et selon le profil du client (nous faisons nous-mêmes notre base de données)* ». Tous les deux mois, il envoie e-mailings et SMS pour communiquer sur ses promotions ; « *presque la moitié des clients répondent à ces sollicitations* », confie celui dont la clientèle comptait 500 individus en 2006 et 2 500 aujourd'hui.

8 À L'ÉCOUTE DE TON PROCHAIN TU SERAS

L'artisan a ce supplément d'âme que les autres n'ont pas. Pascal Brugnot est chauffeur de taxi depuis 2005 et, dès 2006 il s'est regroupé en Scop avec deux confrères (Lons-le-Saunier, Jura). Ses courses sont essentiellement médicales. « *La relation client, c'est déjà arriver à l'heure, sachant que les hôpitaux sont très éloignés. Nous sommes conciliants et avenants avec les clients, qui sont malades ou stressés. Nous apprenons beaucoup sur leur vie, essayons de leur redonner du baume au cœur, de les faire sourire... Il y a aussi des personnes âgées à qui il faut rappeler la veille qu'elles ont rendez-vous.* » Son dévouement ne s'arrête pas là. « *Nous aidons nos clients dans les démarches administratives à l'arrivée à l'hôpital, nous les accompagnons jusqu'au bon service.* » Pour Bruno Léger, boucher-charcutier-traiteur au Plessis-Trévisé (Val-de-Marne), « *l'écoute lors de la prise de commande est aussi importante que la technique, car il faut comprendre ce que veut le client, sans le forcer, regarder son intérêt avant tout* »...

9 À LA PERSONNE UNIQUE TU T'ADAPTERAS

« Je dois régulièrement proposer des choses nouvelles, être à la pointe de la mode », constate le boulanger Olivier Frard. Si le « sans gluten » a connu un boom chez lui, les clients se sont vite lassés. « Néanmoins, je continue à fabriquer trois ou quatre pains par semaine pour un seul client, réellement intolérant. » Il accepte aussi des commandes particulières de pièces montées (ingrédients, forme...). L'entrepreneur Jacques Fouché (construction et rénovation, Finistère) insiste sur le fait que « nous sommes là pour accompagner les gens dans leur projet et trouver la solution ». Il passe beaucoup de temps avec ses clients, « pour faire connaissance et bien cerner leur demande. Nous avons un échange sur tous les corps d'état impliqués ; je peux leur parler chauffage, isolation, maçonnerie, charpente et couverture... Je suis capable de déterminer les solutions techniques eu égard aux besoins qu'ils formulent et à l'utilisation qu'ils feront de la maison. Je les oriente vers la globalité du projet en étant transversal. Le client doit comprendre la solution choisie. »

10 TON ESPRIT DE SERVICE TOUJOURS TU DÉVELOPPERAS

« Dans la phase préparatoire du chantier, pour mieux concevoir le projet, nous pouvons aussi faire appel à un architecte, un ergothérapeute, un pharmacien, un médecin traitant... », illustre encore Jacques Fouché, qui adapte des logements (DomiSil'). En plus de sa boutique, le boucher-charcutier-traiteur et MOF Bruno Léger propose son savoir-faire d'exception sur un site Internet, d'abord conçu pour quelques clients : « Nous sommes presque les seuls dans la région à faire de l'agneau de pré-salé par exemple ; il y a des clients qui se déplacent de l'autre bout de l'Île-de-France pour cela. Le site permet à tous, en France métropolitaine, de pouvoir bénéficier de produits exclusifs ». Les commandes passées avant 14 heures sont livrées le lendemain avant 13 heures, le mercredi ou le jeudi. Le colis arrive sous vide ou sous gaz, daté, avec des conseils de cuisson. « Nous avons en moyenne entre dix et vingt commandes dans la semaine ; il n'est ici pas question de rentabilité, c'est de l'ordre du service au client. »

i

Pour aller plus loin :

Point de vente et digital : blog.innovation-artisanat.fr

repenser-le-point-de-vente-et-la-relation-client-avec-le-digital/

Tout savoir sur la facture : www.afecreation.fr, rubrique Nouveau chef d'entreprise, Vendre, Les factures

ARGUMENTER AVEC LES MOTS DU CLIENT

Trop souvent, le patron de TPE communique d'emblée sur son produit, alors qu'il doit s'intéresser à son client. C'est ce même client qui lui donnera les clés pour répondre au mieux à sa demande, et choisir les arguments qui feront mouche. Pour cela, l'artisan peut chercher à identifier le profil psychologique de son prospect. La méthode « Soncas », par exemple, distingue six besoins/motivations du client : sécurité, orgueil, nouveauté, confort, argent, sympathie.

i

richesse-et-finance.com/soncas

3 QUESTIONS À...

JEAN-BAPTISTE CARLOU, FORMATEUR SPÉCIALISÉ DANS LA VISIBILITÉ SUR INTERNET



« CE N'EST PLUS LE PRODUIT QUI EST AU CENTRE DE LA RELATION CLIENT, C'EST LE CLIENT ! »

1. Le-réputation concerne-t-elle les artisans ?

Dans tous les achats qu'il fait, le client va sur Internet, sur les réseaux sociaux... et se fait un avis en allant voir ce qui se dit. Internet est donc incontournable pour toutes les entreprises ; et en particulier pour les artisans, car les recherches sont très locales. Aujourd'hui, ce n'est plus le produit qui est au centre de la relation client, c'est le client ! On ne vend plus un produit ou un service, mais on satisfait les besoins d'un client. Ainsi, il faut parler à ses clients et non de soi : Internet prend toute sa signification dans ce contexte.

2. Comment gérer son e-réputation ?

Je peux travailler en amont et être présent sur les zones où les clients me cherchent : mon site, les réseaux sociaux... Je donne aux usagers des informations qui me concernent indirectement. Si je suis boulanger, je parle de mon producteur de farine bio, de ma participation à tel concours, etc. Agissez en fonction de votre usage des différents médias ; un artisan peut se filmer en train de monter une chaise et mettre la vidéo sur YouTube. Avoir un calendrier de publications permet d'intervenir régulièrement.

3. Comment éviter un mauvais buzz ?

Cela arrive très rarement, et cela résulte de la mauvaise gestion d'une erreur. On a le droit de faire une erreur, et on peut même la transformer en bon buzz. Pour cela, montrez que vous êtes à l'écoute de la communauté, reconnaissez votre erreur, excusez-vous et dites comment vous réparez. Si vous avez une communauté sur laquelle vous appuyer, elle prendra de toute façon votre défense. On peut aussi anticiper et répondre publiquement aux mauvais retours des clients ; une page pro Facebook peut permettre de gérer à 100 % son service après-vente.

Quel *réseau social* pour mon entreprise ?

Comment choisir un réseau social adapté à son entreprise ? C'est la question que se posent bon nombre d'artisans. « Cela va dépendre des clients que l'on cible et du message que l'on souhaite transmettre. »



1. FACEBOOK POUR TOUCHER LES PARTICULIERS ET LES TPE

Si vous avez une cible de particuliers ou de TPE, vous aurez plutôt intérêt à miser sur Facebook. « C'est le réseau le plus largement utilisé. Même si on l'utilise à titre de loisir, il ne faut pas oublier que les chefs d'entreprise et les cadres s'en servent aussi ? Et puis, pour fédérer une communauté de particuliers, c'est l'idéal », développe l'experte en communication digitale.



2. YOUTUBE POUR TRANSMETTRE DU SAVOIR

Les artisans peuvent aussi avoir un intérêt à créer leur chaîne sur youtube ? ce réseau social est particulièrement intéressant pour les entreprises capables de se mettre en scène visuellement et de jouer la carte du storytelling. Test produit, tutoriel d'utilisation d'un produit ou service, vidéo de présentation de votre entreprise, de votre savoir-faire... Youtube est le média pour transmettre du savoir et créer de l'émotion.



3. SNAPCHAT POUR COMMUNIQUER EN DIRECT AVEC VOS CLIENTS

Très en vogue, Snapchat est le réseau social qui va permettre aux entreprises artisanales de cibler une clientèle jeune (moins de 25 ans) et de communiquer en direct avec celle-ci. Un réseau social particulièrement intéressant pour diffuser des contenus et offres à durée de vie limitée ou pour faire partager l'envers du décor de votre entreprise.



4. LINKEDIN POUR CIBLER LES ACHETEURS

« Si l'on cible des cadres acheteurs de grands groupes, il faut privilégier LinkedIn car c'est là qu'ils vont naturellement faire du sourcing. » LinkedIn est aussi intéressant pour démarcher de futurs collaborateurs et communiquer sur votre marque employeur.



5. TWITTER POUR TOUCHER LES INFLUENCEURS

Souvent perçu comme plus élitiste, Twitter est intéressant si vous souhaitez vous positionner comme expert dans votre domaine. « La stratégie à développer sur Twitter est de se faire remarquer par les influenceurs que sont les journalistes et les blogueurs qui vont relayer votre image de marque. » Encore faut-il avoir en amont fait une analyse de qui sont les influenceurs à cibler et avoir fait un travail de mise en contact.



CG Communication | 06 11 05 35 54

FORMATION. LA CMA DE LA SAVOIE VOUS PROPOSE :

« SE FAIRE CONNAÎTRE GRÂCE AUX RÉSEAUX SOCIAUX »

Les 10 et 16 octobre ou 5 et 11 décembre 2017

Contact : Service Formation | Tél. : 04 79 69 94 27 | formation@cma-savoie.fr



Questions/Réponses

Comment couvrir les risques qui engagent la responsabilité de l'artisan ?

Dans l'exercice de ses activités, l'artisan peut voir sa responsabilité engagée en cas de dommage causé à son personnel, ses clients, ses locaux, son matériel... ou encore à lui-même. Le choix des garanties d'assurance pour couvrir ces risques reste primordial.

L'ASSURANCE EST-ELLE OBLIGATOIRE POUR L'ARTISAN ?

Chaque profession ayant ses spécificités, il convient de se rapprocher de votre chambre de métiers et de l'artisanat pour savoir si la vôtre est soumise à une obligation d'assurance. Par exemple, les artisans de la construction ont l'obligation de souscrire une assurance pour la responsabilité décennale¹, la garantie de parfait achèvement² et la garantie du bon fonctionnement. Ils doivent aussi mentionner, sur leurs devis et factures, l'assurance souscrite au titre de leur activité, les coordonnées de l'assureur ou du garant, la couverture géographique du contrat ou de la garantie.

Cependant, même si certaines assurances comme la garantie de responsabilité civile professionnelle ne sont pas obligatoires, l'entrepreneur a tout intérêt à les souscrire dans certains cas car l'entreprise a l'obligation de réparer tout dommage causé à autrui par les personnes ou les biens dont elle répond. On imagine aisément les lourdes conséquences pour le dirigeant en l'absence d'assurance.



Construisez-vous une protection sur mesure avec des garanties parfaitement adaptées à votre activité.

QUEL TYPE DE POLICE D'ASSURANCE CHOISIR ?

Tout dépend de votre activité. Globalement, il convient de couvrir les risques liés à l'activité (par exemple la coupure d'un client par le coiffeur), les risques se rapportant aux biens et matériels de l'entreprise (locaux, machines, véhicules)

ainsi que ceux liés aux personnes (salariés, clients). Une assurance multirisque est souvent proposée mais il faut vérifier que les spécificités de votre activité ont bien été prises en compte. Une extension de garanties aux risques d'intoxication pourrait ainsi se révéler nécessaire pour un commerçant qui vend ou fabrique des produits alimentaires ou encore aux risques environnementaux pour un professionnel manipulant des produits dangereux.

QUELS SONT LES POINTS À VÉRIFIER DANS LE CONTRAT D'ASSURANCE ?

Faites-vous préciser l'étendue des garanties que vous souhaitez prendre ; par exemple, il serait judicieux de savoir quels litiges une protection juridique générale couvre. Par ailleurs, renseignez-vous sur le montant maximal d'indemnité versée pour chaque sinistre et ce qui resterait à votre charge car les assureurs prévoient toujours une franchise dans les contrats. À noter : les amendes et les fautes intentionnelles³ ne peuvent pas être couvertes par une assurance.

1. Article L241-1 du Code des assurances. 2. Article 1792-6 du Code civil. 3. Article L 113-1 du Code des assurances.

i

BASSE DE LA COTISATION MALADIE POUR LES TRAVAILLEURS INDÉPENDANTS

En vertu du décret N° 2017-301 du 8 mars 2017, le taux de cotisation maladie des travailleurs indépendants affiliés au RSI passera progressivement de 6,5 % à 3 %. Cependant, la réduction ne s'appliquera que si votre revenu d'activité est inférieur à 70 % du plafond annuel de la Sécurité sociale (PASS), soit 27 459,60 euros. Selon le décret, le taux de la cotisation sera déterminé à l'aide de la formule suivante (dans laquelle R correspond au revenu) : **Taux = 6,50 % - [3,50 % x (1 - R/0,7 PASS)]**.

Vos droits

L'exonération des cotisations sociales pour les cadeaux et bons d'achat

L'Urssaf se montre bienveillante envers l'attribution de cadeaux et bons d'achat aux salariés en les exonérant de cotisations dans certains cas. Cependant, une récente décision de justice a remis en cause cette tolérance.

IMPORTANCE DE LA VALEUR ET DE LA NATURE DES BONS D'ACHAT ET CADEAUX

Les avantages attribués à un salarié ne sont pas assujettis aux cotisations sociales lorsque leur montant global n'excède pas 5 % du plafond mensuel de la Sécurité sociale au cours de l'année civile, soit 163 euros en 2017. Lorsque ce seuil est dépassé, l'exonération reste possible en fonction de la nature de l'événement. Ainsi, l'Urssaf admet plus facilement un avantage octroyé au salarié par l'employeur quand il découle des situations suivantes : la naissance, l'adoption, le mariage, le Pacs, le départ à la retraite, la fête des mères, des pères, la Sainte-Catherine, la Saint-Nicolas, Noël pour les salariés et les enfants jusqu'à 16 ans révolus, la rentrée scolaire pour les enfants âgés de moins de 26 ans (sous réserve de la justification du suivi de scolarité). Cependant, pour chaque événement, le seuil de 5 % du plafond de la Sécurité sociale doit être respecté. **Précision :** les chèques livres, les chèques disques ou les chèques culture ne sont

jamais soumis à cotisations sociales car l'administration considère que ce type de bons facilite l'accès à la culture.

DES MENTIONS OBLIGATOIRES SUR LES BONS D'ACHAT

Le bon d'achat doit indiquer la manière et l'usage pour lequel il est utilisable. C'est-à-dire qu'il doit, par exemple, comporter la mention du magasin ou du rayon dans lequel il se dépense. Ainsi, un bon de Noël se dépensera dans les rayons de jouets. À noter qu'il n'est pas possible d'utiliser un bon pour payer du carburant ou des produits alimentaires (sauf ceux dits de « luxe », dont le caractère festif est avéré tels que le foie gras ou le champagne).

L'EXONÉRATION DE COTISATIONS RESTE UNE SIMPLE TOLÉRANCE

Une récente décision¹ de la Cour de cassation en date du 30 mars dernier remet en cause l'exclusion de l'assiette des cotisations des cadeaux et bons d'achat. Pour la Haute Cour, les exonérations accordées

par l'Urssaf ne peuvent constituer un droit car la circulaire² et la lettre ministérielle³ sur lesquelles se fonde l'organisme sont dépourvues de portée normative. Ce qui signifie que cette politique de bienveillance de l'Urssaf à l'égard des cadeaux que l'employeur octroie à ses salariés peut être récusée à tout moment. Cependant, dans l'affaire que la Cour a eue à juger, l'employeur attribuait des bons d'achat en fonction de la présence du salarié dans l'entreprise. Un procédé que l'Urssaf avait estimé discriminatoire. Il convient donc de rester vigilant dans les critères d'attribution des bons d'achat et cadeaux pour éviter un rappel de cotisations.

1. Cassation sociale, 30 mars 2017, N° 15-25453.
2. Circulaire Acof N° 2011-5024.
3. Lettre ministérielle du 12 décembre 1988.



RAPPEL : UNE AIDE FORFAITAIRE DE 335 EUROS POUR LES APPRENTIS

Les jeunes de moins de 21 ans en apprentissage vont pouvoir bénéficier d'une aide* de 335 euros pour les contrats qui ont débuté entre le 1^{er} juin 2016 et le 31 mai 2017. Elle est cumulable avec les autres aides, y compris les prestations sociales, et sera versée quelle que soit la durée du contrat. L'apprenti ne peut l'obtenir qu'une seule fois s'il a signé plusieurs contrats au cours de cette période. Les bénéficiaires ont reçu ou recevront un courrier officiel. Pour les contrats commencés en 2016, les apprentis (ou leur représentant légal) ont dû transmettre leurs coordonnées de paiement ainsi que les informations nécessaires au versement de l'aide via un téléservice avant le 1^{er} juin 2017 ; ils devront transmettre le formulaire et toute pièce permettant à l'administration de les identifier avant le 16 juillet 2017. Pour les contrats commencés en 2017, ces échéances sont respectivement portées au 1^{er} novembre et au 15 décembre 2017.

* Décret 2017-267 du 28 février 2017, JO 2 mars.



LE PÔLE SOCIAL DU SERVICE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE À VOTRE ÉCOUTE, VOUS PROPOSE :

Une intervention gratuite, sur « mesure », adaptée à chaque situation, avec un interlocuteur unique pour vous informer, conseiller, prévenir ou accompagner les difficultés professionnelles et personnelles :

→ THÉMATIQUES

- difficultés financières, de santé
- protection sociale, assurance, prévoyance
- choix d'un statut pour le conjoint
- maintien dans l'entreprise, reclassement professionnel de l'artisan porteur d'un handicap
- exercice de plusieurs activités
- accompagnement au changement

→ MOYENS

- étude et réalisation d'un diagnostic de la situation de l'entreprise et celle de son dirigeant
- informations sur les droits et les démarches à entreprendre
- accompagnement à la mise en jeu des garanties des contrats de prévoyance et d'assurance
- Mise en œuvre des dispositifs de soutien aux entreprises (CCSF, Soutien financier, Comité Entr'aide etc.)
- choix des procédures amiables ou judiciaires fonctions des difficultés de l'entreprise
- soutien psychologique et familial (deuil, séparation, rupture)

Une offre de service en lien avec les différents services de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat, qui s'appuie sur un réseau de partenaires de l'ensemble du département à l'usage des :

■ créateurs ■ artisans et leur famille ■ partenaires de la CMA ■ services et organismes sociaux du département



Contact : Anne de Robert de Lafregeyre | Tél. : 04 79 69 94 16 | Mail : a.de-robot.de-lafregeyre@cma-savoie.fr

36

DÉCRET N° 2017-612 DU 24 AVRIL 2017, J.O. DU 25.

Couverture maladie : des avancées attendues par les artisans

Ce décret précise le montant des indemnités versées lors d'un mi-temps thérapeutique désormais possible, modifie les règles relatives aux délais de carence pour le versement des indemnités en cas de maladie ou d'hospitalisation et celles de l'indemnisation dans les situations de prolongation d'arrêt, réforme les conditions d'attribution des indemnités maternité.

■ Le mi-temps thérapeutique ouvert aux artisans et commerçants, son indemnisation précisée

Depuis le 1^{er} mai 2017, les indépendants qui reprennent un travail à temps partiel thérapeutique après un arrêt maladie toucheront une indemnité journalière limitée. Les indemnités journalières peuvent être versées au titre d'une ou plusieurs maladies ou accidents, dans la limite de **90 jours** sur une période de 3 ans (ou dans la limite de **270 jours** sur une période de 4 ans en cas d'affection de longue durée). Son montant ne pourra pas dépasser la moitié d'une indemnité à plein-temps.

Ces dispositions sont applicables aux arrêts prescrits à partir du 1^{er} mai 2017.

■ Délai de carence : 3 jours si l'arrêt de travail est de plus de 7 jours, pour une maladie ou lors d'une hospitalisation.

Ces dispositions sont applicables aux arrêts de travail délivrés à compter du 1^{er} janvier 2018.

■ Une meilleure indemnisation en cas de prolongation de l'arrêt de travail

En cas de prolongation de l'arrêt de travail initial pour la même affection ou le même accident, ou en cas de nouvel arrêt de travail pour une autre affection ou un autre accident sans reprise du travail depuis le précédent arrêt, l'indemnité journalière sera calculée à partir du revenu d'activité annuel moyen des trois années civiles précédant la date de l'arrêt de travail initial.

Ces dispositions sont applicables aux arrêts de travail délivrés à compter du 1^{er} janvier 2018.

■ Indemnités journalières maternité : de nouvelles conditions

Ce qui change :

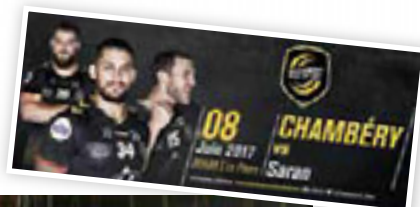
■ justifier de **10 mois d'affiliation** au titre d'une activité non salariée à la date présumée de l'accouchement ou de l'adoption, et

■ justifier **du paiement de la totalité des cotisations exigibles au cours l'année civile précédente au titre de l'assurance maternité.**

Ces dispositions sont applicables aux arrêts de travail délivrés à compter du 1^{er} janvier 2018.

Le hand c'est phénoménal, sur le terrain mais aussi dans les tribunes et les Salons !

Le handball à Chambéry c'est plus de 20 ans au plus haut niveau avec 17 participations en Coupe d'Europe. C'est aussi un Centre de Formation reconnu et fournisseur de nombreux internationaux français : 13 champions du monde, 8 champions olympiques et 8 champions européens. Rejoindre la Team Chambé, c'est avant tout une aventure, un engagement, un projet commun ; mais c'est aussi le partage d'ambitions, de valeurs et d'émotions avec le club, vos clients ou vos équipes.



e Chambéry Savoie Mont-Blanc Handball Marketing voit grand avec ses prestations lors des matchs pour vivre encore plus fort l'aventure de la Team Chambé !

DES SOLUTIONS DE RELATIONS PUBLIQUES VARIÉES

■ Club Gold et VIP

Des prestations complètes d'accueil jusqu'au cocktail d'après-match. Recevez vos clients et partenaires dans des conditions optimum et bénéficiez de nombreux avantages premium.

■ Solutions événementielles

Parrain de match, salon privé ou encore tapis rouge, pour que tous vos événements soient exceptionnels, le Chambéry Savoie Mont-Blanc Handball vous propose des prestations événementielles lors des matchs ou autres spectacles.

■ Team building

Parce que le sport véhicule des valeurs fédératrices, participez à l'aventure CSMBH et partagez des émotions fortes avec toute votre équipe à l'occasion d'une journée ou soirée.



VOTRE VISIBILITÉ, UNE PRIORITÉ

■ Tout au long de la saison nos partenaires sont à l'honneur!

La Team Chambé vous propose de nombreux supports : de l'affichage Leds les soirs de matchs, au marquage de l'équipement des joueurs, en passant par tout un panel de supports annexes comme les billets, les bandeaux Web...

37

LE BILAN ASSURANTIEL

Pour être sûr d'être correctement assuré en toutes circonstances, MAAF PRO propose le "bilan assurantiel".

À la création de votre entreprise, vous vous adressez à différents organismes qui peuvent vous sensibiliser au sujet de l'assurance. Quand votre entreprise se pérennise, vous pouvez oublier parfois que le périmètre de vos assurances a pu évoluer.

COMMUNIQUER LES CHANGEMENTS/ADAPTER SON ASSURANCE

Citons l'exemple d'un entrepreneur qui a fait agrandir son local professionnel en passant de 300 à 500 m², mais il a oublié d'en faire part à son assureur. Les conséquences peuvent être importantes en cas de sinistre. Réaliser un "bilan assurantiel" n'a pas forcément comme conséquence de majorer les cotisations, mais cela permet d'être à jour de votre situation actuelle et ainsi d'être correctement assuré.

UNE SENSIBILISATION,

Le "bilan assurantiel", c'est avant tout vous sensibiliser sur la question de l'adéquation de vos assurances avec votre situation réelle.

DES EXEMPLES ET DES QUESTIONS

Au moment de la souscription de vos contrats d'assurance vous avez pu opter pour des garanties qui sont, avec le temps, devenues inadéquates. Il est donc important de vous interroger sur ce qui a évolué concernant vos activités en quelques années : chiffre d'affaires, effectif, activités spécifiques, acquisition ou agrandissement d'un local professionnel...

Il ne s'agit pas d'une démarche commerciale ou d'une expertise complète de vos biens, mais bien d'une démarche de conseil.

UNE PHOTOGRAPHIE

Le bilan personnalisé se déroule dans vos locaux professionnels. Il s'agit de faire une photographie à un instant donné de vos besoins spécifiques en assurance pour votre entreprise, et de les comparer avec les garanties effectivement souscrites.



N'hésitez pas à solliciter nos équipes de conseillers professionnels MAAF PRO en nous contactant au 3015 (service et appel gratuits du lundi au vendredi de 8 h 30 à 20 heures et le samedi de 8 h 30 à 17 heures).



52 %

des entrepreneurs et artisans du bâtiment estiment que les plateformes numériques sont un danger pour la profession, nous apprend l'enquête FFB-Batiactu publiée le 17 mai*. 63 % des pros connaissent au moins une plateforme et semblent plutôt portés sur les plateformes de devis que sur les plateformes de travaux.

En comparaison, le taux de connaissance chez les particuliers est sensiblement le même (61 %**). Les professionnels ne sont par ailleurs que 13 % à affirmer que les plateformes ont généré une concurrence pour leur activité ; 34 % affirment le contraire et 53 % disent ne pas savoir si les plateformes ont eu une incidence.

* Enquête réalisée en ligne du 27 février au 20 mars 2017 auprès de 1 330 professionnels du bâtiment.

**Étude FFB-L'ObsSoCo réalisée en ligne en janvier 2017 auprès de 2 043 personnes.

17%

C'est le faible pourcentage de dirigeants de TPE de plus de 60 ans déclarant avoir « déjà tout organisé » en vue de la cession de leur entreprise. Une impréparation que l'on retrouve même, indépendamment de l'âge, parmi les cédants potentiels à court terme.

Outre un certain scepticisme sur l'aboutissement de la démarche, trois catégories de freins à la cession sont fréquemment citées : le manque de temps, la complexité de l'opération et la valeur trop faible de l'entreprise. S'ajoute à ces obstacles l'attente forte d'un « repreneur idéal », les dirigeants de TPE ayant pour critère prioritaire, lors de la cession, la qualité du repreneur (54 %), devant la pérennité de l'activité (41 %), le prix le plus élevé possible (30 %) , la préservation de l'emploi (23 %) et l'optimisation fiscale (6 %).

Source : Les Carnets de BPCE L'Observatoire - mai 2017. Enquête quantitative réalisée par l'institut CSA en janvier 2017 auprès de 787 dirigeants de TPE de 1 à 9 salariés.

RISQUE

Le 1^{er} baromètre Agipi-OpinionWay publié en avril confronte les indépendants à la notion de risque. 88 % des sondés considèrent que leur prise de risque n'est pas perçue par le grand public. C'est avant tout la liberté (73 %) qui les motive à prendre le risque de franchir le cap de l'indépendance. Pour atteindre cette liberté, ils sont prêts à prendre des risques (92 %), notamment de revenu non régulier (71 %), de protection sociale à gérer seul (68 %) ou de couverture retraite (67 %). Les entrepreneurs interrogés sont en majorité conscients des risques liés à leur santé comme l'incapacité de travailler (65 %), un problème de santé dû au stress (52 %) et craignent, en cas de problème, de ne pas pouvoir subvenir aux besoins de leur famille (60 %).

Enquête réalisée à l'automne 2016 auprès de 803 indépendants chefs d'entreprise et artisans commerçants (effectifs entre 0 et 9 salariés).

REGAIN D'OPTIMISME

Selon l'enquête trimestrielle de conjoncture de l'Insee (avril 2017), l'optimisme (solde d'opinion) des artisans du bâtiment sur les perspectives du secteur est à son plus haut depuis octobre 2007.

LA SINISTRALITÉ RECULE

Selon Altares, au 1^{er} trim. 2017, les défaillances d'entreprises reculent encore de 3,9 % sur 1 an. Leur nombre passe sous les 16 000, meilleur chiffre depuis le 1^{er} trim. 2008. Le bâtiment poursuit son redressement (-10,6 % de défaillances).

RELATIONS BANCAIRES

Selon la DGE, 27,3 % des artisans ont sollicité un prêt bancaire en 2016 ; 82 % de ces demandes ont été acceptées totalement. Le taux de refus s'établit à 4,8 % pour les prêts d'investissement, à 30,6 % pour les prêts de trésorerie.

RISQUE ROUTIER

Selon la MMA, alors que le risque routier professionnel était toujours la première cause d'accident mortel au travail en 2015, 80 % des patrons de TPE/PME n'ont pas mis en place d'actions de prévention et 68 % ne l'ont pas inscrit dans le Document Unique.

Chouchoutez vos clients !

Fidéliser ses clients n'est pas une mince affaire. Heureusement, de plus en plus d'applications voient le jour pour vous aider à développer la bonne stratégie.



Où ? App Store / Google Play
Combien ? Gratuit

Conçue pour les **artisans du bâtiment**, **J'aime mon client** permet de garder le contact avec ses clients : confirmation de rendez-vous par mail ou SMS, suivi des devis... En 1 clic, les clients peuvent ensuite noter l'entreprise sur pagesjaunes.fr. Grâce au suivi personnalisé, ils sont plus enclins à laisser un avis positif. Une façon pour eux de devenir des « ambassadeurs » de votre entreprise.



Où ? App Store / Google Play
Combien ? Gratuit

L'**appli Fidélisa**, destinée **aux métiers du bien-être** (coiffure, esthétique...) et développée par Dixisoft, est adaptée aux petites enseignes. Prise de rendez-vous, points fidélité, offres spéciales, cadeaux... Chaque client bénéficie d'un programme de fidélité personnalisé. Et peut vous contacter en direct par mail, téléphone ou encore via Facebook.



Où ? App Store / Google Play
Combien ? Gratuit

Make VIP transpose le – très efficace – schéma de fidélisation des franchises aux petits commerces et entreprises artisanales. Achats en ligne, programmes de fidélité, jeux concours, réductions : les utilisateurs peuvent géolocaliser les offres les plus attractives de leur quartier et les artisans, eux, gagnent en visibilité.



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 12 euros (au lieu de 18 euros*)

PRÉNOM NOM

PROFESSION

NOMBRE DE SALARIÉS ADRESSE

TÉLÉPHONE FAX

E-MAIL

Prix de vente au numéro. Offre valable jusqu'au 31/12/2017. Tarif d'abonnement 1 an, France : 9 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.

INTERACTIF : PERMANENCES CMASITE DE LA CMA : WWW.CMA-SAVOIE.FR - COURRIEL : CONTACT@CMA-SAVOIE.FR→ **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.

■ **Permanences notaires et avocats :**

un mardi matin par mois sur rendez-vous.
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 :**

Didier Scarfogliero vous reçoit sur rendez-vous.
Tél. : 04 79 32 18 10

→ **SAINT-JEAN-DE-MAURIENNE**

Centre d'affaires et de ressources,
avenue d'Italie,
73300 Saint-Jean-de-Maurienne
(locaux de Maurienne Expansion).

■ **Service développement économique :**

Thierry Dancer vous reçoit sur rendez-vous
le jeudi matin, de 9h à 12h.
Tél. : 04 79 69 94 20.

**BIBLIOGRAPHIE**

Redonner du sens à son management.
Créer l'adhésion et convaincre : le potentiel
des « non-dits ». **Sandrine ZERBIB-LUCAS**
(GERESO, 2015)

Compensation et Benefits. Rémunérations
et avantages sociaux : outils et perspectives
des RH. **Sophie CAVALIERO**
(GERESO, 2017)

**Comprendre les risques ressources
humaines.** Véritable enjeu et création de
valeur pour l'entreprise. **Nicola DUFOUR,**
Abdel BENCHEIKH (GERESO, 2017)

Evaluer les compétences professionnelles :
mode d'emploi. Pour des entretiens
structurés, efficaces et productifs.
Stéphane LHERMIE (GERESO, 2017)

L'art de conclure une vente avec la PNL.
Techniques et outils de la Programmation
Neuro-Linguistique pour gagner en
efficacité. **Catherine AYMARD,**
Jean LAPLANTE (GERESO, 2017)

L'estime de soi au cœur du management.
Valoriser les équipes pour progresser
collectivement (GERESO, 2017)

**Management des compétences en
pratique.** Dispositifs, méthodes et outils
concrets (GERESO, 2017)

Manager un établissement de santé.
Modes d'organisation, pratiques de
management, nouveaux outils de gestion.
Christine BENOIT (GERESO, 2017)

**Mieux communiquer avec soi-même et
avec les autres.** Lâchez prise ... Souffrez !
Céline BLONDEL (GERESO, 2017)

savoie expo PRÉSENTE
PARC DES EXPOS CHAMBÉRY WWW.FOIREDESAVOIE.COM

**FOIRE
de
SAVOIE**

**09 > 18
SEPTEMBRE**

EXPO 2017
**New
York**

NOUVEAUTÉS 2017 :
PÔLE HIGH-TECH
PÔLE MOTOS ET VÉHICULES DE LOISIRS
PÔLE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE
PÔLE AGRICOLE / TP

Conception : www.parce-jaurès.com - Groupe Barthelemy - Photos : © Pixabay

UN AUVERHONALPIN*

CONSTRUIT L'AVENIR



* LES HABITANTS DE NOTRE GRANDE RÉGION N'ONT PAS ENCORE DE NOM MAIS DÉJÀ UNE GRANDE BANQUE QUI SOUTIENT LA FILIÈRE DU BÂTIMENT !

PLUS FORTE, PLUS PROCHE, PLUS CONNECTÉE

Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes met à disposition plus de **30 millions d'euros⁽¹⁾** pour accompagner le secteur du BTP.



BANQUE POPULAIRE
AUVERGNE RHÔNE ALPES
www.bpaura.banquepopulaire.fr



⁽¹⁾ Enveloppe de crédits mise à disposition du secteur du bâtiment, jusqu'au 30 septembre 2017. Voir conditions en agence.

Banque Populaire Auvergne Rhône Alpes – Société Anonyme Coopérative de Banque Populaire à capital variable, régie par les articles L512-2 et suivants et du Code Monétaire et Financier et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit
Siren 605 520 071 RCS Lyon – Intermédiaire d'assurance N° ORIAS : 07 006 015 – Siège social : 4, boulevard Eugène Deruelle – 69003 LYON - N° TVA intracommunautaire : FR 00605520071 – Crédits photos : Shutterstock – Juin 2017 – Document publicitaire non contractuel

FORD RANGER

| SIMPLE CABINE XL | 2.2 TDCi 130 CH 4x4

229€

HT/mois**

ZÉRO TVA
ZÉRO TVS
ZÉRO MALUS



N°1 des ventes de pick-up en France*

* Source AAA des immatriculations sur les produits de même segment jusqu'à fin décembre 2016. ** Offre de crédit-bail pour un Ford Ranger Simple Cab XL 2.2 TDCi 130 ch 4x4 type 05-16 (tarif au 01/04/17). Offre sur 60 mois, prestation perte financière incluse. Carte grise non incluse. Prix de vente de 18 999 € HT. Montant de l'option d'achat en cas de levée de l'option : 5% avec un premier loyer de 35% et 59 loyers de 229 € HT. coût total si achat : 21 174 € HT. Si acceptation du dossier par FCE Bank Plc France / Ford Lease crédit-bail, RCS Versailles 392 315 776, ORIAS N° 07 009 071. Offre non cumulable réservée aux professionnels pour toute commande de ce Ranger neuf, du 01/06/17 au 31/07/17, dans le réseau Ford participant. Modèle présenté : Ford Ranger Super Cabine Limited 200 ch Euro 6 type 05-16 avec options à 314 € HT/mois, prix de vente 26 398 € HT. coût total si achat : 29 421 € HT.

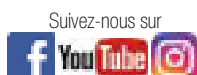
ford.fr




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
73420 VOGLANS
Tél. 04 79 54 46 69
commercial.chambery@groupe-maurin.com



ENTRE L'OUVERTURE DE LA MAISON MÈRE PAR LES PARENTS, SUR LES HAUTEURS DE LA CROIX ROUSSE À LYON (69) ET LA CRÉATION D'UN VÉRITABLE EMPIRE DÉDIÉ À LA GOURMANDISE PAR LE FILS, SÉBASTIEN, IL AURA FALLU SEULEMENT 40 ANS. 40 ANS POUR QUE LE NOM DE BOUILLET SYMBOLISE, DE LYON À TOKYO, L'EXCELLENCE ET LA RIGUEUR DE LA PÂTISSERIE-CHOCOLATERIE.

JULIE CLESSIENNE

42



© NICOLAS VILON

SÉBASTIEN BOUILLET - PÂTISSIER-CHOCOLATIER

« Il ne suffit plus d'être un bon pâtissier. Désormais, il faut une offre suffisante en magasin, une présence et une communication très efficace. »

QUITTER LE COCON

Sébastien Bouillet, œil vif et téléphone portable à portée de main, n'en finit plus d'énumérer ses points de vente et les projets qu'il a menés à terme depuis qu'il a repris la modeste – mais renommée – pâtisserie familiale en 2002. Aujourd'hui à la tête d'un véritable petit empire, de 60 salariés (dont une quinzaine d'apprentis), d'un laboratoire fraîchement inauguré de 1 200 m² dans l'Ain et d'un « Gâteau École », il ne perd pas de vue ce qui a fait sa force : « *Le fait de quitter très tôt le cocon familial, de rencontrer des mentors exceptionnels et d'être très curieux de ce qui se fait* ».



© FRED DURANTET



© LAURENT FAU

CONCEPTS ORIGINAUX AU CŒUR DE LA CROIX ROUSSE

Si Sébastien Bouillet n'a jamais rien sacrifié à la qualité (« *On ne fait le meilleur qu'avec le meilleur* » est son credo), son succès repose aussi sur ses talents de visionnaire et d'entrepreneur. Il a ainsi su rapidement diversifier son offre. À ses pâtisseries dans l'ère du temps s'ajoutent donc désormais une chocolaterie au style « loft industriel », [Chokola] (dont le mur habillé d'une cascade cacaotée est fascinant) et une échoppe plus rustique, régressive, [Goûter], qui fait la part belle aux tartes, cakes au mètre et viennoiseries, pour des prix plus modestes. À chaque gourmand son concept !

EMPIRE GOURMAND de Lyon à Tokyo



L'ART DE SE DISTINGUER

Pour identifier un point de vente « Bouillet », rien de plus simple ! Décoration soignée, charte graphique et packaging très distinctifs... Sébastien Bouillet avoue avoir l'âme d'un communicant et a très vite compris l'importance d'être cohérent et facilement identifiable. « *J'adore cet aspect, je suis très sensible à ces notions, depuis toujours* », s'enthousiasme-t-il. Secondé d'une assistante de communication, il a été l'un des premiers à Lyon à créer ses propres packagings en interne et à réfléchir aux écrans qui mettront les mieux en valeur ses délicieux produits.



60 000 ROUGES À LÈVRES EN UN MOIS

La fascination qu'exerce le Pays du Soleil Levant sur Sébastien Bouillet n'est peut-être pas innocente dans ses choix ! Le Japon et lui, c'est une histoire qui dure depuis plus de dix ans. « *Là-bas, on ne vend pas de gros gâteaux car les gens ne se reçoivent pas. Ils adorent les gâteaux individuels et prêtent une grande attention à l'emballage et à la présentation.* » Preuve qu'il a su s'intégrer : les 60 000 rouges à lèvres en chocolat qu'il y a écoulés pendant la période de la Saint Valentin dans ses différents points de vente à Tokyo. Une fierté pour celui qui estime que les pâtisseries japonaises ont une maîtrise de la pâtisserie « *presque plus élevée qu'en France* ».

DES INFLUENCES PLEIN LA VALISE

« Chiffon cake », « crème d'ange »... autant d'influences et de recettes que Sébastien Bouillet a ramenées dans ses valises lors de ses différents voyages au Japon. « *Y travailler est un vrai défi. J'ai dû créer 100 fois plus de recettes pour là-bas que pour ici. Ils n'ont pas le même attachement pour les produits, ils zappent très vite... Je dois renouveler la gamme tous les six mois, complètement !* », raconte-t-il. Une réactivité et une créativité qui ne sont pas pour déplaire à cet « enfant terrible » de la pâtisserie qui n'en est qu'aux prémices de son ascension et qui a logiquement remporté cette année le prix national Stars & Métiers catégorie Dynamique commerciale*.



* Dossier présenté par la Chambre de métiers et de l'artisanat du Rhône et la Banque Populaire Loire et Lyonnais.

1977

Reprise d'une pâtisserie par les parents de Sébastien Bouillet.

2002

Reprise officielle de la pâtisserie par Sébastien, agrandissement de la surface de vente et modernisation de la boutique. Augmentation du CA de 50 % !

2005

Ouverture de deux nouveaux points de vente hors Croix Rousse.

2007

Présence dans cinq points de vente au Japon.

2008

Ouverture de [Chokola] pour développer l'activité de chocolaterie (30 % du CA aujourd'hui).

2015

Ouverture de [Goûter] et d'un point de vente à Tassin, dans la banlieue lyonnaise. Le CA atteint 3 M€.

2016

Ouverture de deux nouveaux points de vente, dont un dans les Halles Bocuse, et d'un laboratoire de 1 200 m² à Miribel (01). Lauréat du prix national Stars & Métiers.

RELANCER UN SAVOIR-FAIRE DISPARU

Retour vers le bel ouvrage

Avec une volonté accrue de redonner du sens à leur métier, de nombreux artisans décident de revenir aux sources, en relançant une activité ou un savoir-faire disparu. Ils produisent avec soin, en petite quantité et misent tout sur la qualité d'une tradition, tombée en désuétude par la volatilité d'une mode ou les évolutions techniques. Tous attestent du bénéfice de s'adresser directement à une clientèle de particuliers et de professionnels en quête d'authenticité. Des clients pour qui la facture artisanale fournit matière au rêve, et qui redécouvrent les vertus du bel ouvrage.

MÉLANIE KOCHERT

MARC CHENUE - ARTISAN SIROPIER

Les nectars de la nature

Son métier avait connu son heure de gloire à l'époque médiévale. Avant de disparaître à la fin du XIX^e siècle, emporté par les évolutions techniques de la révolution industrielle. Faire revivre le geste manuel de l'artisan siropier, c'est le challenge auquel s'attelle Marc Chenue depuis deux décennies. Des fruits comme des fleurs, des épices, des plantes aromatiques... l'autodidacte connaît toutes les particularités. Dans son laboratoire, le quinquagénaire passionné de goûts authentiques n'a eu de cesse de composer et d'améliorer ses infusions, macérations et décoctions au fil du temps, comme s'il s'agissait de potions magiques.

Installé au cœur de la cité médiévale de Chevreuse (78), Marc Chenue a ouvert L'Alchimiste, le premier « bar à sirops » d'Île-de-France, il y a tout juste deux ans.

i

www.lalchimiste-artisan-siropier.com

Aromatiques, fruités, floraux, épicés, torréfiés... ses nectars imaginés à partir de matières brutes, sans arôme, colorant ni conservateur, se distinguent par leurs parfums délicats et leurs saveurs subtiles. Un peu magicien, le siropier a compris que les richesses de la nature gagnaient aussi... à être mises en flacon. « *Tout a commencé par le sirop de verveine au gingembre, ma première réalisation.* » Fort de cette trouvaille insolite qui reste, vingt ans après, l'un de ses produits phare, Marc Chenue a conquis les papilles avec 70 autres variétés : citron à la menthe fraîche, poivre pamplemousse, fleur de tiaré...

L'homme espère désormais parvenir, avec un statut de maître artisan, à lancer ses propres cycles de formation. « *Pour transmettre ce savoir authentique, à ma façon.* »

44



©PHOTOS: REVERVALEURS.COM



S'INSPIRER DU PASSÉ POUR CRÉER

Pour être plus attractive, une entreprise gagne à mettre en valeur son ancrage dans une tradition ancienne, tout en l'adaptant au goût du jour. Les anciens métiers sont par ailleurs une source d'inspiration souvent très productive. Prenez d'anciens métiers et posez-vous des questions : pour quoi, comment, avec quelles adaptations pourrais-je redonner vie à cette profession sous une forme moderne ? Quels parallèles établir entre les services d'hier et ceux d'aujourd'hui ? Quels services du passé pourraient-ils revenir au-devant de la scène et être utiles demain ? Utilisez ces pistes pour améliorer vos prestations ou en créer de nouvelles !

OLIVIA OBERLIN - ÉVENTAILLISTE

De plis et de matières

En 1995, Olivia Oberlin, styliste de formation, découvre à la lecture d'un article de presse qu'un dernier atelier de restauration d'éventails perdure en France. Se positionnant pour rejoindre cette maîtresse éventailliste dont le travail l'éblouit, elle se forme trois ans durant, sous le haut patronage du ministère de la Culture. « *J'ai tout de suite vu dans l'éventail une opportunité de m'attacher à une création rare et originale.* » Elle apprend son métier en restaurant des éventails anciens : plissés, brisés ou à palmes. À son compte depuis près de vingt ans à Épernay (51), Olivia Oberlin n'a plus jamais cessé de créer. Son activité principale réside dans la création d'éventails contemporains originaux, qui portent aujourd'hui sa marque. Dans le respect de la tradition et du savoir-faire, elle enrichit de créativité et de techniques contemporaines la fabrication artisanale de l'éventail. Elle continue également, sur demande, de redonner lustre aux éventails antiques ayant vu sur eux le temps s'écouler. « *Je travaille toutes sortes de tissus ou de peaux, mais aussi du vinyle, des dentelles, des mousselines, des jerseys, de la soie, du lin... et même du jean. J'aime plus que tout cette diversité, cette possibilité de toucher à tout.* » Reconnue



i

olivia-oberlin.com

pour son talent, Olivia Oberlin a notamment été sollicitée par les Opéras de Strasbourg et de Vienne, les maisons Carven, Caron Parfums, Starck... et décoré les vitrines de grandes boutiques parisiennes. Depuis 2006, son activité est labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant.

45

MARION STICH - ATELIER D'IMPRESSION

Tourner la presse

Prendre son temps pour bien faire : serait-ce aller contre l'esprit du siècle ? C'est pourtant le pari de Marion Stich, jeune Alsacienne imaginative et bien de son temps, résolue à faire revivre l'art de la carterie artisanale en compagnie de... deux belles centenaires. Ses presses de fer, qu'elle a chinées et chouchoute avec respect, sont les meilleures alliées de son Atelier Encre, structure de création graphique et d'impression letterpress*. « Le Progrès », la petite française, presse à platine manuelle née en 1873, y côtoie « Victor », l'anglaise 1900, originaire de Leicester. Sans oublier « Karl », le vieux gros massicot allemand... « *Je suis littéralement tombée amoureuse de ces machines manuelles, tombées en disgrâce avec l'arrivée de l'offset et du numérique* », raconte la jeune femme de 31 ans,



i

www.latelier-encre.com

qui les a elle-même remis en état de marche, « *avec un peu d'astuce et d'huile de coude.* »

Graphiste diplômée de l'École supérieure d'art et de design et implantée à Saint-Maximin (60), Marion a travaillé près de cinq ans en imprimerie. L'occasion de se forger « *un bagage pratique, technique* » avant de se lancer à son compte et d'allier, en bonne polyvalente, travail de création et d'impression. « *Je souhaitais manier de vieilles machines afin d'accentuer le côté artisanal, tout en produisant des créations modernes et personnelles. C'était aussi un moyen de prendre le contre-pied de nos sociétés actuelles où tout va à toute vitesse. Une manière de dire : "Arrêtons-nous cinq minutes pour penser un beau produit, obtenir un rendu de qualité, ouvragé, sur du beau papier. Parce que c'est cela que l'on aura envie de garder".* »

* Héritage de Gutenberg, le letterpress remet en lumière un système d'impression typographique des années 1900. Son dispositif d'impression permet d'exercer une pression sur des papiers haut de gamme et de réaliser artisanalement des tirages de qualité.



© NATHALIE GOYON

« *Éveiller
le bon sens
plus que les
conscienc*es »

STÉPHANE THÉBAUD

Journaliste et animateur
de la Maison France 5

S'il sait se montrer curieux et bienveillant dans La Maison France 5, l'émission qu'il présente depuis plus de quinze ans désormais sur la chaîne du même nom, Stéphane Thébaud n'en est pas moins un défenseur ardent de l'Artisanat et de ses savoir-faire. Échange...

PROPOS RECUEILLIS PAR JULIE CLESSIENNE

46

VOUS ÊTES AMENÉ À RENCONTRER BEAUCOUP D'ARTISANS ET À VOIR LEURS RÉALISATIONS. QU'EST-CE QUI LES DÉFINIT LE MIEUX SELON VOUS ?

Je suis un fervent défenseur des artisans. On a vu naître beaucoup d'émissions de déco ces dernières années, dont beaucoup montrent des ravalements complets de maison en sept jours seulement (NDLR : D&CO, *Une semaine pour tout changer*). Forcément, quand « Madame Chambrier de Vierzon » appelle plus tard un artisan lambda et s'entend dire qu'il faut quelques jours pour établir un devis, une semaine pour couler et faire sécher ne serait-ce qu'une chape... elle tombe des nues et se sent lésée ! Il faut que le public comprenne que la réalité est tout autre, que les artisans ont des temps mécaniques à respecter et de nombreuses contraintes. Cela m'irrite vraiment de rencontrer des artisans très sérieux qui pâtissent de ce système et qui ont du mal à se faire comprendre de leurs clients.

En gros, il y a des émissions qui font du spectacle et qui se soucient peu de l'intérêt final du public, et donc du consommateur, et des émissions de service, comme celles que je défends, qui mettent vraiment en valeur les professionnels et la réalité de leurs métiers.

AVEZ-VOUS L'IMPRESSION QUE, GRÂCE À DES ÉMISSIONS COMME LA VÔTRE, L'ARTISANAT EST DEvenu À NOUVEAU TENDANCE ? Y A-T-IL UNE VOLONTÉ D'ENCOURAGER LES GENS À FAIRE APPEL AUX « VRAIS » ARTISANS ?

Je n'essaie non pas d'éveiller les consciences chez le consommateur mais leur bon sens ! Quand on a besoin d'une opération chirurgicale, on ne va pas voir son boulanger. Et bien, quand on a besoin de faire certains travaux dans sa maison, on fait appel à un artisan qualifié ! Ces gens ont été formés, savent en général optimiser le moindre centimètre carré, sont efficaces... C'est un véritable gain

de temps et d'argent que de faire appel à eux en première intention !

DANS LA MAISON FRANCE 5, LA SÉQUENCE « RENCONTRE » EST DÉDIÉE À UN ARTISAN EN PARTICULIER. COMMENT LES SÉLECTIONNEZ-VOUS ?

On essaye de faire connaître des métiers totalement inconnus du grand public. Tout le monde visualise le travail d'un souffleur de verre, mais peut-on dire la même chose d'un « rampiste » ? Ces artisans capables de créer une rampe en tournant une pièce de bois d'un seul tenant, parfois sur plusieurs mètres de longueur ? Ce sont ces talents et ces savoir-faire que l'on veut mettre en avant ! Les artisans font leur métier. Ils ne sont ni des communicants ni des publicitaires, c'est pourquoi c'est important de leur donner un coup de pouce et de la visibilité.

i

Découvrez l'intégralité
de cette interview sur notre site
www.lemondedesartisans.fr



HASARD OU PASSION ?

« Le fait de faire une émission consacrée à la décoration correspond à une vraie passion ! Mon père était bricoleur et mon ex-beau-père compagnon, tailleur de pierre et antiquaire – le cumul des mandats en quelque sorte... J'ai donc toujours baigné dans cet univers du bâtiment, de la décoration et j'ai de tout temps été très intéressé par les différentes techniques que ces métiers supposaient. »

Voici la crème de la

CRÈME!

En partenariat avec



Talents
Gourmands | Des Savoie
Crédit Agricole 2017

Découvrez les lauréats de votre région :

M. Philippe Héritier



Catégorie **Agriculteur**
Domaine des Orchis
705, route de l'École de l'Agriculture
74330 Poisy

M. Cédric Pernot



Catégorie **Artisan**
Au Fidèle Berger
15, rue de Boigne
73000 Chambéry

M. Freddy Costil



Catégorie **Restaurateur**
Au Fil du Thiou
5, passage des Bains
74000 Annecy

Retrouvez l'ensemble des résultats sur talents-gourmands.fr



édition
Gourmand

06/2017 - Épisode 158 - Édité par Crédit Agricole Des Savoie, agréé en tant qu'établissement de crédit - SCrédit Agricole des Savoie - 302 959 491 RCS Annecy - ORIAS n°07 027 477. Crédit photo : © Anne-Emmanuelle Thion - BERTS



Innovation
that excites



NISSAN NAVARA
King Cab dci 160 OPTIMA
▶ **229 € HT / MOIS**⁽¹⁾

EN CREDIT-BAIL SUR 60 MOIS ET 100 000 KM
INCLUANT L'ENTRETIEN, L'ASSISTANCE ET
LA GARANTIE SUR 5 ANS.

NISSAN NV200 FOURGON
4 PORTES dci 90 OPTIMA
▶ **129 € HT / MOIS**⁽²⁾

SOUS CONDITION DE REPRISE
EN CREDIT-BAIL SUR 60 MOIS ET 100 000 KM
INCLUANT L'ENTRETIEN, L'ASSISTANCE ET
LA GARANTIE SUR 5 ANS.

NOUVEAU NISSAN NV300 FOURGON
L1H1 2T8 dci 120 OPTIMA
▶ **139 € HT / MOIS**⁽³⁾

SOUS CONDITION DE REPRISE
EN CREDIT-BAIL SUR 60 MOIS ET 100 000 KM
INCLUANT L'ENTRETIEN, L'ASSISTANCE ET
LA GARANTIE SUR 5 ANS.

NISSAN NV400 FOURGON
L1H1 2T8 dci 110 OPTIMA
▶ **149 € HT / MOIS**⁽⁴⁾

SOUS CONDITION DE REPRISE
EN CREDIT-BAIL SUR 60 MOIS ET 100 000 KM
INCLUANT L'ENTRETIEN, L'ASSISTANCE ET
LA GARANTIE SUR 5 ANS.



**5 ANS DE GARANTIE SUR NOS UTILITAIRES*.
JOUEZ LES PROLONGATIONS AVEC NISSAN.**



NISSAN CHAMBÉRY
200, rue Sébastien Charletty • 73490 LA RAVOIRE

04 79 71 09 40 • Nissan Chambéry • www.groupe-maurin.com

Nissan, partenaire officiel de l'UEFA Champions League.

Rendez-vous dès maintenant sur nissan-entreprise.fr

Innovet Autrement. *Garantie constructeur 5 ans limitée à 160 000 km (sauf gamme e-NV200 2017 : garantie 5 ans limitée à 100 000 km - dont 3 ans de garantie constructeur et 2 ans d'extension de garantie) et à 3 ans pour les pièces de carrosserie et peinture. Voir détails sur conditions générales de garantie et d'extension de garantie. (1) Exemple en crédit-bail maintenance sur 60 mois, pour un Nissan NAVARA King Cab dci 160 Optima neuf, au prix remis de 12 965 € HT soit une remise de 4 883 € HT, par rapport au prix tarif du 01/04/2017 de 2 7125 € HT, avec premier loyer majoré de 6 726 € HT, 59 loyers de 229 € HT/mois. En fin de contrat, option d'achat finale de 7 459 € HT. Coût total en cas d'acquisition 27 696 € HT. Assistance au véhicule et aux personnes incluse. **Modèle présenté** : Nissan NAVARA Double Cab dci 160 Tekna avec peinture opaque en crédit-bail pour 260 € HT/mois avec un premier loyer majoré de 7 945 € HT. (2) Exemple en crédit-bail maintenance sur 60 mois, pour un Nissan NV200 FOURGON 4 portes dci 90 Optima neuf, au prix remis de 12 965 € HT soit une remise de 6 386 € HT, par rapport au prix tarif du 01/04/2017 de 19 350 € HT, avec premier loyer majoré de 5 921 € HT, 59 loyers de 129 € HT/mois. En fin de contrat, option d'achat finale de 4 791 € HT. Coût total en cas d'acquisition 16 323 € HT. Assistance au véhicule et aux personnes incluse. **Modèle présenté** : Nissan NV200 FOURGON 4 portes dci 90 N-Connecta avec peinture opaque en crédit-bail pour 133 € HT/mois avec un premier loyer majoré de 4 082 € HT. (3) Exemple en crédit-bail maintenance sur 60 mois, pour un Nissan NV300 FOURGON L1H1 2T8 dci 120 Optima neuf, au prix remis de 17 622 € HT soit une remise de 9 078 € HT, par rapport au prix tarif du 01/04/2017 de 26 700 € HT, avec premier loyer majoré de 5 298 € HT, 59 loyers de 139 € HT/mois. En fin de contrat, option d'achat finale de 6 696 € HT. Coût total en cas d'acquisition 20 195 € HT. Assistance au véhicule et aux personnes incluse. **Modèle présenté** : Nissan NV300 FOURGON L1H1 2T8 dci 125 S&S N-Connecta avec peinture opaque en crédit-bail pour 148,06 € HT/mois avec un premier loyer majoré de 5 684 € HT. (4) Exemple en crédit-bail maintenance sur 60 mois, pour un Nissan NV400 FOURGON L1H1 2T8 dci 110 Optima neuf, au prix remis de 16 684 € HT soit une remise de 10 667 € HT, par rapport au prix tarif du 01/04/2017 de 27 350 € HT, avec premier loyer majoré de 5 037 € HT, 59 loyers de 149 € HT/mois. En fin de contrat, option d'achat finale de 6 627 € HT. Coût total en cas d'acquisition 20 454 € HT. Assistance au véhicule et aux personnes incluse. **Modèle présenté** : Nissan NV400 FOURGON L1H1 2T8 dci 110 N-Connecta avec peinture opaque en crédit-bail pour 166 € HT/mois avec un premier loyer majoré de 5 787 € HT. (5) ou reprise de votre véhicule par votre concessionnaire pour ce montant diminué des éventuels frais de remises en état standard et des kilomètres supplémentaires, selon conditions générales Argus. Le montant de la reprise servira à solder votre crédit-bail. Sous réserve d'acceptation du dossier par la Diac, SA au capital de 61 000 000 € et établissement de crédit et intermédiaire en assurances. Siège social : 14 avenue du Pavé Neuf - 93168 Noisy-le-Grand Cedex - SIREN 702 002 221 RCS Bobigny. N°ORIAS : 07 004 966 www.orias.fr. Assistance souscrite par Diac auprès d'AXA Assistance France Assurances, "Société d'assistance régie par le Code des Assurances" S.A. au capital de 7 275 660 €, immatriculée sous le N° SIREN 451 302 724 R.C.S. Nanterre - Siège social : 6 rue André Gide 92321 Châtillon Cedex dont les opérations sont soumises à l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution - 61 rue Titbout 75009 Paris. Offre non cumulable réservée aux artisans, commerçants, sociétés (hors loueurs, administrations, clients sous protocoles nationaux ou régionaux), valable du 01/04/2017 au 30/06/2017, dans la limite des stocks disponibles sur la gamme EURO 6, dans les points de vente NISSAN participants, intermédiaires non exclusifs.

Extension de garantie :
1€ / mois.*



Garantie jusqu'à 4 ans pour 1 € / mois* sur toute la gamme : parce que l'excellence professionnelle exige des outils à la hauteur.



Véhicules Utilitaires

*Offre valable pour toute la gamme véhicules utilitaires du 01/05 au 31/07/2017 sous condition de souscription à un crédit-bail de 36 à 48 mois, non cumulable, réservée à la clientèle professionnelle chez tous les Distributeurs Volkswagen Utilitaires présentant ce financement, sous réserve d'acceptation du dossier par Volkswagen Bank (SARL de droit allemand, capital 318 279 200 €, succursale France : Bt Ellipse 15 av. de la Demi-Lune 95700 Roissy en France, RCS Pontoise 451 618 904, mandataire d'assurance et mandataire d'intermédiaire d'assurance enregistré à l'ORIAS 08 040 267). Garantie additionnelle incluse dans les loyers : 1€/ mois sur toute la durée du crédit-bail, souscrite auprès d'Opteven Assurances (société d'assurance et d'assistance, capital 5 335 715 €, siège social 35-37, rue L. Guérin, 69100 Villeurbanne, RCS Lyon n° 379 954 886 régie par le Code des assurances et soumise au contrôle de l'ACPR).

Volkswagen Group France SA - 11 avenue de Boursonne Villers-Cotterêts - RCS SOISSONS B 602 025 538.
Volkswagen Véhicules Utilitaires recommande **Castrol EDGE Professional**.

POINTS VENTE & SERVICES

ALBERTVILLE
04 79 32 31 97

CHAMBÉRY
04 79 68 33 40

ST-JEAN-DE-MAURIENNE
04 79 64 26 63

POINTS SERVICES

AIX-LES-BAINS PONTCHARRA

Jean Lain
AUTOMOBILES

SERVICES PRO

WWW.JEANLAIN.COM