

ENTREPRENDRE

en Beaujolais

DOSSIER

La dynamique
des services
en Beaujolais

SE
Salon de
L'ENTREPRISE
Parc Expo • VILLEFRANCHE

PARCEXPO
VILLEFRANCHE

jeudi 5 novembre 2015
de 9 h à 20 h

La CCI du Beaujolais votre partenaire formation



Notre centre
est certifié
ISO 9001

LANGUES

- Anglais, Allemand, Espagnol, Italien sur mesure dans votre entreprise
- Anglais : Stages intensifs d'une semaine pour les adultes tout l'été
- Anglais cours du soir ou en journée tout niveau : démarrage septembre
- Espagnol cours du soir : démarrage septembre
- Anglais Intensive Week : tout niveau
- Certifications : TOEIC, BULATS, VOLTAIRE

COMPTABILITE-GESTION

- Comptabilité pour non comptable : 7, 11 et 14 septembre
- Tenir ses comptes au quotidien : 18, 21, 25 et 28 septembre
- Gérer et suivre les coûts : 28 septembre
- Etablir ses comptes de fin d'exercice : 2, 9, 16 et 23 octobre
- Etablir une déclaration de TVA : 5 octobre
- Finance pour non financier : 6 et 13 octobre
- Initiation à la fiscalité d'entreprise : 6, 13 et 20 novembre
- Les bases de la paie (Niveau 1) : 2, 9 et 16 octobre
- Les déclarations sociales : 12 et 19 octobre
- Le comptable unique dans la PME : 1, 8 et 22 octobre

MANAGEMENT - COMMUNICATION - RESSOURCES HUMAINES

- Réussir ses entretiens annuels : 5 et 6 octobre
- Conduire et animer un projet : 14, 15, 21 et 28 septembre
- Sensibilisation aux RPS : 8 octobre
- L'essentiel en droit du travail : 12 et 13 octobre
- Savoir recruter : 1^{er} et 2 octobre
- Exercer le rôle de tuteur : 5 octobre
- Prendre la parole en public : 1^{er}, 2 et 9 octobre
- Formation de formateurs : 24, 25, 30 septembre, 8 octobre
- Gérer son stress : 14 et 15 septembre
- Rédiger aisément des écrits professionnels : 5, 6 et 15 octobre
- Construire son projet professionnel : 12 et 13 octobre

VENTE-RELATION CLIENT

- Construire une stratégie marketing performante : 12 et 13 octobre
- La négociation commerciale : 17, 18, 24 sept et 1^{er} octobre
- Accueil : la relation client en face à face : 12 et 13 octobre
- Accueil : la relation client au téléphone : 21 et 22 septembre

INTERNATIONAL

- Maîtriser les fondamentaux du commerce international : 2, 9 et 12 octobre
- Crédits documentaires : 5 et 6 novembre

ACHATS

- Perfectionnement à la négociation des achats : 20 novembre, 14 et 15 décembre

QUALITE - HYGIENE - SECURITE

- Membres du CHSCT : 5, 6 et 12 octobre
- Les règles d'hygiène alimentaire dans la restauration : 5 et 6 octobre
- SST : 28 et 29 septembre
- SST (recyclage) : 12 octobre

BUREAUTIQUE - INTERNET & WEB MARKETING

- Je me mets à l'informatique : 17 et 18 septembre
- WINDOWS : 25 septembre
- WORD Fonctions de base : 29 sept et 1^{er} octobre
- WORD Faux débutants : 1^{er} et 6 octobre
- WORD Mailing, modèles et formulaires : 15 octobre
- WORD Trucs-astuces : 8 octobre
- EXCEL Fonctions de base : 6 et 13 octobre
- EXCEL Faux débutants : 5 et 12 octobre
- EXCEL Trucs et astuces : 29 septembre
- EXCEL Base de données et tableaux croisés dynamiques : 8 octobre
- EXCEL Fonctions avancées : 13 octobre
- OUTLOOK fonctions de base : 12 octobre
- PHOTOSHOP : 2 octobre
- PUBLISHER : 9 octobre
- PCIE Passeport de Compétences Informatique Européen : Nous consulter
- Booster son activité grâce aux réseaux sociaux : 18 septembre
- Créer un e-mailing et une newsletter : 25 septembre
- Piloter son trafic avec Google Analytics : 16 octobre



Retrouvez toutes nos formations sur :
www.beaujolais-cci.com

Pour plus d'information, toute notre équipe
est à votre disposition au 04 74 62 95 89
E-mail : formation@villefranche.cci.fr

CCI formation



Réalisation :
Chambre de Commerce
et d'Industrie de Villefranche
et du Beaujolais
317 Bd Gambetta - BP 70427
69654 Villefranche sur Saône
Cedex
Tél. : 04 74 62 73 00
Fax : 04 74 65 31 79
www.beaujolais-cci.com
E-mail : cci@villefranche-cci.fr

ISSN 1951-0918

**Directeur
de la publication :**
Noël COMTE

**Coordination de
la réalisation :**
Elisabeth MENZEN

Rédactrice en chef :
Elisabeth BALLERY

Rédaction :
Agence de presse Be-press
(E. Cheze, F. Sigot)

Photos :
Francis Manard

Credits photos :
A/S Perrin,
Escargots Fermiers Bresse,
Le Domaine d'Archangebaud,
Mont Brouilly Informatique,
shutterstock.com
Tous droits réservés.
Reproduction interdite
sauf accord de la direction
Entreprendre en Beaujolais

**Montage et réalisation
du magazine :**
rougeVERT - www.rougevert.fr
69400 Villefranche sur saône

**Finage,
impression, façonnage
Imprimerie Clisat
41540 Saint-Luz-la-Pendue**

Adhérent :



Abonnement
8 € (4 numéros par an)
Tirage : 7000 exemplaires

4 TABLEAUX DE BORD

5 ÉDITORIAL

6 ACTUALITÉS

8 PRODUITS

10 DOSSIER
La dynamique des services
en Beaujolais



P. 10
DOSSIER

17 MARQUE TERRITORIALE
Tous unis derrière
« trèsBeaujolais » !



P. 17
MARQUE TERRITORIALE

18 INNOVATION
Minjard Emballages mise
sur le virtuel 3D

19 IMPLANTATION
Sic-Marking
dans de nouveaux murs



P. 19
IMPLANTATION

20 COMMERCE
La librairie Myrtille
soigne l'accessibilité

21 À TABLE
Le soleil se lève sur l'Auberge
de Corcelles

22 ACTUALITÉS JURIDIQUES

**23 DOSSIER RHÔNE-ALPES
ÉCONOMIE**
Numérique : Les clés
d'une transition réussie

31 ACTUALITÉS CCI

- Salon de l'Entreprise
- Collecte des déchets,
faites des économies !
- Pack Performance Commerce
de proximité : Une offre
conçue spécialement
pour les commerçants !
- Lancement des travaux
de la zone d'Orcel...

AGENDA

20 juillet 2015
RV d'experts INPI à la CCI

21 juillet 2015
10 clés pour entreprendre à la CCI

25 août 2015
10 clés pour entreprendre à la CCI

1 et 2 septembre 2015
Stage Auto-entrepreneur

3 septembre 2015
Rencontre du Club
Beaujolais Val de Saône

8 et 22 septembre 2015
10 clés pour entreprendre à la CCI

9 septembre 2015
Rencontre du Club des Entrepreneurs
de la région de Beaujeu

14 septembre 2015
RV d'experts juridique à la CCI

15 septembre 2015
RV d'experts-comptables à la CCI
RV d'experts international

16 septembre 2015
RV d'experts INPI à la CCI

17 septembre 2015
Rencontre du Club Entreprendre
Anse-Limas

21, 22, 23, 24, 25 et 30 septembre 2015
5 jours pour Entreprendre : Formation
pour les futurs créateurs et repreneurs
à la CCI

6 et 20 octobre 2015
10 clés pour entreprendre à la CCI

12 octobre 2015
RV d'experts Juridique à la CCI

13 octobre 2015
RV d'experts comptables à la CCI

14 octobre 2015
RV d'experts INPI à la CCI

20 octobre 2015
RV d'experts international

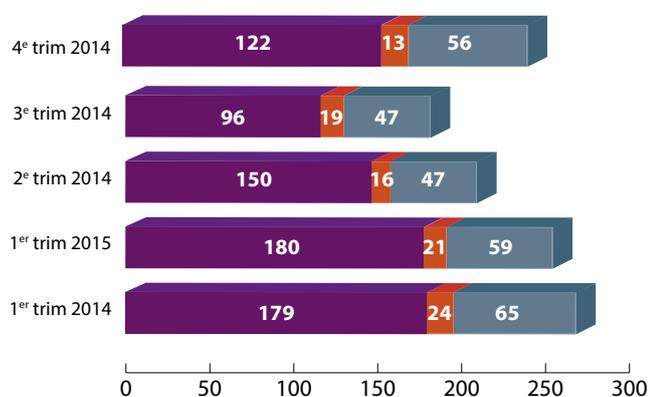
Contact CCI :
Dominique Cérutti
Tél. : 04 74 62 73 00

➤ Vous souhaitez
recevoir la **NEWSLETTER**
de la CCI du Beaujolais

➤ Vous souhaitez connaître
les coordonnées
des entreprises citées
dans ce numéro

Indicateurs économiques du Beaujolais

Les créations et reprises d'entreprise en Beaujolais



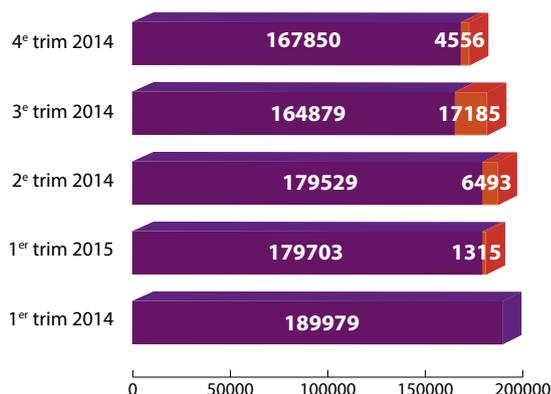
Source : CCI ■ Créations pures ■ Reprises ■ Transferts

Nombre de visiteurs dans les Offices de Tourisme en 2014

OFFICES DE TOURISME	NOMBRE DE VISITEURS EN 2014
VILLEFRANCHE BEAUJOLAIS (Villefranche sur Saône)	15 115
BEAUJOLAIS VAL DE SAONE (Belleville, Saint-Lager)	14 760
AU CŒUR DU BEAUJOLAIS (Beaujeu, Fleurie)	14 160
BEAUJOLAIS PIERRES DOREES (Anse, Oingt)	12 030
HAUT BEAUJOLAIS (Monsols)	13 260

Source : observatoire Rhône Tourisme

Trafic marchandises au port de Frans et port Nord



Source : CCI ■ Trafic voie fluviale ■ Trafic voie ferrée

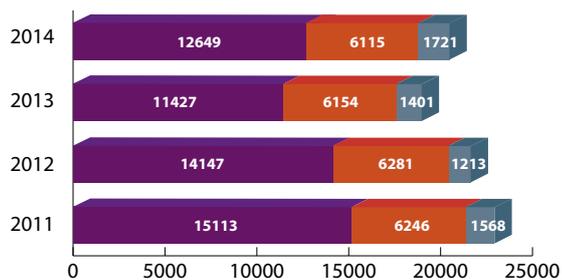
Fréquentations des musées et activités de loisirs en 2014

FRÉQUENTATIONS DES MUSÉES	COMMUNE	ENTRÉES
Le Musée Paul Dini	Villefranche/Saône	23 800
L'Espace pierres Folles	Saint-Jean-des-Vignes	15 430
Les Sources du Beaujolais	Beaujeu	19 090
La Tour d'Oingt	Oingt	9 670
Le chemin de fer touristique	Anse	6 520
Musée de l'histoire du vigneron	Ternand	6 110
L'espace de musique mécanique	Oingt	5 790
Au fil des arbres	Blacé	5 440
Le Prieuré	Salles-Arbuissonnas en Beaujolais	5 040

LES PARCS ET BASES DE LOISIRS	COMMUNE	ENTRÉES
Plan d'eau du Colombier	Anse	63 000
Plan d'eau du Bordelan	Villefranche/Saône	8 310

Source : observatoire Rhône Tourisme

Mouvements sur l'aérodrome de Villefranche-Tarare



Source : CCI ■ Avion ■ Helico ■ ULM

Fréquentation des principaux festivals et manifestations en 2014

FESTIVALS ET MANIFESTATIONS	COMMUNE	ENTRÉES
Festival des aquarellistes	Bagnols	10 000
Festival en Beaujolais, Continents et Cultures	Villefranche/Saône	6 050
Le petit festival des dindes folles	Rivolet	4 550
Festival du cinéma francophone	Beaujolais	4 500
Nouvelles Voix	Villefranche/Saône	4 200

Source : observatoire Rhône Tourisme

La singularité au fondement de l'identité !

Proche de Lyon et si différent, le Beaujolais se distingue par sa singularité et son authenticité liées à son caractère rural. La vigne a façonné ses paysages, forgé le caractère des hommes et des femmes de ce territoire, et donné naissance aux premières industries. Cette terre hospitalière et solidaire est un terreau fertile d'entrepreneurs, à laquelle la CCI du Beaujolais apporte sa contribution en vision prospective et en services de proximité.



Ici, en Beaujolais, l'entrepreneur bénéficie, d'un personnel qualifié - il est à noter que le campus du Martelet à Limas proposant de nouvelles formations ouvrira prochainement ses portes -, de voies de communication fluides, de la proximité de la Métropole lyonnaise dans une relation de territoire d'influence choisie et non subie, d'un environnement de travail agréable, de l'appui d'acteurs économiques engagés à ses côtés comme le sont au quotidien les chefs d'entreprise élus à la CCI du Beaujolais.

Depuis les dispositifs d'accompagnement à la création-reprise d'entreprises jusqu'à l'accompagnement à l'implantation, au numérique, au développement commercial, à l'innovation, à l'international, à l'environnement... la CCI et ses partenaires proposent des programmes adaptés sur le Beaujolais et au-delà, aussi bien pour favoriser l'essor de l'entrepreneur que pour répondre à ses difficultés.

Le Beaujolais dispose d'équipements structurants, souvent propriété mais surtout gérés par la CCI qui porte les investissements et s'attache à toujours garantir l'équilibre économique de son exploitation, comme toute entreprise responsable. Ainsi, le port de commerce à Villefranche-sur-Saône, deuxième port fluvial de l'axe Rhône-Saône par lequel transite annuellement 1,5 à 2 millions de tonnes de marchandises, participe au réseau Medlinkports sur le Bassin Saône-Rhône. Ce réseau vise notamment à renforcer l'intérêt des industriels exportateurs vers l'ouverture maritime sur la Méditerranée. Autre équipement, ParcExpo, parc des expositions et des congrès d'influence régionale, accueille chaque année plus de 160 000 visiteurs sur une cinquantaine de manifestations. Enfin, l'aérodrome de Villefranche-Tarare à Frontenas, auquel est associée une zone d'activité à vocation industrielle de maintenance aéronautique, enregistre 22 000 mouvements par an.

Le Beaujolais offre ainsi une réelle alternative à tous, entrepreneurs, salariés, citoyens consommateurs de tous âges, qui souhaitent être proches de Lyon devenue Métropole, sans devoir s'y rendre pour la moindre formalité, sans être envahis par une urbanisation dense, sans ressentir l'effet d'être une banlieue éloignée de tout pôle de compétences.

C'est pourquoi la marque territoriale partagée trèsBeaujolais est l'aboutissement de la démarche volontaire initiée par les acteurs économiques, auxquels se sont joints les acteurs socio-économiques, et relayée par les élus politiques pour mettre en lumière cette identité, soulignant encore et toujours qu'ils sont proches et distincts de la Métropole lyonnaise, en complémentarité évidente avec elle sur nombre de vecteurs comme le tourisme, et valider aussi son nécessaire positionnement spatial dans la galaxie régionale multipolaire, autour d'une Métropole dont le rayonnement sera magnifié par les richesses et la beauté des territoires qui l'environnent.

A tous et toutes, je souhaite un très bel été, un été trèsBeaujolais !

Noël Comte
Président

Sotradel expérimente le gaz naturel de véhicule

EBS Emballage voit plus grand

Spécialiste de la fabrication d'emballages en bois, EBS Emballage (CA : 7 M€ ; 40 personnes) vient de lancer les travaux de construction d'une plate-forme de stockage du bois sur son site de Propières. « Nous disposerons d'environ 4000 m² d'espace. Nous en profiterons pour déplacer l'activité de débit du bois afin que l'organisation des activités soit plus rationnelle », explique Fabrice Vacheron, directeur général de l'entreprise qu'il dirige avec son père et son frère. En croissance régulière depuis de nombreuses années, EBS Emballage investit également sur le site de Mâcon sur un terrain de 15 000 m² à proximité de la bretelle autoroutière Mâcon Sud. « Nous allons créer ici une nouvelle activité de valorisation des emballages bois usagés », annonce Fabrice Vacheron. Le site sera ainsi doté d'une unité de broyage des caisses et palettes en fin de vie pour en faire des plaquettes destinées aux chaufferies industrielles. Un nouveau challenge pour l'entreprise familiale créée en 1993.

Sotradel (président : Noël Comte ; 150 personnes), acteur du transport et de la logistique industrielle, a testé il y a quelques semaines le prototype du premier tracteur routier maxi-code (44 tonnes) alimenté en gaz comprimé, mis à sa disposition par le constructeur Scania, ainsi qu'un véhicule porteur Renault Trucks. Cette expérimentation s'inscrit dans le cadre du projet d'innovation Equilibre, initié dès 2011 par 6 transporteurs dont Sotradel, réunis au sein du Cluster Logistique Rhône-Alpes. Avec ce projet, Sotradel et ses partenaires constructeurs et fournisseurs d'énergie entendent valider les atouts de l'utilisation du GNV (Gaz naturel de véhicule). À l'issue de cette phase de tests préliminaires en conditions réelles d'exploitation des véhicules fournis par les constructeurs ayant répondu à l'appel à



projet, les transporteurs sélectionneront 15 véhicules, qu'ils acquerront d'ici la fin 2015 pour une expérimentation approfondie sur deux années. Sotradel s'engage dans cette expérimentation avec l'acquisition de deux tracteurs routiers et

un camion porteur. Véritables laboratoires mobiles, ces véhicules seront équipés de capteurs permettant de mesurer les performances environnementales et économiques en conditions réelles d'exploitation, sur tous les profils routiers. (ville, route, montagne...). Les données collectées via le monitoring embarqué seront modélisées par des laboratoires lyonnais, pour documenter les membres du consortium Equilibre en vue de définir les moteurs de demain. L'ADEME et l'Etat soutiennent le projet dont ils attendent de réelles avancées technologiques.

L'objectif des transporteurs impliqués dans cette expérimentation est en ligne avec leur engagement sociétal et vise à réaliser à l'avenir leurs prestations avec des véhicules performants et respectueux de l'environnement. ■

Rod&Sev renouvelle l'offre à Propières

Rodolphe et Séverine Botteron sont installés depuis octobre dernier à la tête de l'hôtel, restaurant de Propières. « Notre établissement est familial et nous privilégions la convivialité », explique Séverine Botteron. Le couple propose un large éven-

tail de prestations qui comprend bar, restaurant, mais aussi 7 chambres d'hôtel et un service traiteur. « Notre clientèle est très variée. Nous avons aussi bien des salariés qui viennent prendre leur repas à midi que des marcheurs qui empruntent le GR7 ou des bucherons qui

apprécient de trouver un établissement qui les accueille au pied des forêts où ils interviennent. Sans compter les habitants de Propières et de ses environs », décrit Séverine Botteron. ■

En bref

Un nouveau départ pour la Librairie du Bois d'Oingt

Reprise en début de printemps par Carole Crémois, la Librairie Buisantine est devenue la Librairie Cassiopée, avec à la clé quelques nouveautés. « J'ai étoffé l'offre

d'ouvrages et augmenté le rayon jeux. Par ailleurs, je propose désormais des DVD et j'organise régulièrement des rencontres d'auteurs », explique la responsable de la librairie qui connaît bien l'activité. Carole Crémois travaillait en effet

depuis quatre ans à la librairie. Elle est pour l'instant seule mais sera rejointe par une apprentie dès la rentrée. ■

La filière numérique beaujolaise partage ses savoir-faire

La première édition s'était déroulée en 2013 dans le cadre du Salon de l'Entreprise organisé par la CCI du Beaujolais. En 2015, c'est dans les locaux d'E-Cité, la pépinière des entreprises e-commerce de Villefranche, que le Village Numérique du Beaujolais a réuni une trentaine d'acteurs de la filière. Le 25 juin, le temps d'une après-midi et d'une soirée, ces entreprises ont pu présenter l'éventail de leur savoir-faire. « Notre objectif est de fédérer les acteurs du numérique du territoire pour faire en sorte

que ces entrepreneurs et leurs potentiels donneurs d'ordres se connaissent et puissent travailler ensemble », souligne Marine Descombe, membre de la jeune Chambre Economique du Beaujolais et co-directrice du Village Numérique en Beaujolais. Entre tables rondes, speed dating et mini ateliers, chacun a pu mettre en avant ses compétences et les visiteurs identifier les leviers de croissance apportés par le numérique. En marge des rencontres, trois porteurs de projets d'entreprise s'appuyant sur le numé-

rique, retenus suite à un appel à projets lancé il y a quelques mois, ont été mis en avant. Le premier prévoit la mise en place d'outils numériques pour favoriser la formation et le conseil autour des allergies alimentaires. Le deuxième vise la vente de consommables d'impression par des distributeurs automatiques. Le dernier propose de faciliter la traçabilité des prélèvements sanguins réalisés par les professionnels de santé au domicile des patients. ■

Initiative Beaujolais distingue les entrepreneurs

L'association d'aide et de financement des entreprises du Beaujolais a profité de son assemblée générale pour mettre à l'honneur un de ses membres et une entreprise accompagnée. Jean Yerdamian a ainsi été distingué pour le travail mené depuis de nombreuses années pour accompagner les entrepreneurs en tant que membre du comité d'engagement. Puis Défimétal, société de tôlerie et chaudronnerie, a été saluée pour sa réussite. « Désormais, chaque année lors de la remise des diplômes aux entreprises, nous distinguerons les plus belles réussites et ceux qui y participent », indique Yves Tardy, président de l'association. L'assemblée générale a aussi été l'occasion de revenir sur le bilan de l'année écoulée : « nous avons financé 27 projets en accordant 309 500 euros de prêts d'honneur et 60 emplois ont pu être créés ou sauvegardés ». Deux autres chiffres retiennent l'attention : 87% des sociétés soutenues par Initiative Beaujolais sont encore en activité au bout de 3 ans (contre 66% en moyenne nationale). A cinq ans, ces données s'établissent respectivement à 82% (52% en France). « Il faut y voir l'importance des parrains qui épaulent nos entrepreneurs », assure le président.

Une exposition exceptionnelle sur le Postimpressionnisme

Le Musée Paul Dini est parvenu à réunir auprès de Musées publics, dont le Musée d'Orsay et des collectionneurs privés, des trésors de la période postimpressionnisme. Ces tableaux seront rassemblés dans l'exposition « le Postimpressionnisme et Rhône-Alpes », présentée à partir du 11 octobre au musée caladois. « La notion de Postimpressionnisme est née en Angleterre en 1910, et elle a ensuite été reprise. À travers cette exposition exceptionnelle, nous souhaitons montrer au public des œuvres

de peintres de la région lyonnaise tels que Jean Puy, Étienne Morillon, Georgette Agutte, Adrien Godien, Léon Pourtau et Maurice Tête, mais aussi des artistes venus d'autres régions qui étaient notamment présents à l'Exposition internationale des Beaux-Arts de Lyon en 1914 », retrace Sylvie Carlier, conservatrice en chef du musée Paul Dini. Plus de 150 tableaux majeurs de cette époque, dont 19 issus de la collection du musée de Villefranche-sur-Saône, seront ainsi réunis pour cette exposition exceptionnelle. ■



« Le Postimpressionnisme et Rhône-Alpes », Musée Paul Dini, du 11 octobre 2015 au 7 février 2016
Paul Signac - Le Château des Papes - 1909
Huile sur toile, 73,3 x 91,9 cm
Paris, musée d'Orsay ; © RMNGrand Palais (musée d'Orsay), cliché Hervé Lewandowski

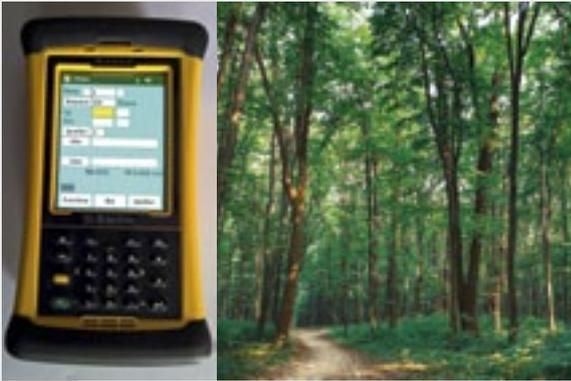
En bref

KA'S Shoes en ordre de marche

Depuis fin février, Karine Broaly propose une large gamme de chaussures sport et ville dans son magasin KA'S Shoes, à Anse. Une aventure commerciale partie d'un constat personnel : « pour trouver une paire de chaussures, notamment pour les adolescents qui sont nombreux ici

avec le collège, il fallait se déplacer à Villefranche ou Lyon. Les habitants ont désormais de quoi se chauffer dans leur ville », souligne Karine Broaly. Sa boutique propose également quelques accessoires et des bijoux fantaisie. En quelques mois, cette nouvelle enseigne a déjà su se constituer une clientèle locale.

« J'essaie d'être à l'écoute et de prendre en compte les remarques de mes clients. Par exemple, l'année prochaine, je vais proposer davantage de ballerines, pour avoir une offre qui va au-delà des modèles sportswear », annonce Karine Broaly. ■



La forêt gérée en quelques clics

Qu'il pleuve, qu'il neige, qu'il vente ou par grand soleil, les exploitants et gestionnaires forestiers sont sur le terrain. Pas facile dans ces conditions de s'armer de papier, crayons et mètre pour noter les dimensions et caractéristiques de chaque arbre à couper. Mont Brouilly Informatique a trouvé la parade. Cette entreprise d'Odenas a en effet mis au point un logiciel qu'elle a installé dans un ordinateur de poche (PDA) pour permettre aux forestiers de collecter toutes les données utiles à leur travail.

« Nous avons un logiciel pour estimer la valeur des arbres sur pied, un autre pour calculer le prix des arbres abattus, un pour le stérage et une solution pour le sciage », résume Claude Fourgoux, responsable de Mont Brouilly Informatique. Spécialement conçu pour les conditions extrêmes, cet assistant personnel résiste à tous les temps et à tous les terrains. Il permet aux forestiers à leur retour au bureau d'interagir avec une série de logiciels spécifiques à la filière bois et d'autres plus universels, puisque les données enregistrées dans le PDA peuvent être transférées sur un ordinateur et facilement exploitées. « Les forestiers gagnent du temps et peuvent gérer davantage d'informations », souligne Claude Fourgoux. Ce spécialiste développe des solutions uniquement pour le secteur forestier depuis de longues années. Vendus en direct par Mont Brouilly Informatique, les PDA sont également commercialisés via un réseau de distributeurs en France, mais aussi à l'étranger, notamment en Belgique, en Suisse et en Roumanie.

www.logicube.fr ■

L'escargot dans tous ses états

De la ponte à l'assiette ! Ainsi pourrait-on résumer le travail de Jean-Paul Bresse qui veille chaque année sur quelque 450 000 escargots de race *hélix aspersa maxima*, plus communément appelés Gros Gris. Ces gastéropodes naissent entre avril et mai au sein de sa ferme hélicicole située à Ambérieux d'Azergues et sont élevés jusqu'à l'automne dans de vastes parcs où ils se nourrissent exclusivement d'herbe et d'un mélange de maïs et soja. Les conditions idéales pour être fin prêts à l'entrée de l'hiver où leur existence s'achève dans le laboratoire de préparation de Jean-Paul Bresse, qui concocte plus d'une quinzaine de recettes à base d'escargots. « Nous proposons aussi bien les spécialités les plus communes comme les escargots au court bouillon ou au beurre persillé que d'autres plus élaborées, notamment des quiches, des croustades, des pâtes à tartiner ou des plats cuisinés et des veloutés », égraine l'éleveur d'escargots qui dans une autre vie était cuisinier. C'est pourquoi chaque spécialité est cuisinée sur place par Jean-Paul Bresse qui suit ainsi l'ensemble des opérations, de la ponte des escargots à leur transformation. Régulièrement, l'ex-chef agrmente ses gammes classiques d'une nouveauté qu'il a bien évidemment lui-même mise au point, comme ce fut le cas l'année dernière avec les raviolis d'escargot. Cette production fermière est vendue directement à la ferme où l'on peut également visiter l'élevage, mais aussi sur des marchés gourmands, au sein de boutiques de producteurs fermiers et auprès de quelques restaurateurs de la région.

www.escargots-fermiers-bresse.com ■



Des pièces sous haute protection



ATS Perrin est aux pièces métalliques de toutes formes et de toutes matières ce qu'un garde du corps est à son protégé. Contre la rouille, l'entreprise caladoise utilise la technique du zingage, un dépôt de zinc. Pour limiter les méfaits du frottement mécanique, elle met en œuvre la phosphatation qui recouvre la pièce d'une fine couche de fer et de manganèse. Pour augmenter la résistance à l'usure de l'aluminium, elle opte pour l'anodisation. Et quand il s'agit de donner un bel aspect noirci, c'est le procédé de brunissage à chaud qui est appelé à la rescousse. Ces solutions s'adaptent à tout type de pièces, quelles que soient leurs formes et leur taille. « Nous travaillons sur des pièces de quelques millimètres jusqu'à plusieurs mètres de long ou de diamètre », résume Franck Pion, gérant d'ATS Perrin. La diversité des techniques et des pièces va de pair avec celle des donneurs d'ordres. « Nous travaillons aussi bien pour les fabricants de machines outils, la mécanique, la chaudronnerie, la métallerie que pour le luxe ou l'aviation », explique le dirigeant qui parfois ignore tout ou presque de la destination finale de la pièce qu'il a protégée. « Certains clients souhaitent rester discrets. Dernièrement, nous avons eu à traiter une série de pièces en acier. Nous avons finalement su qu'elles entraient dans la réalisation d'un pont du Bosphore », confie le gérant de cette entreprise de trois personnes, qui protège chaque année plusieurs millions de pièces métalliques.

www.ats-perrin.fr ■

Ce soir, on dort à la cime d'un arbre !

Menusier de formation, Yoann Aujogues a exercé son métier pendant plusieurs années sans songer à construire des cabanes. Un cadeau reçu par son père et une reconversion professionnelle l'ont mis sur cette voie il y a un peu plus d'un an. Le jeune homme a donc ouvert en juillet dernier le Domaine d'Archambaud à Quincié-en-Beaujolais. Sur deux hectares, trois cabanes sont installées, dont deux perchées dans les arbres. L'une est réservée aux couples, et les autres peuvent accueillir 5 et 6 personnes. Entièrement dessinés et construits par Yoann Aujogues, ces hébergements insolites permettent de passer une à plusieurs nuits totalement hors du temps, dans une literie des plus confortables, avec ce qu'il faut d'équipements d'hygiène puisque chaque cabane dispose de toilettes sèches et d'un point d'eau. Quant au petit-déjeuner, il est déposé chaque matin au bout d'une poulie et se hisse facilement sur la terrasse. « Les clients apprécient le calme et la nature. Ils se réveillent avec le chant des oiseaux et prennent leur petit-déjeuner en regardant les écureuils sauter d'arbres en arbres », explique le créateur. Il s'est remis à sa table à dessin pour imaginer les plans d'une quatrième cabane qu'il espère pouvoir construire dans les prochains mois. Une cinquième est aussi sur les rails.

www.ledomainedarchambaud.com ■



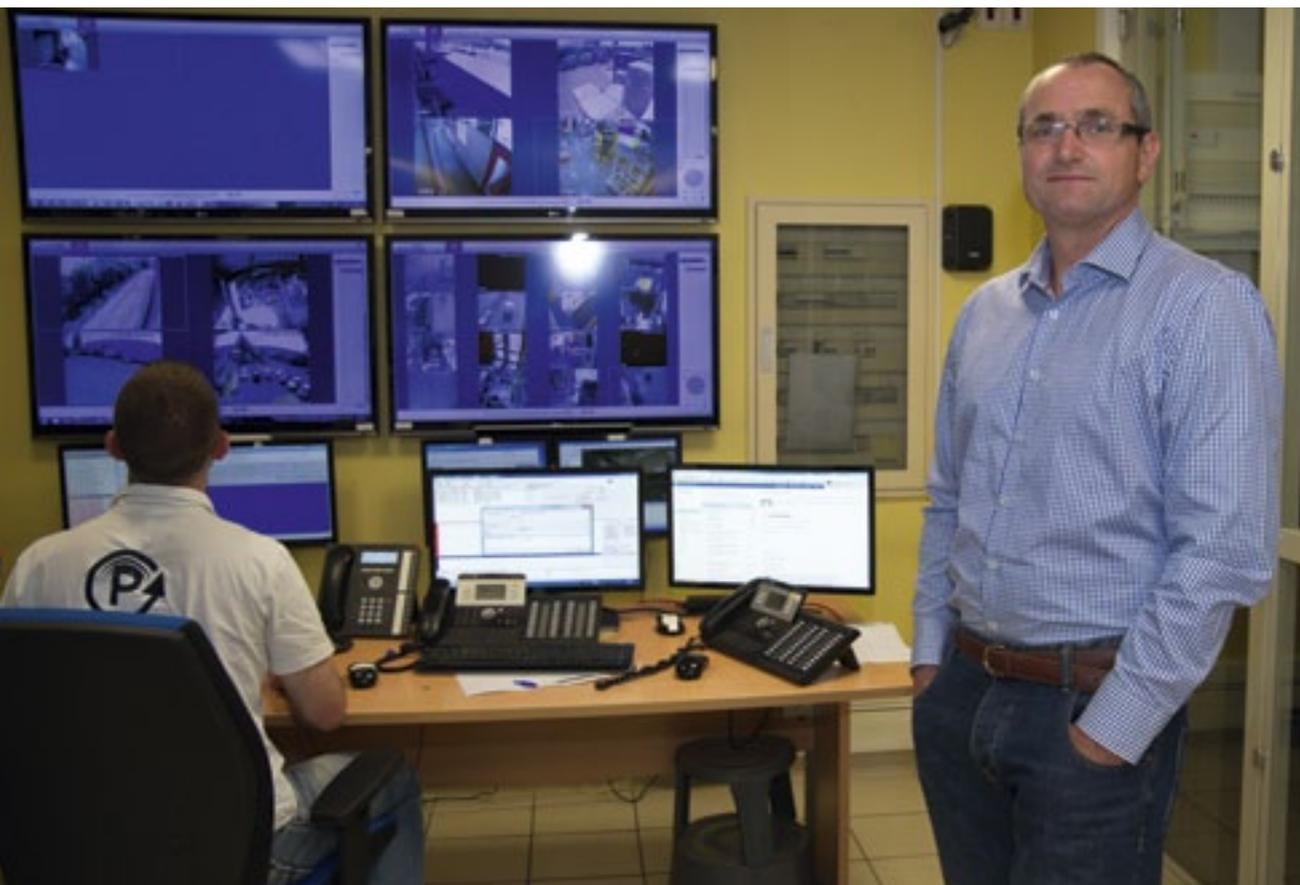


Depuis 20 ans, les activités tertiaires sont en plein essor, jusqu'à représenter 80 % du PIB français en 2010. Traditionnellement industriel, le Beaujolais a lui aussi entamé sa mue et le nombre de prestataires de services n'a cessé d'augmenter. Résultat : il concentre aujourd'hui des savoir-faire hautement spécialisés. Zoom sur ces entreprises peu connues du grand public et qui font rayonner le territoire à l'extérieur.

La dynamique des services en Beaujolais

Les chiffres sont éclairants : la CCI du Beaujolais enregistre près de 3 100 prestataires de services en 2015 (45 % des établissements) pour 16 800 salariés (31 % des effectifs totaux). Avec une augmentation de 62 % en dix ans, le tertiaire s'est considérablement développé. Et contrairement

à d'autres territoires plus spécialisés, en informatique par exemple, les créations d'entreprises récentes laissent apparaître une diversité de compétences en Beaujolais, notamment en termes de services B2B, de l'ingénierie industrielle au médical en passant par la sécurité ou encore l'assistance commerciale.



Procelec joue la carte de la sécurité de proximité

Fondée en 1977, l'entreprise, après des débuts dans l'électricité, s'est spécialisée dans les systèmes de sécurité. Depuis son rachat en 2001 par Antoine Namy, la société se développe à un rythme soutenu. « En 15 ans, nous sommes passés de 300 à 4 000 clients, pour un chiffre d'affaires de 3 M€ », assure le dirigeant. L'activité de Procelec (28 collaborateurs sur différents sites) porte sur deux axes : l'installation de systèmes de protection vidéo, de détection incendie, d'alarmes... Et une plateforme, un centre d'appel agréé par les assurances APSAD tournant 24 heures sur 24 à Limas pour traiter les informations reçues selon les procédures définies et envoyer, au besoin, un agent de sécurité sur place (un sous-traitant choisi par Procelec). Le tout relié à un second centre à Valence pour protéger les données.

Loin des grands groupes de sécurité et de leurs immenses plateformes, Procelec, dans un secteur par ailleurs très concurrentiel, a décidé de faire valoir sa proximité. « Les clients apprécient d'avoir affaire à quelqu'un qu'ils connaissent et qui réalise tout, de l'installation à la gestion », note Antoine Namy. Avec ce service sur-mesure, la majeure partie de sa clientèle se situe à 150 km à la ronde.

Des experts de leur domaine d'activité

Un trait commun relie toutes ces sociétés : l'exigence de leur expertise. La société MC Serv, créée en 2010 par Fleury Pizetta par exemple, touche un secteur extrêmement normé. « Nous sommes exclusivement tournés vers l'industrie pharmaceutique et les biotechnologies », détaille son dirigeant. Son cœur de métier : aider les industriels à fabriquer un produit exigeant dans un environnement le plus propre possible. L'expert accompagne alors la création de lignes de montage, de leur conception à leur mise en œuvre. « Il existe de nombreuses règles à respecter et des procédures de confinement pour éviter les contaminations », note l'entrepreneur qui, dans ses missions « à haute valeur ajoutée » fait face à une faible concurrence. « Quand il s'agit d'effectuer un audit de production pour les grands groupes pharmaceutiques, nous ne sommes plus très nombreux », sourit-il. S'il intervient partout en France, il confie que son savoir-faire pourrait aussi intéresser, en Beaujolais, le monde de la viticulture.

“ Dans le domaine des services, l'exigence qualité est aussi au rendez-vous. ”



Dans un tout autre registre, la jeune entreprise Créacoustic (1,1 M€ de chiffre d'affaires en 2014) a pris la problématique du bruit sur le lieu de travail à bras le corps. Avec son bureau d'études, l'équipe de Nicolas Buffard (quatre collaborateurs) conçoit des solutions afin de réduire les nuisances sonores, principalement dans le secteur de l'énergie (chaufferie gaz, biomasse, cogénération...). Mais l'entrepreneur ne se contente pas de proposer des solutions, il les fabrique grâce à un réseau de sous-traitants en Beaujolais, puis il les installe chez le client. «Je ne réalise pas seulement un service», commente-t-il. En effet, sa société est appelée à proposer un produit tangible en fin de parcours. Une façon de passer d'une «obligation de moyens à une obligation de résultat», selon le dirigeant.

Qualité et expérience avant tout

Dans le domaine des services, l'exigence qualité est aussi au rendez-vous. Pour l'assurer, Procelec, dans un secteur de la sécurité très encadré, réinvestit en grande partie ses résultats annuels.

Epsilon ingénierie prend soin des routes

« Il s'agit d'une réponse au recul de l'administration dans le monde technique des chaussées », explique Jean-Louis Duchez. Ancien directeur technique d'un groupe routier, issu d'un laboratoire des Ponts et chaussées, il a créé Epsilon à Anse il y a quinze ans. Ce laboratoire spécialiste de la route compte une vingtaine de salariés hautement qualifiés (CA : 2,5 M€). « Nous agissons en amont des travaux », explique l'expert. Il intervient essentiellement sur des dimensionnements de chaussées (route, autoroute, pistes d'aéroport...) ou l'étude des formulations à l'endroit des maîtres d'œuvre et maîtres d'ouvrage pour établir un cahier des charges solide lors du lancement d'un marché. Sur un chantier, Epsilon peut également être amené à assurer un rôle de contrôle. L'entreprise revendique plus de 50 études complètes chaque année. « Nous travaillons également pour quelques PME, notamment des centrales d'enrobage... En tant que garant de la technique, nous certifions les normes CE », poursuit le dirigeant. Pour avoir toujours plus de cordes à son arc, Jean-Louis Duchez propose enfin des programmes de formations (comme « enrobés granulats ») afin de transmettre ses compétences à haute valeur ajoutée.

Ce savoir-faire, historiquement celui de l'État à travers les Ponts et Chaussées, une poignée d'intervenants privés se le partage dorénavant. « Nous nous sommes développé sur ce créneau, la nature ayant horreur du vide », commente Jean-Louis Duchez. Il développe ainsi plusieurs collaborations pour le compte d'ASF, APRR, des conseils généraux, etc.

BMPB France externalise le développement commercial

Créée en 2008, la société BMPB France se présente comme un «centre d'expertise en relation commerciale entre professionnels». Concrètement, la structure B2B propose un service d'assistance commerciale externalisé. En 2013, après la reprise par Laurent Caimant, l'entreprise de Limas a connu un souffle nouveau (chiffre d'affaires en hausse de 20 % en 2014) en diversifiant ses outils et ses champs d'action. Ainsi, outre une activité de prospection commerciale ciblée et hautement qualifiée, BMPB, gère dorénavant la fidélisation, la relance active suite à l'émission de devis, le suivi pré et post salons professionnels... La société s'occupe même parfois directement de la prise de commandes pour le compte de ses clients.

«Nous sommes le bras armé des commerciaux», déclare Laurent Caimant. Les entreprises n'ont bien souvent pas assez de temps à consacrer à la prospection, trop occupées par leurs clients habituels. C'est là que BMPB et ses chargés d'affaires entrent en jeu. En s'appuyant sur une quinzaine de salariés, chacun spécialisé dans un secteur d'activité, et de solides bases de données, l'entreprise prend le contre-pied de la volumétrie et cible les prospects. En discussion constante avec ses clients, l'équipe de BMPB sait alors quelle information elle pourra apporter à un «lead» pour favoriser «une action commerciale». Un positionnement pertinent : «nous gérons une centaine de clients par an», détaille le dirigeant. Il évoque des missions qui s'étalent entre 6 mois et un an et qui conduisent parfois BMPB à former le client pour internaliser le service. «Si le client a pu mettre en place un système commercial interne grâce à nous, c'est valorisant et cela prouve l'efficacité de notre intervention. Il pourra toujours nous solliciter lorsqu'il souhaitera développer un nouveau marché, un nouveau produit...». La société démontre qu'elle sait convaincre puisque Laurent Caimant avance un taux de fidélité de plus de 40 %.



«Nous réalisons des investissements tous les ans pour intégrer les dernières normes qui régissent notre profession», confie Antoine Namy. Créée en 1977, Procelec fait figure de précurseur, puisque dans le Beaujolais, 77 % des entreprises du tertiaire ont moins de 10 ans. Seules 7 % affichent plus de vingt années d'existence.

C'est le cas notamment d'OAI, l'entreprise créée par Maurice Benas à Lozanne en 1993, spécialisée dans le chronométrage du temps en entreprise. Un savoir-faire que le consultant défend avec ardeur, dans l'intérêt qu'il

représente en terme d'optimisation de la production dans les industries. Pour les aider à «produire plus en moins de temps», le dirigeant s'appuie une batterie d'outils et une solide expertise de 45 ans dans le métier.

D'ailleurs, bien d'autres entreprises de services, plus jeunes, font valoir l'expérience de leurs dirigeants. Nicolas Buffard, de Créacoustic, avance ainsi plus de 21 ans de pratique. Chez MC Serv, Fleury Pizzetta, ancien cadre dans l'industrie pharmaceutique, justifie 27 années passées dans son secteur d'activité.

“ Les expertises
sont assises
sur une longue
expérience.
”

Yann Demars, créateur d'Edics en 2009, met en avant 15 années réalisées dans le conseil en organisation des systèmes d'information et le traitement documentaire. Sa société implantée à Limas propose des solutions de gestion documentaire numérique pour les entreprises avec pour objectif prioritaire de les aider à passer progressivement des flux papiers aux flux électroniques. Une véritable plateforme d'e-communication gère tous les flux documentaires entrants et sortants d'une entreprise et permet, entre autres, l'archivage légal de documents. Un service économique et écologique qui a permis à Edics (quatre collaborateurs), en croissance (de 200 000 à 400 000 euros de chiffre d'affaires entre 2013 et 2014) de se développer sur le marché de la logistique documentaire. «Facture, fiche de payes... tout est dématérialisable», selon Yann Demars et il s'emploie à le faire savoir.

Cueillir les fruits de l'externalisation

En revanche, à l'image du bientôt trentenaire Adrien Brozek, tous ne sont pas passés par de longs parcours dans les grands groupes avant de se lancer. L'expérience, c'est maintenant aussi sur le terrain qu'elle s'acquiert avec la curiosité, les échanges et l'envie d'apprendre. Quatre ans après l'obtention de son diplôme d'ingénieur, Adrien Brozek a fondé Noveka en juillet 2013. Incubée dans les locaux de Créacité et appuyée par Initiative Beaujolais, la société d'in-



Yann Demars, fondateur d'Edics

génierie est spécialisée dans le génie civil et les bâtiments tertiaires /industriels. «Des activités assez spécifiques», commente le Caladois d'origine : diagnostic des constructions existantes, conception du neuf, études des structures, méthodes de chantier... les champs d'action de Noveka sont larges, et l'ingénieur fait de sa jeunesse une force. «Petit à petit, le réseau se met en place. Mon rôle est d'être à l'écoute de nos clients et de leur apporter les solutions adaptées et souvent spécifiques à leur problématique», assure l'entrepreneur.

Indépendance, multiplication des missions... ils sont nombreux à louer les avantages de leur activité. Selon Laurent Caimant, dirigeant de BMPB France

(voir encadré), ses chargés de clientèle gèrent chacun deux à trois clients, ce qui évite le piège de la routine et accroît l'expérience engrangée. «Cela permet de consolider de nouveaux savoir-faire», affirme-t-il.

Pour Claude Presle, fondateur de SEPPT, spécialiste des questions de réseaux secs et humides (cartographie de réseaux, topographie, géoréférencement, étude de déploiement de la fibre optique...), réaliser certaines activités en interne devient trop complexe pour les groupes industriels. «Le prestataire de services a une connaissance accrue du matériel et il est plus flexible en termes d'amplitude horaire, avance-t-il. Son équipe de trois experts enchaîne ainsi les interventions,

principalement en Rhône-Alpes. «Les entreprises se sont concentrées sur leur cœur de métier. Ce n'est pas tous les jours qu'elles abordent nos missions. Les besoins sont ponctuels et souvent, les interventions nécessitent beaucoup d'expérience accumulée», abonde Fleury Pizzetta. D'après lui, le fait de pouvoir se confronter à des situations à chaque fois différentes représente un plus indéniable pour ses clients de l'industrie pharmaceutique.

Le Beaujolais, terre d'accueil pour les services

En dix ans, le territoire a vu son économie changer. Si des grands noms comme Blédina ou Sobeca portent toujours l'image industrielle du territoire, les prestataires du tertiaire rayonnent de plus en plus à l'extérieur. Pour la plupart d'entre eux, leur zone d'intervention s'étend à la France entière. Au démarrage, les chefs d'entreprises, implantés dans la région, souhaitent s'installer près de leur lieu d'habitation. Puis, ils trouvent autour de Villefranche un cadre de vie et des facilités qui les conduisent à rester. «La région réunit ici tout ce dont j'ai besoin : un aéroport proche, le TGV à Mâcon, l'autoroute... Pour la sous-traitance, j'ai aussi identifié des entreprises compétentes ici», relève Nicolas Buffard chez Créacoustic. Adrien Brozek, de Nokeva, le confirme : «nous sommes très bien situés, aussi bien pour toucher la Calade, la métropole lyonnaise qu'aller au-delà». L'accompagnement de la chambre consulaire est également plébiscité. «La CCI nous a apporté un soutien important», salue Jean-Louis Duchez, pour la société Epsilon. Yann Demars, chez Edics avait, lui, choisi Villefranche parce qu'il y réside et qu'il apprécie le dynamisme de ses acteurs économiques. Ce qui l'a convaincu de rester ? «L'apport fourni par la pépinière Créacité», comme Noveka ou Créacoustic. «Villefranche promeut les services, il suffit d'aller au Salon de



l'Entreprise pour s'en rendre compte. La CCI est très active dans ce domaine», ajoute-t-il. Si le Beaujolais rassemble les meilleurs atouts pour séduire les créateurs d'entreprises de services et les accompagner (Créacité, e-cité, Initiative Beaujolais...), le prochain défi du territoire sera de consolider ce secteur. Car les entrepreneurs ambitieux cherchent à se développer. Il faudra notamment réussir à recruter de nouveaux talents. «Dès lors qu'il s'agit d'une activité spécialisée, il est compliqué de trouver des compétences. Il faut trouver des jeunes, les former aux spécificités du métier. À ce titre, être implanté en Beaujolais ne représente pas vraiment un frein. On entend dire que les jeunes préfèrent les grandes villes, mais ce n'est pas forcément vrai», témoigne Jean-Louis Duchez d'Epsilon, pointant plutôt du doigt un problème de formation initiale dans sa partie. Comme SEPPT, qui peine

à recruter de jeunes géomètres pour gonfler ses rangs, Adrien Brozek souhaite intégrer un nouvel employé chez Noveka, mais là, «la difficulté est de trouver un ingénieur talentueux qui accepte de rejoindre une petite structure». Les arguments en faveur de l'attractivité du territoire pourraient aider ces jeunes entreprises à inverser la tendance. C'est tout l'objet de la marque territoriale «trèsBeaujolais», mise au point par les acteurs économiques et institutionnels. Une initiative concrète pour valoriser le Beaujolais et ses entrepreneurs locaux, et promouvoir largement ses savoir-faire à l'extérieur. ■

Tous unis derrière « trèsBeaujolais » !

La marque territoriale est devenue réalité. Lancée officiellement en avril 2015 à l'initiative du Cluster Beaujolais, elle compte déjà de nombreux supporters parmi les acteurs économiques. Le début d'une aventure « trèsBeaujolais » !

Disposer d'un marqueur fort, d'un signe de reconnaissance pour œuvrer à l'attractivité et au développement économique du territoire, telle était la feuille de route confiée au Cluster Beaujolais lorsque la réflexion autour de la marque territoriale a démarré en 2012. Une étude a été confiée fin 2013 à CoManaging afin de guider la réflexion tout au long de l'année 2014. «Une grande orientation stratégique a été retenue : capitaliser sur la notoriété internationale du nom du Beaujolais pour faire connaître toute sa diversité – économique, paysagère, culturelle...», témoigne Jean-Baptiste Maisonneuve, président du Cluster. «Dans le même temps, nous souhaitons affirmer l'identité du territoire Beaujolais aux côtés de la Métropole lyonnaise pour travailler les complémentarités naturelles». Dès lors, des pistes ont très vite émergé. Le Beaujolais s'impose comme le territoire du bien vivre, du beau travail, du plaisir d'être ensemble, de belles journées, de beaux moments... Un trait d'union commun à tout cela, le beau comme Beaujolais, bien sûr ! La formule s'imposait donc, et elle a fait l'unanimité auprès du pool de gouvernance de la marque : «trèsBeaujolais»... «Nous nous affirmons en somme comme le réservoir de beauté aux portes de la métropole», résume d'un trait le président du Cluster.

Enthousiasme collectif

Des outils de communication déclinés sur plusieurs couleurs – celles du territoire – auxquelles se sont ajoutées des teintes gaies et vives – comme le vin du terroir



Jean-Baptiste Maisonneuve, président (à gauche) et Christophe Blanc, animateur du Cluster Beaujolais.

– ont là encore fait consensus. Les dix déclinaisons du marqueur «trèsBeaujolais» sont décrites dans un guide, utilisable sous conditions par ceux qui en feront la demande. Car c'est là toute l'ambition du travail réalisé par le Cluster : faire en sorte que tous les acteurs - économiques, institutionnels, du tourisme, associatifs, issus du monde sportif ou culturel – s'emparent désormais de cette bannière commune pour s'identifier pleinement au territoire et le promouvoir à l'extérieur. Là encore, l'objectif est en bonne voie puisque trois mois après son lancement officiel, «trèsBeaujolais» compte déjà plus de 50 adhérents et utilisateurs. Parmi eux, de nombreuses entreprises attachées à faire vivre leur ancrage dans la région et souhaitant l'afficher sur leur papier à en-tête ou dans leurs documents de communication, en contrepartie d'un montant d'adhésion très modique. Ainsi Minjard Emballages a imaginé un pot Beaujolais aux couleurs de la marque. Mais n'entre pas dans ce cercle

qui veut, puisque l'utilisation fait l'objet de conditions et d'engagements définis dans une charte et reste soumise au comité d'agrément.

Deux événements – le lancement officiel de la marque en avril dernier au Château des Ravatys à Saint-Lager, et le premier Apéro trèsBeaujolais au Caveau de Clochemerle à Vaux-en-Beaujolais le 11 juin – ont déjà associé 200 personnes dans le premier cas, 100 dans le second. Une dynamique qui montre le besoin que les acteurs locaux ont de se rencontrer, s'identifier, développer ensemble ce projet collectif. ■

Le porteur de la Marque est le Cluster Beaujolais qui regroupe Inter Beaujolais, la CCI du Beaujolais, Destination Beaujolais, associé au Syndicat Mixte Beaujolais, à la CCI de Lyon agence Ouest (délégation de Tarare) la Chambre d'Agriculture du Rhône et le Beaujolais Vert.

*Contact : Christophe Blanc
tresbeaujolais@tresbeaujolais.com*

L'appui de Bernard Pivot

L'engagement de Bernard Pivot comme «premier supporter de la marque», ainsi qu'il s'est plu à se définir, représente un gage de reconnaissance pour la démarche du Cluster. «Qu'est-ce que le territoire par rapport au terroir ? Dans le terroir, il y a beaucoup de vignons, de l'œnologie, du très bon vin... Dans le territoire, on ajoute aussi du tourisme, de la culture, de l'industrie et du commerce. Voilà, votre projet n'englobe pas seulement le terroir, mais tout le territoire !»

Apéro trèsBeaujolais

Le 11 juin dernier, une centaine de personnes étaient présentes au premier Apéro trèsBeaujolais organisé au Caveau de Clochemerle. Une réussite pour ce concept destiné à jouer l'effet réseau entre les supporters de la marque. Le deuxième Apéro trèsBeaujolais se déroulera dès septembre prochain, avec toujours le même esprit de convivialité et de partage des valeurs de la marque.

Retrouvez la marque sur www.tresbeaujolais.com
et sur les réseaux sociaux  

Minjard Emballages mise sur le virtuel 3D

L'entreprise a profité de son installation dans de nouveaux locaux pour s'équiper d'un système de simulation en 3D. Il permet de visualiser les projets de packaging vin.

Spécialiste de solutions de packaging pour la viticulture, Minjard Emballages propose l'ensemble des constituants à destination des professionnels (bouteilles, bouchons, cartons, coffrets, capsules...). Implantée sur trois sites - à proximité de Chambéry, à Chavanay dans la Loire et à Saint-Jean d'Ardières - l'entreprise qui compte 23 collaborateurs et affiche 15 millions de chiffre d'affaires rayonne sur une douzaine de vignobles régionaux. Elle travaille avec plus de 1500 clients. «Nous vendons la matière sèche ainsi que les machines d'étiquetage et de capsulage. En Savoie, nous commercialisons également la cuverie, les pressoirs et les groupes d'embouteillages», précise Denis Renaud, directeur de l'entreprise. Ce dernier a profité du déménagement du site de Saint-Jean d'Ardières pour innover. Désormais installée sur 600 mètres carrés, la société a aménagé un espace de vente sur près de la moitié de cette surface qu'elle a équipé d'un simulateur 3D. Ce *virtual glass* permet de visualiser différentes formules de packaging. « Nos clients sélectionnent les modèles de bouteilles qui leur plaisent parmi les 250 que nous proposons. Ensuite, ils peuvent visualiser leur



Denis Renaud dans le nouveau show-room de la société.

habillage en fonction de leurs choix en termes de bouchons, capsules, type d'étiquette et autres», explique Denis Renaud. De quoi se faire une idée très précise des produits finis, bien en amont de la commercialisation. «Le marché du vin devient de plus en plus complexe. Il se segmente, donc nos clients apprécient d'avoir accès à différentes solutions de packaging avant de les commander», souligne le directeur. Cet équipement innovant, fruit d'une collaboration avec Véralia qui fabrique les bouteilles commercialisées par Minjard Emballages, est opérationnel depuis début mai. «Les premiers clients qui ont pu le

tester sont enthousiastes. Ce nouveau service est une véritable aide à la décision pour eux. Ils ont devant leurs yeux toutes les solutions possibles et imaginables pour valoriser leur vin. Cela leur permet d'éviter les erreurs». Outre ce nouveau service proposé gratuitement, Minjard Emballages a profité de son déménagement pour étoffer ses gammes en organisant l'agencement de son espace de vente par thèmes. Du verre à l'emballage en passant par le bouchage ou encore la sublimation, les viticulteurs ont désormais un choix bien segmenté accessible de façon réelle et virtuelle. ■

Focus

Énergie : fin des tarifs réglementés

Comme l'impose la législation européenne, les tarifs réglementés du gaz et de l'électricité vont disparaître d'ici le 1er janvier 2016. Pour l'électricité, cela concernera tout consommateur ayant souscrit un contrat pour une puissance supérieure à 36 kVA. Pour le gaz, sont visés les sites dont la consommation est comprise entre 30 et 200 MWh par an, autrement dit les PME, restaurants,

bureaux, commerce de proximité... Autant de professionnels qui devront signer avant le 1er janvier prochain un nouveau contrat en offre de marché avec un fournisseur de leur choix. Afin d'aider les consommateurs concernés à anticiper la fin de leur contrat au tarif réglementé, un dispositif d'information et d'accompagnement spécifique a été mis en place. Les consommateurs concernés par cette échéance recevront un courrier à l'en-tête des

ministères de l'énergie et de l'économie par les fournisseurs historiques, qui informent leurs clients de la résiliation de fait de leur contrat et de la date de son échéance. Restera alors à conclure un nouveau contrat. Le changement est gratuit et sans préavis. «De plus, en souscrivant à une offre de marché, votre contrat au tarif réglementé est résilié automatiquement. Jusqu'au 31 décembre 2015, tout fournisseur qui vous proposera un contrat avec une durée

minimale d'engagement de plus de douze mois sera également tenu de vous proposer simultanément un contrat d'une durée maximale de 12 mois selon des conditions commerciales non disqualifiantes. Vous pourrez ainsi choisir le contrat qui vous convient le mieux par rapport à la durée sur laquelle vous souhaitez vous engager», précise le réseau des CCI qui se mobilise en informant les chefs d'entreprise concernés. ■

Sic-Marking dans de nouveaux murs

Spécialiste des solutions de marquage et de traçabilité, l'entreprise vient de s'installer sur 3 000 mètres carrés à Pommiers. Elle dispose désormais de suffisamment d'espace pour accompagner sa croissance.

Parfois visible, souvent caché, le savoir-faire de Sic-Marking s'exprime sur des pièces de métal et de plastique dur sous forme de suites de chiffres et de lettres, mais aussi de logos ou de flashcodes. « Nous fabriquons des équipements qui permettent à nos clients de marquer de façon permanente leurs pièces afin d'avoir une traçabilité de leurs productions, d'identifier des lots, de se prémunir contre les contrefaçons, et également de faciliter les assemblages de différentes pièces grâce à des flashcodes », résume Gérard Barraud, président de l'entreprise. Forte d'une croissance régulière de 10 à 15% par an depuis 15 ans, Sic-Marking qui a vu son chiffre d'affaires franchir la barre des 30 millions d'euros l'an passé, dispose désormais de locaux à la mesure de son développement. « Nous étions trop à l'étroit dans nos anciens locaux », justifie Gérard Barraud. Cet investissement de l'ordre de 4 millions d'euros permettra à cette entreprise de 70 personnes de poursuivre l'assemblage de l'intégralité de ses machines en France et de continuer à innover. « Nous consacrons chaque année entre 7 et 8% de notre chiffre d'affaires à la R&D. Nous venons notamment de lancer une solution nouvelle que nous avons brevetée l'an dernier. Elle se présente sous la forme d'un outil portable doté de batteries que nos clients peuvent utiliser de façon totalement autonome pour marquer par exemple des grosses pièces comme des charpentes métalliques », explique le président de Sic-Marking.



Gérard Barraud, président de Sic-Marking, devant les locaux de l'entreprise.

Une ouverture vers de nouveaux marchés

Pour l'heure, Sic-Marking travaille surtout avec les secteurs de l'automobile, de l'aéronautique, du ferroviaire et des fabricants de pièces métalliques et plastiques. La partie la plus importante de son activité est réalisée avec des équipements fixes directement installés dans les outils de production. Et c'est l'international qui conforte la croissance : « l'export représente 80% de notre chiffre d'affaires », précise Gérard Barraud. Aujourd'hui, l'entreprise est implantée dans 45 pays via un réseau de plus de 40 distributeurs et des filiales en Allemagne, en Chine, aux Etats-Unis et au Canada. « Toutes nos machines sont fabriquées en France, mais nous avons des représentations commerciales à l'étranger pour maintenir

un service de proximité avec les clients », souligne le président. De cette proximité naissent fréquemment des coopérations « sur-mesure ». « Notre bureau d'études travaille aussi bien sur la mise au point de machines standards que sur des réalisations issues de demandes spécifiques pour des applications particulières », explique Gérard Barraud. Dernièrement, Sic-Marking a fabriqué des machines permettant de marquer et de relire les instruments chirurgicaux, afin de s'assurer de leur bonne stérilisation et de faciliter la construction des plateaux utilisés par les chirurgiens. Avec des locaux étendus, l'entreprise de Pommiers prévoit de multiplier le sur-mesure qui représente 10 à 15% de son chiffre d'affaires, sans pour autant négliger les solutions catalogue ! ■

La librairie Myrtille soigne l'accessibilité

L'enseigne caladoise a aménagé son espace de vente pour être accessible aux personnes souffrant d'un handicap.

Après un an d'efforts, Dominique Maillard ne cache pas sa satisfaction. Le magasin propose des livres jeunesse, mais aussi des articles de décoration pour les chambres d'enfants et des jouets en bois. Implanté dans la rue Nationale à Villefranche-sur-Saône, il a la particularité de s'étendre sur plusieurs mètres en longueur, d'avoir quelques produits à l'étage et une partie de son espace de vente surélevé par deux marches. Or cet agencement ne permet pas aux personnes à mobilité réduite d'accéder à l'ensemble de l'offre. «Les personnes en fauteuil doivent pouvoir déambuler facilement dans les commerces, mais je dois reconnaître que lorsque que j'ai assisté à une réunion de présentation de la Loi sur l'accessibilité il y a deux ans, ma première réaction a été de penser que nous ne pourrions pas relever ce défi», confie Dominique Maillard. Accompagnée par la CCI, elle a engagé dès le début 2014 les démarches visant à mettre sa librairie en conformité avec la législation. «Nous avons d'abord fait réaliser un diagnostic avec la CCI. Celui-ci a fait ressortir les points à traiter. Nous avons ensuite travaillé avec une entreprise pour trouver des solutions. Dans le même temps, nous avons monté notre dossier de demande de dérogation», retrace Dominique Maillard. «Heureusement que nous avons été aidés par la CCI, car le dossier



Dominique Maillard a réussi la mise en conformité de son commerce à la Loi sur l'accessibilité.

n'est pas simple à renseigner. Au final, la commission d'accessibilité a validé notre demande de dérogation en fin d'année dernière». La librairie Myrtille est dispensée d'installer un ascenseur pour accéder à l'étage puisqu'elle propose une offre identique au deux niveaux. Quant aux deux marches, elles seront recouvertes d'un plan incliné amovible qui sera mis en place lorsqu'une personne en fauteuil en aura besoin. «Nous avons trouvé cette solution pour aménager occasionnellement les marches, sinon nous

aurions été obligés de construire un plan incliné de 7 mètres et donc de supprimer une partie de notre offre». La boutique aura donc relevé le défi de l'accessibilité avec beaucoup de constance et un peu de système D. «Il ne faut pas hésiter à réfléchir aux solutions que l'on peut réaliser soi-même, sinon, les travaux deviennent vite colossaux et hors de prix pour des petites structures comme les nôtres», conclut la commerçante. ■

Question à

**Jean-Marie Hallouin,
directeur du CFA de l'ARFA
à Limas**

Le gouvernement a annoncé une nouvelle mesure pour inciter les entreprises à recruter des apprentis. En quoi consiste-t-elle ?

Au 1er juillet 2015, les entreprises de moins de 11 salariés qui accueille-

ront un apprenti de moins de 18 ans n'auront plus ni salaire, ni cotisations sociales, à prendre en charge la première année. En d'autres termes, un apprenti coûtera 0 euro à l'entreprise la première année, ce qui représente une aide versée de 4 400 euros. Puis l'entreprise bénéficiera du régime d'aide lancé en septembre 2014. Plus de 90 % des jeunes de notre CFA effectuent leur apprentissage dans une

entreprise de moins de 11 salariés, aussi cette mesure devrait-elle déclencher des embauches. Depuis 2012, au niveau national, le nombre d'entrées en apprentissage est en baisse : - 8 % entre 2012 et 2013, - 3 % en 2014 et enfin -13 % sur le premier trimestre 2015, le niveau le plus touché étant le 5 correspondant au CAP. A l'ARFA, nous avons enregistré pour la période 2012-2014 une baisse des effectifs de

l'ordre de 12 %. Cette désaffection s'explique par diverses raisons : une situation économique difficile, une image de l'apprentissage en France encore dévalorisée, mais aussi l'incertitude liée aux fréquentes modifications des mesures concernant l'embauche d'un apprenti. Cette mesure va dans le sens de la relance de l'apprentissage. ■

Le soleil se lève sur l'Auberge de Corcelles

Voilà bientôt cinq ans – le 6 août prochain – que Kazumi Hatakenaka officie derrière les pianos de l'Auberge de Corcelles. Arrivé en France en 1998, le chef japonais propose une cuisine résolument marquée par la tradition et le terroir hexagonal. Pour autant, il n'oublie pas d'y insuffler un petit quelque chose de son passé insulaire, là où le soleil se lève.

« C'est une référence », lance un client au moment de l'addition. Kazumi-san esquisse un sourire et applique l'un de ses mots français préférés : « humilité ». S'il est ravi d'avoir fait plaisir, le chef rappelle sa reconnaissance envers sa clientèle, sans qui il ne pourrait pas vivre « son rêve ». Un rêve de France nourri depuis longtemps, avant même qu'à 18 ans au Japon il n'en intègre les bases. « À l'époque, au Japon, on ne jurait que par Escoffier », confie-t-il. Puis, Paul Bocuse et sa cuisine nouvelle sont passés par là. « J'aime manger, j'aime cuisiner ». Depuis le Pacifique, le jeune homme a alors tenu à « essayer d'en faire sa vie », travaillant 23 ans dans un restaurant français sur l'île du soleil de levant.

En 1998, il franchit un cap et tente sa chance dans le Maine-et-Loire, à Angers. Il y rencontre sa femme, Pascale — décédée en mars 2012 et qui depuis, « l'accompagne chaque jour », glisse-t-il. Après être passé par le Château de Pizay et par l'auberge des Vignerons à Emeringes, Kazumi Hatakenaka pose finalement ses valises en 2010 à Corcelles où la commune lui propose le fond en location-gérance. « J'ai de la chance d'avoir trouvé cette affaire », se réjouit-il. Seul en cuisine, il assure jusqu'à 25 couverts par service, épaulé par un salarié en salle. Sans stress, zen, il prend le temps de donner le meilleur de lui-même. « Une bonne cuisine se mérite, sachez patienter », insiste-t-il sur le site internet du restaurant à l'endroit de sa clientèle, « à 80 % locale ».



Kazumi Hatakenaka apporte une touche de Japon dans les codes de la cuisine française.

Chaque jour selon la météo, les arrivages et l'inspiration, il concocte un menu du jour. Une aubaine pour les salariés du secteur qui, pour 15 €, repartent après une entrée, un plat, du fromage, un dessert et un café. Côté carte et menus gastronomiques (de 27 à 41 €), la part belle est laissée à la tradition, des escargots aux grenouilles en passant par le foie gras, les Saint-Jacques, ou le filet de bœuf charolais. « Je change de temps en temps, mais il y a beaucoup de choses que je ne peux pas enlever. Par exemple, les quenelles fonctionnent toute l'année », note-t-il.

Jouer sur les textures

Mais le chef ne se contente pas de dérouler un savoir-faire traditionnel. Il a su l'adapter et revisiter les classiques en les modernisant. « Je n'aime pas le beurre et la crème, sourit-il. J'en utilise - la sauce de mon coq au vin est montée au beurre - mais j'essaye de réduire les quantités ». Selon lui, la cuisine qui tient au corps ne serait plus adaptée à nos modes de vie actuels, où il y a « moins de travail physique ».

Attaché au respect des cuissons et des températures, le chef tient aussi à la qua-

lité de ses produits. « Un bon produit est un plaisir à travailler et avance tout seul. C'est trop difficile de valoriser un mauvais produit », souffle-t-il.

Par touche, il apporte par ailleurs un peu de Japon dans ses assiettes colorées et dressées avec goût, avec des légumes mélangés plus croquants. « J'aime jouer sur les textures. Quand j'ai commencé, c'était moins bien accueilli, les gens n'étaient pas habitués ». Fier du challenge que représente l'appropriation de la cuisine française, le chef assure ne pas avoir fini d'en faire le tour.

En tout cas, il n'oublie pas de l'arroser dignement avec une carte des vins aux plus de 80 références – le Beaujolais étant à l'honneur, Bistrot Beaujolais oblige. Résultat, « beaucoup d'habités » dont certains réservent déjà leur prochaine venue au moment de régler la note. ■

**15, rue de la Mairie
Corcelles-en-Beaujolais
Ouvert tous les jours sauf le dimanche soir,
le mardi et mercredi toute la journée.
Tél. 04 74 60 65 87
Site internet : auberge-corcelles.fr**

Cotisations URSSAF : prélèvement SEPA interentreprises

A compter d'octobre 2015, l'URSSAF met en place le prélèvement SEPA (Single Euro Payments Area ou Espace unique de paiement en euros). Cette nouvelle norme européenne remplace le télépaiement. Toutes les modalités de paiement restent identiques.

En tant qu'adhérent au télépaiement, l'employeur n'a aucune démarche à effectuer concernant le transfert de ses coordonnées pour utiliser le prélèvement SEPA interentreprises. L'URSSAF se charge de cette formalité.

Si l'employeur est un nouvel adhérent ou souhaite modifier ses coordonnées bancaires, il complète et valide le mandat SEPA interentreprises puis l'adresse uniquement à sa banque.

Information URSSAF, 3/06/2015 : <http://www.urssaf.fr>

TNS commerçants : Accompagnement au départ à la retraite

Un nouveau dispositif d'accompagnement au départ à la retraite (ADR) des artisans, industriels et commerçants est mis en place depuis le 1er janvier 2015, en remplacement de l'indemnité de départ à la retraite (IDD) des commerçants et artisans qui a été supprimée par la loi de finances pour 2015.

Lors de la cessation d'activité d'un travailleur indépendant en difficulté financière, l'ARD peut lui être attribuée sous conditions et critères d'éligibilité par la Commission d'action sanitaire et sociale de la Caisse régionale du RSI, dans la limite des budgets disponibles (versement non systématique).

Cette aide, distincte de la pension de retraite, est compatible avec la reprise d'une activité professionnelle dans le cadre du cumul emploi-retraite.

Vente de médicaments en ligne : logo européen

Seuls les pharmaciens exerçant déjà en officine sont autorisés à ouvrir une pharmacie en ligne. La vente en ligne de médicaments concerne uniquement les médicaments délivrables sans ordonnance, non soumis à une prescription médicale obligatoire.

A compter du 1er juillet 2015, le site Internet des pharmacies en ligne autorisées doivent, sur toutes les pages consacrées à la vente desdits médicaments, afficher un logo commun mis en place au niveau communautaire par un Règlement de la Commission européenne (exigences graphiques et techniques).

Afin de permettre la vérification de l'authenticité du logo et empêcher son utilisation frauduleuse, des liens hypertextes, permanents et sécurisés, doivent ouvrir par un clic du logo sur les données relatives à la personne habilitée à vendre des médicaments sur Internet, sur le site national des pharmaciens.

Arrêté du 20 avril 2015 ; Directive UE 2001/83 CE, art. 85 quater et Règlement d'exécution n°699/2014 du 25/06/2014.

Soldes saisonniers et soldes flottants

Les soldes saisonniers (dates fixes) durent désormais six semaines en hiver et six semaines en été (au lieu de cinq semaines auparavant),

Les deux semaines supplémentaires de soldes flottants (dates libres) par an sont supprimées.

Par ailleurs, le dispositif de déclaration préalable des périodes de soldes complémentaires est abrogé, à la suite de l'abrogation des dispositions relatives aux soldes flottants.

Le site « Toute l'Europe » récapitule les dates de soldes dans les Etats membres de l'Union européenne.

D. n° 2015-516 du 7 mai 2015 relatif aux périodes de soldes et A. du 10 juin 2015 (JO 14/06) abrogeant l'arrêté du 8 janvier 2009 ; Loi ACTPE n° 2014-626 du 18 juin 2014, art. 62.

Commerce alimentaire : réduction des sacs plastiques

Les Etats membres de l'Union européenne devront rendre payants les sacs en plastique au 31 décembre 2018. Les sacs en plastique très légers, d'une épaisseur inférieure à 15 microns, peuvent toutefois être exclus de ces mesures.

La Commission européenne devra définir avant le 27 mai 2017 des spécifications d'étiquetage ou de marquage des sacs en plastique biodégradables et compostables. L'étiquetage devra être effectif dix-huit mois après l'adoption de ces spécifications par la Commission.

La Directive communautaire prévoyant ces mesures devra être transposée par les Etats membres avant le 27 novembre 2016.

En France, cette transposition pourrait être assurée par le projet de loi de transition énergétique dont l'une des dispositions prévoit d'ores et déjà l'interdiction au 1er janvier 2016 de la mise à disposition de sacs de caisse en matière plastique à usage unique.

Concrètement, Les Etats membres devront choisir entre deux approches pour réduire l'utilisation de sacs en plastique légers.

- Premièrement, réduire le nombre de sacs en plastique légers utilisés par personne, soit 90 sacs/personne/année pour fin 2019 et pas plus de 40 sacs/personne/année pour 2025.

- Deuxièmement, arrêter de donner des sacs gratuitement dans les points de vente alimentaires pour fin 2018.

Directive UE 2015/720 du parlement et du Conseil européen du 29/04/2015, JOUE 06/05/2015

Services à la personne : contrat et devis

A compter du 1er juillet 2015, les prestataires de services à la personne (ménage, garde d'enfants, jardinage ou bricolage, etc.) devront, avant la signature du contrat, communiquer à leurs clients certaines informations obligatoires : liste des prestations proposées, mode de réalisation de la prestation, prix de chaque prestation (prix unitaire ou forfaitaire HT et TTC), frais facturés et éventuelle réduction de prix.

Par ailleurs, un devis personnalisé devra être remis gratuitement au client, lorsque le prix mensuel de la prestation est d'au moins 100 € TTC, ou sur demande du client. Les mentions obligatoires du devis sont précisées.

Le devis et le contrat doivent comporter un avertissement relatif à la personne ayant la qualité d'employeur (association ou client) dans le cas où l'association intervient selon le mode « mandataire » ou celui « mise à disposition ».

Enfin, toutes les factures devront être gratuites.

Le non-respect de ces obligations pourra être sanctionné par une peine administrative de 3.000 € au maximum pour une personne physique et 15.000 € pour une personne morale.

Arrêté du 17 mars 2015, JO 25/03C. com. art. L. 113-3-2

Litiges civils et commerciaux : résolution amiable

Depuis le 1er avril 2015, le recours aux modes alternatifs de résolution des litiges est favorisé, en particulier en obligeant les parties à indiquer, dans l'acte de saisine de la juridiction, les démarches de résolution amiable précédemment effectuées, qu'il s'agisse de médiation, de conciliation ou de procédure participative. Les modalités de délégation par le juge de sa mission de conciliation à un conciliateur de justice sont également simplifiées.

Sont concernés tous les litiges en matière civile ou commerciale, sauf s'ils relèvent de l'ordre public.

Le défaut de cette mention n'est pas sanctionné par la nullité de l'assignation de la requête ou de la déclaration, mais le juge pourra dans ce cas proposer aux parties une mesure de conciliation ou de médiation.

D. n° 2015-282 du 11/03/2015, art. 18 à 22

Numérique : les clés d'une transition réussie



© Fotolia

La révolution que connaissent les systèmes d'information ouvre de nouvelles perspectives aux PME et TPE. Pour rester compétitives et gagner en croissance, prendre le virage du numérique s'impose. Les CCI sont particulièrement mobilisées pour faciliter cette transition. Plan de route.

Les transformations technologiques ont rarement eu un impact aussi rapide et aussi profond sur les entreprises. Le numérique a envahi tous les secteurs économiques et offre de nouveaux leviers de croissance, notamment aux TPE et PME. Puissance informatique fluidifiant les échanges, outils numériques améliorant la productivité, webmarketing pour accroître la notoriété, vente en ligne afin d'étendre son rayonnement commercial... Inclure les technologies du numérique dans sa stratégie n'est plus une option, comme le rappelle Jean-Pierre Verjus, président du collectif Digital Grenoble, labellisé French Tech en novembre dernier : "Savez-vous qu'en France 60 % des nouveaux emplois sont créés par 6 % d'entreprises 100 % numériques ? Une étude opérée par France Digital montre que 150 entreprises du numérique ont réalisé en un an une croissance de 42 %, une augmentation d'effectif de 22 %, pour une activité à 40 % à l'international. (...) Pour nous donner de meilleures chances de voir émerger de futurs champions français, il est nécessaire d'accompagner le mouvement et d'ouvrir les entreprises traditionnelles aux mutations en cours."¹ Dans cette mutation, les CCI

de Rhône-Alpes ne sont pas en reste : "Les CCI se sont mobilisées dès le début des années 2000 via leurs programmes de formation ou d'accompagnement collectif (Ecobiz, Achatville...). Mais ces actions n'ont cessé de se renforcer car aucune entreprise, aucun secteur d'activité n'échappera à la révolution numérique", diagnostique Jean-Paul Mauduy, président de la CCI de région Rhône-Alpes. ■■■

1- Propos recueillis dans le magazine *Présences* de février 2015.

Les chiffres-clés du numérique en France et en Europe

En pourcentage des entreprises

	France	Moyenne UE 28
Connexion Internet haut débit (fixe et mobile)	99 %	93 %
Utilisation d'un ERP	33 %	26 %
Utilisation d'un GRC	26 %	26 %
Possession d'un site web	65 %	73 %
Utilisation des réseaux sociaux	18 %	28 %
Achat en ligne (Internet et EDI)	20 %	37 %
Vente en ligne (Internet et EDI)	14 %	17 %

EDI (échange de données informatisé) : opération commerciale réalisée d'ordinateur à ordinateur dans un format électronique.
Enquête Eurostat réalisée entre 2012 et 2013.

Parasite Design, une réussite 100 % connectée

Fondée en 2002 par le créateur Hugo Martin, Parasite Design conçoit des lunettes au design original. Depuis ses bureaux de Saint-Vulbas, la marque a su s'imposer dans plus d'une trentaine de pays. "Un rayonnement à l'international qui passe par nos outils de communication digitaux : site web, comptes Facebook et Instagram", indique Hugo Martin. Dans le cadre du dispositif SI PME, l'entreprise a développé avec la CCI de l'Ain un réseau social interne "qui encourage les échanges et la cohésion. Chacun des 15 salariés peut partager des informations et commenter. Je peux publier des résultats, un commercial prendre en photo une vitrine, etc.". Sur ce modèle de réseau privé, Parasite Design (CA entre 2,5 M€ et 3 M€) développe un GRC réservé à ses clients et partenaires privilégiés. "Nous leur transmettons des offres exclusives, demanderons leur avis quant à un prototype... L'idée est de les impliquer pour qu'ils deviennent nos relais auprès d'autres clients." L'entreprise qui vient d'ouvrir des bureaux à Miami s'appuie sur ses outils pour rester connectée de part et d'autre de l'Atlantique.

AIN



Un état des lieux contrasté pour les entreprises françaises

Et il y a urgence, car selon l'Observatoire du numérique, l'équipement et les usages des entreprises françaises apparaissent contrastés. Les pratiques se caractérisent certes par des taux élevés en connexion haut débit, utilisation de progiciels ou d'un intranet. En revanche, les entreprises se placent en dessous de la moyenne européenne pour la possession d'un site web, la pratique d'achats en ligne et l'utilisation des réseaux sociaux. "La majorité d'entre elles a passé la première étape d'informatisation incluant l'utilisation de logiciels pour l'interne et d'un site web pour l'externe. La seconde étape, la "digitalisation", va plus loin. Il s'agit d'une démarche profonde touchant l'ensemble des services. L'objectif n'est pas de réaliser une transition immédiate et complète, mais de rentrer dans le processus pour sensibiliser les équipes. Les différentes étapes se franchiront ensuite naturellement", assure Serge Imbert-Bouchard, délégué territorial Isère du Clust'R Numérique fédérant les acteurs du secteur en Rhône-Alpes.

Des infrastructures solides pour gagner en souplesse

Pas de numérique sans connexion. Derrière cette affirmation, se cache le rôle fondamental des infrastructures. Conscients de cet enjeu vital pour le dynamisme des territoires, les acteurs institutionnels et économiques ont investi, notamment via la fibre optique, dans le déploiement du haut et très haut débit. Ces choix stratégiques ont notamment été opérés par des

Les entreprises françaises se situent en dessous de la moyenne européenne pour la possession d'un site web

départements rhônalpins comme la Drôme, l'Ardeche, l'Ain et la Loire. Le développement des usages numériques en dépend directement, notamment le *cloud computing*. Cette technologie donne accès, via Internet, aux ressources et services (machines, données, applications, etc.), principalement hébergées chez des prestataires, dans un *data center*. "Le *cloud* garantit aux TPE et PME puissance informatique, souplesse d'usage et évolutivité du système. Externaliser, en confiant à des experts la gestion de ses systèmes d'information, permet de réduire les coûts d'acquisition et de maîtriser les coûts de fonctionnement. D'autant que, d'un point de vue comptable, le *cloud* entre dans la catégorie des services et prestations et non des immobilisations", explique Nicole Sgro, directrice de Fingerprint Technologies, intégrateur de solutions numériques dans la Drôme.

La virtualisation numérique des outils bureautiques, élément clé de l'efficacité

Source d'optimisation par excellence, les ERP (progiciels de gestion intégrés) harmonisent l'ensemble des systèmes d'information afin de garantir l'unicité et la mise à jour en temps réel des données. Achats, ventes, facturation, gestion des stocks... Du devis à la livraison, ils suppriment les ressaisies et automatisent les processus. Les GRC (progiciels de relation clients) centralisent et analysent quant à eux les informations relatives aux clients et prospects. Afin de gagner en flexibilité et en mobilité, l'ensemble

de ces progiciels tendent à passer en mode SaaS (*software as a service*), hébergés dans le *cloud* et disponibles par abonnement sur différents supports (ordinateurs, smartphones, tablettes). Cette virtualisation numérique appliquée aux outils bureautiques permet aux collaborateurs d'accéder, via Internet, à leur messagerie, aux documents et agendas partagés où qu'ils soient, 24 heures sur 24. Pour Hugo Martin, dirigeant de Parasite Design : "Avec les solutions de type Google Drive, tous les salariés sont interconnectés. C'est un gain en coût d'acquisition et en efficacité. J'ai par exemple réduit de moitié les mails reçus, puisque nous travaillons désormais sur des documents communs qui permettent d'interagir en temps réel."

Les CCI, portes d'entrée du numérique

"Les dirigeants ont compris l'enjeu de la transition numérique, mais face aux nombreuses sollicitations, ils ont besoin d'un accompagnement pour définir leur stratégie, poursuit Jean-Paul Mauduy. L'intérêt d'un conseiller est de connaître toute la palette des solutions existantes sur le territoire et de pouvoir les mettre en lien avec des prestataires qualifiés." Opter pour un diagnostic personnalisé permet notamment de formaliser ses besoins et d'identifier les dispositifs les plus adaptés. "Qu'il s'agisse d'élaborer le cahier des charges d'un site, de déployer un progiciel, nous apportons des solutions concrètes à mettre en place facilement par les dirigeants et leurs équipes", précise ainsi Candice Charnet, chef de projet numérique pour la CCI Saint-Étienne-Montbrison. Les CCI relaient également

Fingerprint Technologies, acteur de la transition numérique

"Notre force ? Avoir su évoluer d'agence web à intégrateur de solutions digitales", annonce Nicole Sgro, directrice de Fingerprint Technologies. Dès ses débuts en 1998, l'entreprise de Romans-sur-Isère se différencie en hébergeant les sites qu'elle conçoit. Avec l'évolution numérique, elle multiplie les serveurs et les services pour aboutir, en 2008, à la construction de son propre data center. "Le déploiement de la fibre optique en Drôme Ardèche nous a permis de gagner en débit et d'étendre notre offre en devenant opérateur local du réseau." Si les clients, principalement des TPE et PME, n'externalisent pas encore l'ensemble de leurs systèmes d'information, ils plébiscitent les services de sauvegarde, gestion de messagerie, téléphonie et Internet. "Notre avantage concurrentiel ? Jouer la carte du service de proximité qui rassure." Résultat : le chiffre d'affaires a bondi de 700 k€ en 2009 à 2,55 M€ en 2014, avec 18 salariés. Un développement qui tend à se poursuivre avec l'élargissement du périmètre à l'Isère, la Savoie et la Haute-Savoie.

des dispositifs soutenus financièrement par la Région Rhône-Alpes et l'État, tels qu'Atouts Numériques, destiné aux TPE et SI-PME. Ce dernier inclut, de cinq à 18 mois, diagnostic, accompagnement par un conseiller et formations pour faire progresser les compétences des chefs de projet et salariés. ■■■

e-miroiterie.com : succès d'une digitale native

Après avoir exercé dix ans en tant que chargé de prescription chez le plus grand fabricant de verre au monde, Stéphane Yvanes se lance dans la création d'e-miroiterie.com. Le site de vente en ligne propose une large gamme de verres (dépoli, laqué, trempé...) et miroirs sur mesure pour la décoration d'intérieur. "J'avais constaté que les architectes, agences ou décorateurs cherchaient, souvent sans succès, leurs matériaux sur le Net. Pour répondre à ces demandes, je me suis associé à un miroitier, Nicolas Pailleux, puis j'ai développé des modes de transport innovants", détaille Stéphane Yvanes. Son projet validé par Initiative Beaujolais, le dirigeant a été accompagné par la CCI du Beaujolais et hébergé au sein de la pépinière E-cité, à Arnas. "Un contexte qui stimule la performance, car pour gagner dans le numérique, il ne faut pas être seul devant son ordinateur !" Après un an d'exercice, le site totalise plus de 10 000 livraisons et enregistre une croissance de 20 % par mois. "L'ambition ? Consolider mon positionnement et m'imposer comme leader sur Internet, à l'horizon 2016."





© T. Béguin

ROANNE

Achetezenroannais.fr : la bonne adresse !

Créée à l'initiative de la CCI Roanne-Loire Nord pour un investissement de 60 k€, la plate-forme achetezenroannais.fr permet à tous les commerçants installés dans la zone de chalandise de vendre leurs produits ou services et de gagner en visibilité sur Internet. Missionnée par la CCI pour piloter le projet, l'association Les Vitrines de Roanne annonce les premiers résultats par la voix de sa manageuse Magdalena Eslava : "Après trois mois d'existence, le site compte 50 commerçants, 4 000 produits, 15 000 visiteurs uniques et totalise un chiffre d'affaires de 5 500 €. Il renforce également l'attractivité des commerces de proximité, puisqu'on note le retour de clients ayant vu le produit sur le Net mais préférant l'acheter en magasin." L'intérêt de cet outil mutualisé ? Profiter, pour 29 € par mois, d'une formation à son utilisation, de son animation et son référencement. Dans un souci constant d'amélioration, un groupe de commerçants se réunit chaque mois pour évaluer les statistiques et décider des actions qui dynamiseront la plate-forme.

■ ■ ■ Autre défi du numérique : rester au fait des pratiques et des solutions. Afin de développer sa culture numérique et découvrir les tendances (référencement, web marketing, sécurité, etc.), chacun est invité à participer aux rendez-vous ponctuels ou réguliers proposés par les CCI. En Haute-Savoie, la CCI et ses partenaires (Gobelins l'école de l'image, l'IUT d'Annecy, l'IAE Savoie Mont-Blanc et Formasup) sont même à l'initiative de trois formations professionnelles en alternance, spécialisées dans le domaine du numérique, de l'image et de l'interactivité. Des rendez-vous ponctuels ou réguliers sont aussi organisés, comme les Morning du web. Le 18 juin, à la CCI Grenoble, les Rencontres Décideurs conçues par le Clust'R Numérique ont pour but de mettre en lumière les témoignages d'entrepreneurs ayant réussi leur transformation numérique. Le 17 septembre 2015, le salon L'Instant numérique réunit, à l'appel de la CCI Roanne-Loire Nord, l'ensemble de la filière digitale Rhône-Alpes Auvergne.

Pôles et pépinières accélérateurs de croissance

Pour favoriser la réussite des jeunes pousses du numérique et faciliter la transition des entreprises traditionnelles, les CCI s'impliquent aux côtés des acteurs locaux dans l'animation de structures dédiées, à l'instar de l'Espace Numérique Entreprises à Lyon, du Pôle Numérique dans la Drôme, des pépinières Numériparc dans le Roannais et E-Cité dans le Beaujolais. Dédiée au e-commerce, E-Cité héberge et accompagne les entreprises *digital natives* parmi lesquelles e-miroiterie.com. "Plus que des bureaux, nous partageons des expériences, souligne Stéphane Yvanes, fondateur du site. Nous disposons aussi de moyens logis-



© Hubwiser

SAVOIE

Hubwiser lance sa V3 à la conquête des stations

Agence de communication tournée vers les stations, Hubwiser a développé un outil de promotion innovant : la V3 ou Visite Virtuelle en Vidéo. Grâce à ce widget, l'internaute se déplace sur un plan enrichi de vidéos (tournées à la première personne) et de nombreuses informations (noms des sommets, des pistes, des restaurants...) qu'il peut relayer sur les réseaux sociaux. "Le but ? Découvrir les lieux comme si on y était et engendrer le maximum de viralité, car le widget peut être inséré sur tout type de site, notamment ceux des tours opérateurs", souligne Guillaume Delage, dirigeant associé à Clara Quay-Thevenon. Commercialisé sous forme d'abonnement et déjà utilisé par La Plagne et Les Arcs, la V3 est administrée directement par les clients depuis l'interface de gestion. En phase de prospection, l'agence chambérienne (quatre personnes, CA : 137 k€) cible les stations et offices de tourisme. Objectifs : vendre une dizaine de widgets en 2015 et, à long terme, s'imposer comme une référence.

tiques, dont un studio photo indispensable lorsque l'on vend ses produits sur le Net." En sus de la pépinière, la CCI a adossé d'autres actions (rendez-vous avec des experts du Web, ateliers, etc.) visant à développer plus largement la filière numérique sur le territoire.

Des réseaux qui n'ont rien de virtuel

Le réseautage d'affaires mixe désormais le réel au Web. Au-delà des sites internationaux ou nationaux comme LinkedIn ou Viadeo, la Toile se tisse aussi en local. Les clubs rhônalpins Ecobiz, dont le concept a été imaginé, à l'origine, par la CCI de Grenoble et pilotés localement par les CCI Drôme, Grenoble, Nord-Isère et Saint-Étienne-Montbrison, se composent par exemple de communautés structurées autour d'un site. Cet outil interactif offre de multiples fonctionnalités aux adhérents pour qu'ils ne manquent rien de l'actualité économique, se saisissent d'opportunités mais aussi progressent dans leurs pratiques numériques. "Le club permet de confronter son usage du Web aux autres, de rencontrer des dirigeants ayant les mêmes problématiques. J'ai ainsi découvert des outils de gestion de contenus comme Wordpress et pu réaliser moi-même un site fonctionnel", témoigne Cyril Sarrasi, propriétaire de l'Hôtel d'Angleterre et membre de Grenoble Ecobiz, premier réseau des entreprises de l'Isère.

Si les entreprises françaises plébiscitent les réseaux professionnels, elles tendent à délaisser les réseaux sociaux. Pourtant, "Facebook sert d'outil de veille et de vente, y compris à l'international puisque les messages sont automatiquement traduits", assure Hugo Martin, dirigeant de Parasite Design dont la page réunit plus de 10 000 fans. "Chaque année, nous dévoilons sur Facebook nos séries limitées et décrochons des ventes le jour même, jusqu'au Japon ! Dès que nous publions l'information, nos distributeurs locaux la partagent aux opticiens, qui la ■■■

Si les entreprises françaises plébiscitent les réseaux professionnels, elles tendent à délaisser les réseaux sociaux



© P. Rony

SAINT-ÉTIENNE

Technic Confection : quand la visibilité fait gagner des marchés

En 2005, Nathalie et Jean-Michel Beauvironnet rachètent l'entreprise stéphanoise Technic Confection, spécialisée dans la fabrication de housses de protection sur mesure. "Nous n'avions pas les moyens de recruter un commercial, et la création d'un site web s'est imposée pour capter de nouveaux courants d'affaires, souligne Nathalie Beauvironnet. L'accompagnement et la méthodologie proposés par la conseillère numérique de la CCI ont permis la création d'un site efficace et bien référencé." Vitrine du savoir-faire de l'entreprise, le site en ligne depuis 2013 touche un large éventail de clients. Internet a ouvert des perspectives de marché insoupçonnées à la société historiquement tournée vers le médical, l'industrie ou la bagagerie. "Nous recevons des commandes de particuliers pour des enrouleurs de piscines, des housses pour salons de jardins... Avec une moyenne de deux demandes de devis par jour et une augmentation du chiffre d'affaires de 20 % en 2013, le site s'impose comme notre meilleur commercial !" Galvanisée par ces résultats, l'entreprise (six salariés, CA : 690k€) a doublé sa surface de production en 2014.

Zoom sur le e-commerce

En France, troisième marché européen du e-commerce, le chiffre d'affaires des *marketplaces* a progressé de 53 % en 2014. Selon une étude Xerfi, ce marché devrait peser 10 milliards d'euros à l'horizon 2018.



© J.M. Blache

NORD-ISÈRE

Verrine Nord-Isère, à l'assaut du national

Spécialisée dans l'étude et la réalisation de pièces plastiques (fabrication des moules puis injection) et désireuse d'être moins dépendante de la sous-traitance, la société Moule Nord-Isère lance en 2012 sa propre gamme de verrines. "Une diversification gagnante", assure le dirigeant Gilbert Chamoley, conforté par une croissance de 126 % par an et un chiffre d'affaires de 80 k€ (CA global : 265 k€, trois salariés). "Notre ambition ? Étoffer notre portefeuille clients, composé de traités événementiels rhônalpins, au niveau national... Et cela passe par Internet !" Le programme Stratégie commerciale PME-PMI de la CCI a guidé le dirigeant dans la construction d'un site au nom de la marque Verrine Nord-Isère. Le catalogue, mis en ligne en mars 2015, s'enrichira d'une plate-forme e-commerce sur laquelle les professionnels passeront commande. "Avoir un site ne suffit évidemment pas, nous le ferons connaître lors de salons, par des campagnes e-mailing et Google AdWords". Anticipant les futures commandes, l'entreprise a investi de nouveaux locaux à Sainte-Blandine.

■■■ partagent à leurs clients... qui commandent. Avant, il aurait fallu de six mois à un an pour obtenir de tels résultats."

Quand les parts de marché se gagnent en ligne

Être présent sur la Toile ne suffit plus. Tout projet web, site vitrine ou e-commerce, B to B ou B to C, doit générer des résultats, dégager du chiffre d'affaires ou amener des contacts qualifiés. Puissant levier de croissance, un site demande une stratégie numérique adaptée impliquant de connaître son potentiel marché en ligne, mais aussi d'investir en acquisition d'audience et de fidélisation clients (e-mailing, réseaux sociaux, référencement naturel ou Google AdWords...). Afin d'encourager cette transition, les CCI soutiennent le développement de plates-formes e-commerce mutualisées, dites marketplaces, telles que monpanierfute.fr dans l'Ain, achetezenroannais.com, ou AchatVille. Né à Grenoble en 2000, le dispositif se déploie dans 26 CCI, à l'image d'Achat-Grenoble.com, Achat-Loire.com ou Achat-Savoie.com. En rejoignant ces plates-formes, les commerçants bénéficient d'un outil facilement administrable, mais aussi d'une visibilité et d'un référencement meilleurs que sur un site individuel. Deux aspects essentiels, comme le rappelle Renaud Quintin de l'agence TNT, développeur du site achetezenroannais.fr : "Être absent de Google, c'est être absent du processus de décision. Si le

L'Hôtel d'Angleterre relève le défi de l'e-réputation

Lorsqu'ils reprennent l'Hôtel d'Angleterre en 2012, Cilia et Cyril Sarrasi s'attachent à moderniser l'établissement situé au centre de Grenoble. "Plusieurs chantiers ont été lancés, mais l'informatique s'est imposée comme la priorité, insiste le dirigeant. Nous avons installé Availpro, un progiciel automatisant les échanges avec des sites devenus incontournables comme Booking ou Expedia, tout en optimisant les taux de réservation. Avant, un commercial faisait cela à plein temps !" Autre bouleversement dans le secteur du tourisme : l'e-réputation. Un travail de fond sur l'offre de services, mais aussi de forme, par l'utilisation de photos professionnelles, a permis à l'hôtel (CA : entre 1 M€ et 1,5 M€, huit salariés) de remonter son positionnement. Aujourd'hui, 900 avis s'affichent sur le site Booking qui draine 20 à 30 % des réservations. Conscient des enjeux liés au numérique, Cyril Sarrasi participe aussi aux ateliers de la Web Academy proposés chaque mois par le réseau Ecobiz, créé par la CCI de Grenoble. "L'occasion de glaner des conseils pratiques pour gagner en performance et en notoriété."

GRENOBLE



© J.M. Blache

consommateur trouve ce qu'il recherche en local, il viendra la plupart du temps acheter directement dans l'entreprise." Frédéric Dalau-dièrre, président de l'association des commerçants Les Vitrites de Roanne le constate : "En matière de e-commerce, la compétition avec les *pure players* a commencé. Soit nous laissons Amazon, Cdiscount ou Vente Privée prendre la totalité du marché, et devenir aux commerçants ce qu'est booking.com aux hôteliers, soit nous parvenons à proposer d'autres alternatives en misant sur nos atouts, l'accueil, la proximité et le service."

Big Data et business model

GRC, ERP, trafic web... La richesse du numérique tient dans ses données massives, ou Big Data. Maîtriser ces flux d'informations qualitatifs par des solutions de capture, stockage et surtout d'analyse, apporte un puissant avantage concurrentiel. Ces outils décisionnels

quasi instantanés sont autant de leviers pour gagner en performance, affiner et orienter sa stratégie en temps réel. Part essentielle de la valeur ajoutée d'une entreprise, ces données impliquent des conséquences lourdes en cas de perte. "Plus de 50 % des clients qui perdent leurs données déposent le bilan dans les deux ans !", alerte Nicole Sgro, directrice de Fingerprint Technologies. Face

aux risques de piratage, de vol ou même d'erreur humaine, la CCI de l'Ain propose d'établir un diagnostic de vulnérabilité en partenariat avec la gendarmerie et délivre des méthodes de sécurisation simples à mettre en place.

Le Big Data transforme également le modèle économique des entreprises en plaçant les usages au centre. "Connaître les

comportements d'achats multicanaux des utilisateurs afin de les intégrer en amont, dès la conception ou la commercialisation de son offre, vous assure que le marché soit au rendez-vous en phase finale", assure Serge Imbert-Bouchard. La nouvelle donne du numérique redistribue donc les cartes de la croissance. Les PME n'ont plus qu'à prendre la main ! **R. Broz**

La richesse du numérique tient dans ses données massives, ou Big Data

HAUTE-SAVOIE

Les éditions Tissot, de la transition à la transmission

Expertes en droit du travail, les éditions Tissot (CA : 10,7 M€) publient des ouvrages et développent des solutions métier en ligne pour les professionnels depuis plus de 40 ans. En 2007, elles passent leurs produits en version numérique. "Nous avons été précurseurs, note Jonathan Girard, e-business manager. Dans un contexte très concurrentiel, nous misons sur l'innovation numérique pour challenger les grands du secteur." Un pari réussi, avec une augmentation du trafic de 40 % entre 2013 et 2015 (près de 1,5 million de visites par mois) et le lancement d'une solution en mode SaaS, bdes-online.fr, permettant aux sociétés de remplir leurs bases de données économiques et sociales en ligne. Les effectifs reflètent cette stratégie : 12 des 50 salariés composent le pôle e-business de l'entreprise ancienne. "Un à deux étudiants en alternance renforcent le service. Il est essentiel d'accompagner les talents de demain pour construire un écosystème toujours plus dynamique, d'autant que nous bénéficions d'excellentes formations proposées par la CCI Haute-Savoie avec l'école des Gobelins ou l'IAE Savoie Mont-Blanc."

© G. Piel



Ce dossier, édité par la Chambre de commerce et d'industrie de région Rhône-Alpes, est diffusé par neuf CCI rhônalpines : Grenoble, **Présences** (34 000 ex.), Haute-Savoie, **Impulsion** (31 500 ex.), Savoie, **Partenaires Savoie** (25 500 ex.), Ain, **Grand Angle 01** (22 000 ex.), Drôme, **L'Économie drômoise** (20 500 ex.), Nord Isère, **Nord-Isère économie** (14 400 ex.), Roanne Loire Nord, **Roanne éco** (8 500 ex.), Beaujolais, **Entreprendre en Beaujolais** (6 000 ex.), Saint-Étienne Montbrison, **CCI Le mag** (22 000 ex.).

Contact : Présences. Tél. : 04 76 28 28 76 - Le dossier est consultable en ligne sur : www.rhone-alpes.cci.fr

Appui aux entreprises

10 000 BONNES RAISONS DE VOUS FIER À VOTRE CCI

Développement commercial, appui en matière d'innovation et de compétitivité, accompagnement à l'export, recherche de financements, intelligence économique... les Chambres de Commerce et d'Industrie sont au service des entrepreneurs. Chaque année, **plus de 10 000 entreprises de Rhône-Alpes sont conseillées et accompagnées** dans leurs projets de développement par le réseau régional des CCI.



Réalisation : CCI de région Rhône-Alpes / Direction de la Communication - Création : © unilennable - Illustration : © opolla / fotolia.com - Mar 2015

► *Au service des entreprises et des territoires, la Chambre de Commerce et d'Industrie de région et les 11 CCI territoriales de Rhône-Alpes s'activent pour faire avancer toutes les envies d'entreprendre.*



Salon de l'Entreprise 5^{ème} édition : jeudi 5 novembre



Salon professionnel, carrefour d'affaires, lieu de rencontres et d'opportunités, la 5^{ème} édition du Salon de l'Entreprise est l'évènement économique incontournable en Beaujolais.

Vitrine des meilleurs savoir-faire de la région, le Salon de l'Entreprise organisé par la CCI Beaujolais / ParcExpo est un évènement qui privilégie les connexions...

Le Salon de l'Entreprise 2015 vous plongera au cœur du cerveau, centre de décisions de l'entreprise.

Albert Einstein est sans nul doute l'excellence de la représentation du pouvoir et des phénoménales capacités de nos neurones. Le 5 novembre, dès 9h, tout sera fait pour bien vous accueillir dans un monde où «rien n'est établi»

(* anagramme d'Albert Einstein)

Plus de 100 exposants, industriels, prestataires de service, partenaires du développement de l'entreprise, réseau d'entrepreneurs locaux seront présents.

Favoriser le développement économique endogène par la mise en avant des savoir-faire locaux et offres de services de proximité, tel est l'enjeu de cette 5^{ème} édition du Salon de l'Entreprise qui épouse les mêmes valeurs de convivialité que les éditions antérieures et vous offre sur site une restauration de qualité vous permettant de poursuivre autour de la table les connexions établies.



Le salon de l'Entreprise, c'est également un show-room des savoir-faire industriels du Beaujolais-Val-de-Saône. Véritable vitrine de l'innovation et des solutions techniques, cet espace d'exposition des produits locaux présente un réel intérêt. Comme chaque année, les Trophées Excellence seront remis, en clôture du Salon, aux entreprises qui se sont distinguées au cours de l'année 2014.

Le Salon de l'Entreprise est organisé par la CCI du Beaujolais. Son existence n'est possible qu'avec le soutien de partenaires privés, Groupama, Caisse d'Epargne Rhône-Alpes, Banque Populaire Loire et Lyonnais.

Beaux projets
Beaux échanges

trèsBeaujolais

«Le CERVEAU, centre de décision», thème surprenant pour un salon professionnel... Et pourtant, d'une extraordinaire complexité, il est le point de départ de nos choix, de nos pensées et actions. Poste de commandement du corps humain, il est aussi le siège de notre conscience et de nos émotions, le centre de l'apprentissage et du savoir... Dans l'entreprise, il est omniprésent et ce n'est pas un hasard si nous avons tous des séances de brainstorming ! En permanence nous devons imaginer, inventer, convaincre, arbitrer, décider, former, anticiper et mémoriser. Organe encore très mystérieux pour lequel la recherche médicale fait des progrès constants, le Cerveau est aussi l'objet de concepts fous que l'intelligence artificielle ne peut remplacer. Les robots –humanoïdes ou pas– ne sont que la résultante de savoir-faire et d'acquis scientifiques et techniques...

ALBERT EINSTEIN (1879 – 1955)

Il y a 60 ans disparaissait Albert Einstein, célèbre physicien américain d'origine allemande, mondialement connu pour la célèbre formule $E=mc^2$.

Diplômé de l'école polytechnique fédérale de Zurich, il obtient le Prix Nobel de physique en 1921, la médaille Copley en 1925 et la médaille Max Plouc en 1929. Ses travaux sur la relativité générale sont publiés en 1916 et constituent toujours, 100 ans après, les bases de la physique moderne. Albert Einstein est décédé en 1955 d'une rupture d'anévrisme. Considéré comme le symbole de l'intelligence humaine, le savant avait, selon des experts et médecins un cerveau différent du nôtre, dont le QI est estimé entre 160 et 180, contre 100-115 pour une intelligence normale (ou relative ?).

Pour mieux comprendre cette formidable machine, la Fondation NEURODIS, partenaire du salon 2015 vous proposera un environnement qui mettra vos neurones à rude épreuve ! Un rendez-vous à ne pas manquer, au centre du Salon.

En savoir plus

Retrouvez le Salon 2015 sur www.salondelentreprise.com

Contacts :

Pascal DANGER, Secrétaire Général
Peggy CORSANT, pcorsant@villefranche.cci.fr

Collecte des déchets, faites des économies !

Regrouper les commandes pour bénéficier d'un tarif attractif !

Pour la collecte de leurs déchets dangereux et la vidange des séparateurs à hydrocarbures, la CCI et la CMA proposent aux entreprises depuis près d'un an des prestations à tarif négocié effectuées par des prestataires reconnus. Le principe est simple, basé sur un volume de commande pour obtenir un tarif plus attractif.

Pour qui ?

Proposé dans le cadre de la Mission Entreprises et Rivières de l'agglomération*, ce service à tarif négocié s'adresse aux entreprises artisanales, industrielles et commerciales implantées sur les communes d'Arnas, de Gleizé, de Limas et de Villefranche.

Période de collecte :

Collecte des déchets dangereux : La campagne a lieu du 29 juin au 24 juillet puis du 2 au 27 novembre.

Vidange des séparateurs d'hydrocarbure : La campagne aura lieu du 2 au 27 novembre.



Ils témoignent :

« Nous sommes très pointilleux sur la réglementation, la société qui a collecté nos Déchets Dangereux nous a donné toutes les garanties. Ils sont très pros ! »

T. GASSIN - société QUARON

« La société en charge de l'entretien des séparateurs à hydrocarbures offre, en plus du service, du conseil. Nous comptons la recontacter pour une nouvelle prestation et nous envisageons d'étudier la seconde offre proposée pour la collecte des déchets dangereux qui a l'air intéressante également. »

M. PONCET - société BLEDINA

« Le RDV fixé a été respecté pour l'entretien de nos séparateurs à hydrocarbures. Les tarifs sont intéressants. En résumé : très professionnels ! »

E. BOUCHE - Société EXEL GSA



* Partenaires de la « Mission Entreprises et Rivières de l'Agglomération » Communauté d'Agglomération de Villefranche Beaujolais Saône, Syndicat Mixte des Rivières du Beaujolais, Agence de l'Eau Rhône Méditerranée Corse.

En savoir plus et inscription

Les demandes de devis sont traitées toute l'année. Les entreprises intéressées doivent se faire connaître auprès de la CCI et de la CMA.

Contacts :

Clémentine Corgier, CCI du Beaujolais

tél 04 74 62 73 00

Axel Guillien, CMA du Rhône

tél 04 72 43 43 00

Rendez-vous d'expert à la CCI !

La CCI du Beaujolais organise des rencontres avec des experts pour les chefs d'entreprise et les porteurs de projets. Ces consultations sont gratuites.

Rendez-vous des experts de l'International

- Le 3^{ème} mardi de chaque mois avec la CCI, Coface, Business France en partenariat avec BPI.
- **Prochaines dates :** 21 juillet, 15 septembre, 20 octobre, 17 novembre et 15 décembre
- **Inscription :** Anthony PADRE apadre@villefranche.cci.fr

Rendez-vous INPI Institut National de la Propriété Industrielle

- Rendez-vous gratuit de 40 mn l'après-midi avec un ingénieur INPI.
- **Prochaines dates :** Mercredi 22 juillet
- **Inscription :** Sylvie LANIER slanier@villefranche.cci.fr

Rendez-vous RSI Régime Spécial des Indépendants

- Tous les jeudis, le matin à partir de 9h sans rendez-vous, l'après-midi sur rendez-vous.
- **Inscription :** Annie LANNOY alannoy@villefranche.cci.fr creation@villefranche.cci.fr

Rendez-vous juridique avec l'Ordre des avocats de Villefranche sur Saône

- Le dernier lundi du mois entre 14h et 17h, conseil gratuit de 30 mn, principalement sur les baux commerciaux.
- **Prochaines dates :** 14 septembre, 12 octobre, 9 novembre et 14 décembre
- **Créateurs, repreneurs, entrepreneurs autres que commerçants**
- **Inscription :** Annie LANNOY alannoy@villefranche.cci.fr creation@villefranche.cci.fr
- **Commerçants**
- **Inscription :** Corinne BERTHIER cberthier@villefranche.cci.fr

Rendez-vous avec les Experts-Comptables

- Rendez-vous de 45 min entre 13h45 et 17h30 pour les porteurs de projet et jeunes entrepreneurs.
- **Prochaines dates :** 15 septembre, 13 octobre, 10 novembre et 15 décembre
- **Inscription :** Annie LANNOY alannoy@villefranche.cci.fr creation@villefranche.cci.fr

Rendez-vous avec un professionnel du Webmarketing

- Les lundis après-midi, rendez-vous de 45mn à partir de 13h30
- **Inscription :** Frédérique PARLIER fparlier@villefranche.cci.fr



Pack Performance Commerce de proximité

Une offre conçue spécialement pour les commerçants !

Pour quels besoins ?

- Vous souhaitez développer votre chiffre d'affaires
 - Vous souhaitez améliorer la rentabilité de votre commerce
 - Vous recherchez une nouvelle identité pour votre commerce
- La CCI du Beaujolais a développé un pack performance composé de 4 modules.

Zone de chalandise

Pour communiquer, il faut savoir d'où viennent vos clients

- 1 - Définition de la zone de chalandise théorique
- 2 - Identification de la zone de chalandise réelle
- 3 - Profils de clientèle sur les différents périmètres

Déterminer des zones potentielles sous-exploitées pour des campagnes de communication ciblées

Notoriété et image

Pour acheter, les consommateurs doivent d'abord vous connaître et également avoir une bonne image du magasin.

- 1 - Attentes et besoins consommateurs
- 2 - Mesure de la notoriété spontanée et assistée
- 3 - Détermination des atouts et faiblesses
- 4 - Evaluation sur des critères d'image prédéfinis

Augmenter le nombre de clients potentiels pour acquérir de nouveaux clients



Satisfaction

Vos clients très satisfaits sont vos ambassadeurs.

- 1 - Attentes et besoins clients
- 2 - Mesure du niveau de satisfaction
- 3 - Mesure du niveau de fidélisation
- 4 - Améliorations proposées

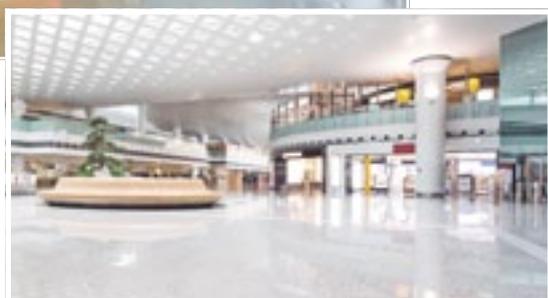
Augmenter le nombre de venues des clients ainsi que le montant de leur panier moyen.

Aménagement magasin

Avoir un avis expert extérieur est essentiel pour faire évoluer l'identité de votre commerce

- Diagnostic expert
- 1 - Identité visuelle du point de vente
- 2 - Vitrine commerciale
- 3 - Aménagement intérieur – merchandising

Améliorer l'attractivité visuelle et la mise en avant des produits dans le point de vente



- MODULE ZONE DE CHALANDISE* : 400 € HT
- MODULE IMAGE ET NOTORIÉTÉ* : 600 € HT
- MODULE SATISFACTION* : 600 € HT
- MODULE AMÉNAGEMENT MAGASIN : 150 € HT

*phase de recueil de l'information non comprise

- 2 MODULES : -10%
- 3 MODULES : -15%
- 4 MODULES : -20%

Pour plus d'informations

Cédric ANDRZEJEWSKI - candrzejewski@villefranche.cci.fr
Pascal CARLISI - pcarlisi@villefranche.cci.fr

Promouvoir le territoire par la vidéo

ParcExpo est un vecteur majeur de promotion du Beaujolais Val de Saône ! Cet équipement de la CCI accueille chaque année à Villefranche-sur-Saône plus de 160 000 visiteurs sur 50 manifestations, salons, congrès, présentation de produits...

Pour présenter ses capacités d'accueil, ses multiples utilisations et son environnement de qualité, un film vient d'être réalisé. Il est visible sur le site de ParcExpo et sa page facebook.



Pour répondre à la demande des dirigeants qui lors de leurs déplacements à l'étranger souhaitent présenter le territoire Beaujolais, la CCI du Beaujolais tient à leur disposition une vidéo de promotion du territoire en version française et anglaise. Ce film présente en quelques minutes les atouts et les potentiels d'implantation du Beaujolais. La vidéo peut être fournie sur clé. Elle est également visible sur le site de la CCI.

En savoir plus

Ces 2 vidéos sont publiées sur la chaîne YouTube de la CCI du Beaujolais, sur la Web TV et sur les sites de la CCI et de ParcExpo www.ccibeaujolais.tv
N'hésitez pas à les partager !

Travaux sur Orcel

La CCI du Beaujolais aménage une nouvelle zone d'activité proche de la RD 306 (ex RN6) destinée aux TPE. Il s'agit de la zone d'Orcel de 4ha située à Corcelles-en-Beaujolais. Les travaux de viabilisation démarrent en juin et s'achèveront en janvier 2016. La commercialisation, des lots à partir de 2 000 m² est en cours.

Contact : Noémie Gaillard
ngaillard@villefranche.cci.fr



La CCI du Beaujolais accompagne les entreprises au numérique

A travers la plate-forme E-Cité, la CCI du Beaujolais s'associe avec plusieurs partenaires afin d'aider les entreprises à mieux connaître les usages du numérique, à savoir rechercher le professionnel qui leur convient et ainsi à utiliser ces nouvelles technologies pour en faire un atout capable de booster leur activité.

E-Cité, destinée à devenir demain la plate-forme du numérique en Beaujolais, regroupe à la fois une pépinière d'entreprises dédiée au e-commerce, un annuaire des professionnels du numérique présents sur le territoire mais aussi des rendez-vous « pros » gratuits et ouverts à tous.

Prochainement un programme alternant des périodes de formation en groupe et d'accompagnement individuel, « Atouts numériques » viendra compléter ce dispositif. Il est destiné aux TPE (moins de 10 salariés) du commerce, des services et de l'industrie.



Les rendez-vous pros d'E-Cité

Un expert en webmarketing intervient gratuitement un lundi sur deux à la CCI pour proposer des conseils aux TPE/PME qui veulent être visible sur le net. Sur rendez-vous, prochaine date : 20 juillet

Des ateliers numériques

Chaque mois les ateliers numériques d'E-Cité proposent de découvrir les bonnes pratiques et les usages des outils numériques existants pour les TPE/PME.

Pour recevoir les invitations inscrivez-vous sur le site www.e-cite.fr (rubrique « abonnez-vous »)

Pour plus d'informations

www.e-cite.fr

Contact CCI : Pascal CARLISI
pcarlisi@villefranche.cci.fr

SE

Salon de
L'ENTREPRISE

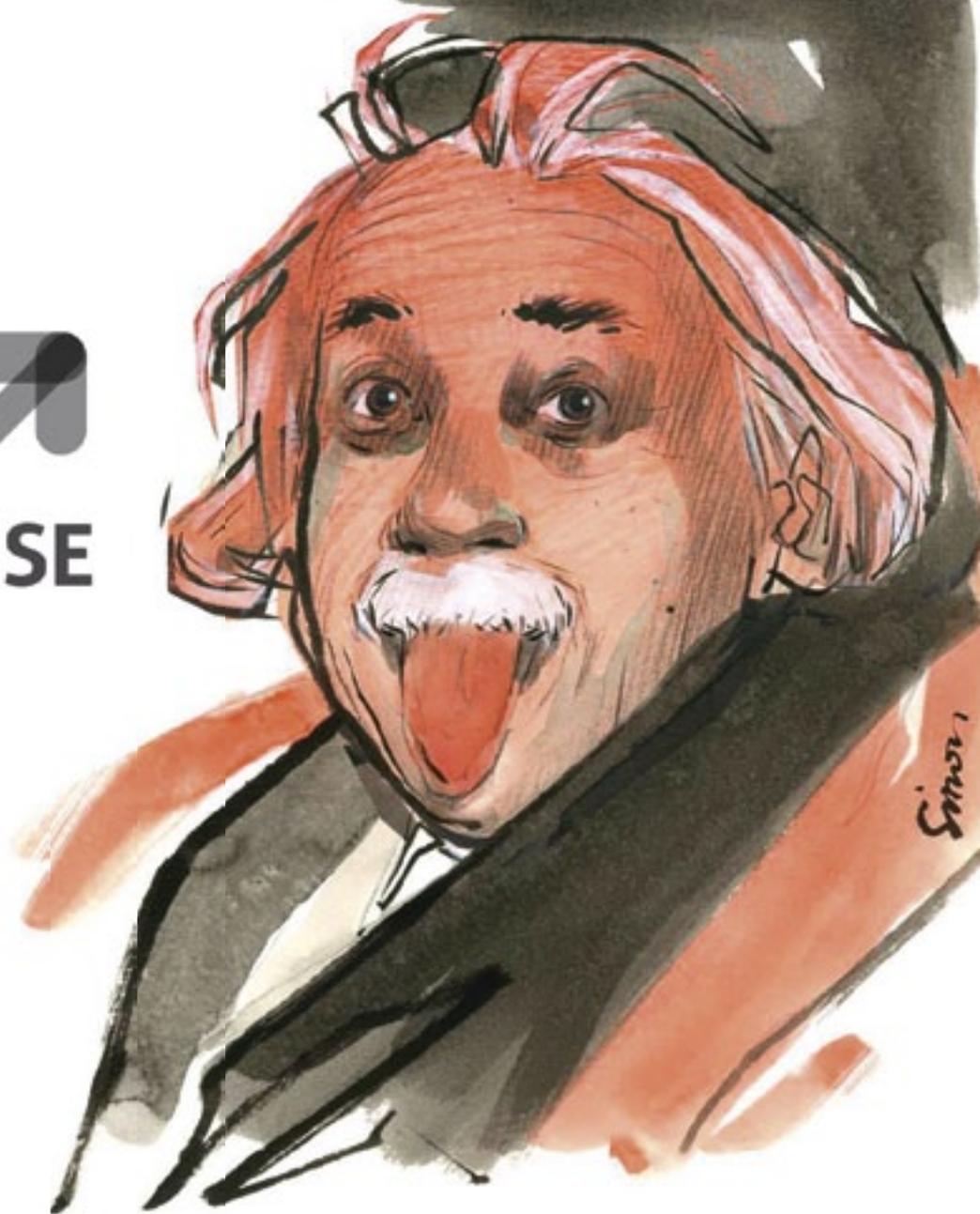
5^{ème} édition

Le cerveau
centre de décision

- 100 exposants
- Conférence
- Ateliers

Beaux projets
Beaux échanges

trèsBeaujolois



JEUDI 5 NOVEMBRE 2015

ParcExpo ● VILLEFRANCHE

ENTRÉE LIBRE

www.salondelentreprise.com

Avec le soutien de

Un événement
CCI BEAUJOLAIS




Groupama
Rhône-Alpes Auvergne



fondat. en
neurodis

trèsBeaujolais

Ensemble,

Partageons nos valeurs

Affichons la couleur

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais

trèsBeaujolais est la marque territoriale partagée dédiée à l'attractivité et au développement économique de notre territoire. Ensemble, partageons les valeurs du Beaujolais !

www.tresBeaujolais.com