

# ENTREPRENDRE *en Beaujolais*



## DOSSIER

**Les entreprises à l'heure  
de la transition numérique**

**Sécurisez  
vos échanges  
en ligne**

**Que vous soyez une entreprise,  
une collectivité...**

LES CERTIFICATS DE SIGNATURE  
ÉLECTRONIQUE CHAMBERSIGN  
SONT LES OUTILS INDISPENSABLES  
POUR SÉCURISER  
VOS ÉCHANGES EN LIGNE !  
RÉFÉRENCÉS PAR L'ÉTAT,  
ils sont délivrés par le réseau  
des Chambres de Commerce  
et d'Industrie.

- pour toutes les téléprocédures : Système d'Immatriculation des Véhicules SIV, télétv@, déclarations URSSAF, ...
- référencé sur toutes les plateformes de réponse électronique aux marchés publics
- accès à des sites sécurisés (EBICS, réseaux et canalisation Ineris, portail HELIOS, SYLaé,...)
- signature de documents à valeur probante (contrats, factures, devis)...
- dématérialisation des documents (contrôle de légalité ACTES, Pro-Douane,...)
- application bancaires

**Assistance personnalisée  
par mail et par téléphone**

**Inscrivez-vous directement :**

**[www.chambersign.fr](http://www.chambersign.fr)**

**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](http://www.beaujolais-cci.com)  
E-mail : [cci@villefranche.cci.fr](mailto:cci@villefranche.cci.fr)

ISSN 1951-0918

**Directeur  
de la publication :**  
Noël COMTE

**Coordination de  
la réalisation :**  
Elisabeth MEYZEN

**Rédactrice en chef :**  
Elisabeth BALLERY

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

**Photos :**  
Francis Mainard

**Crédits photos :**  
Rendez-vous by Vincent Maillard,  
Litéries Pontus, Éditions du Poutan,  
GWD Photography Marion Triverio,  
Inter Beaujolais, Serge Sang,  
Shutterstock.  
Tous droits réservés.  
Reproduction interdite  
sauf accord de la direction  
Entreprendre en Beaujolais

**Montage et réalisation  
du magazine :**  
DG Promo  
69220 Belleville

**Flashage,  
impression, façonnage**  
Imprimerie Lamaziere  
69150 Décines-Charpieu

Adhérent :



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

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

➔ Vous souhaitez connaître  
**les coordonnées**  
**des entreprises citées**  
dans ce numéro

[www.beaujolais-cci.com](http://www.beaujolais-cci.com)

**4 TABLEAUX DE BORD**

**5 ÉDITORIAL**

**6 ACTUALITÉS**

**8 PRODUITS**

**10 DOSSIER**  
Les entreprises à l'heure  
de la transition numérique

**17 ENVIRONNEMENT**  
Granulats Vicat, une société  
intégrée à son environnement

**18 REPRISE**  
Laro Viticulture prend  
un nouveau départ



**P. 10  
DOSSIER**



**P. 17  
ENVIRONNEMENT**



**P. 19  
IMPLANTATION**

**19 IMPLANTATION**  
Quaron s'implante à Arnas

**20 INTERNATIONAL**  
Mitiki fait rayonner  
la culture française à l'étranger

**21 À TABLE**  
Le Bistrot d'Hélices,  
cuisine sans turbulence

**22 ACTUALITÉS JURIDIQUES**

**23 DOSSIER RHÔNE-ALPES  
ÉCONOMIE**  
Le luxe brille aussi  
en Rhône-Alpes

**31 ACTUALITÉS CCI**

- Rendez-vous au Salon de l'Entreprise 2014
- Écoles-entreprises, portes ouvertes !
- Facilitez-vous le passage au numérique avec votre CCI
- L'union fait la force, la raison d'être du travail en réseau !

**AGENDA**

**5 mai 2014**  
Permanence Webmarketing

**12 mai 2014**  
Permanence Juridique

**13 et 27 mai 2014**  
10 clés pour entreprendre

**15 mai 2014**  
. Atelier Repreneurs  
. Permanence ERAI

**19 et 20 mai 2014**  
Stage auto-entrepreneurs

**20 mai 2014**  
Permanence des Experts-Comptables

**21 mai 2014**  
. RV d'Experts : Protection sociale  
. Permanence INPI

**2 juin 2014**  
Permanence Webmarketing

**4 au 6 juin 2014**  
Futurallia Rhône-Alpes

**10 et 24 juin 2014**  
10 clés pour entreprendre

**16 juin 2014**  
. Permanence Juridique  
. Atelier numérique : Devenir visible sur internet grâce au référencement naturel

**17 juin 2014**  
Permanence des Experts comptables

**18 juin 2014**  
RV d'Experts : Protection sociale

**19 juin 2014**  
. Permanence ERAI  
. Atelier Repreneurs

**23, 24, 25, 26, 27 juin et 2 juillet 2014**  
Stage 5 jours pour Entreprendre  
Formation pour les futurs créateurs et repreneurs

**25 juin 2014**  
Permanence INPI

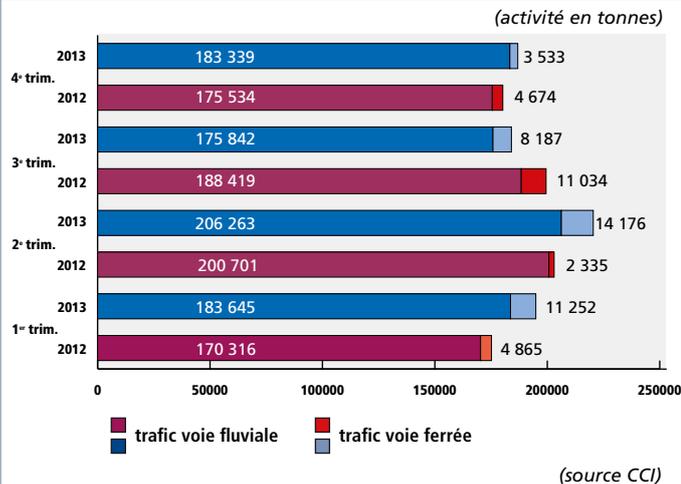
**7 juillet 2014**  
Atelier numérique : Tour d'horizon des différentes solutions de paiement en ligne

**8 juillet 2014**  
Troisième soirée Interclubs à l'aérodrome de Villefranche-Tarare

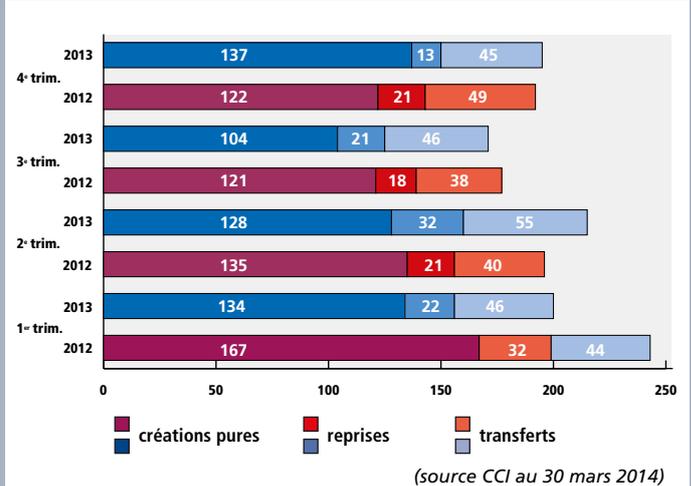
Contact CCI  
Dominique Cérutti  
Tél. : 04 74 62 73 00

# Indicateurs économiques du Beaujolais

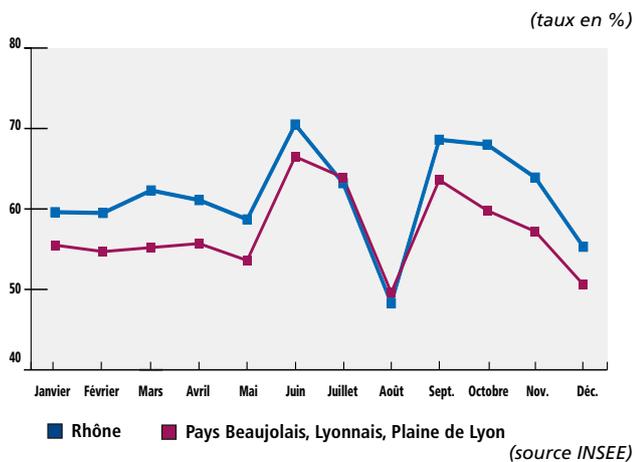
## Trafic marchandises au port de Frans et port Nord



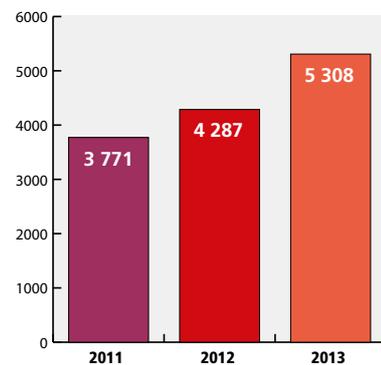
## Les créations et reprises d'entreprise en Beaujolais



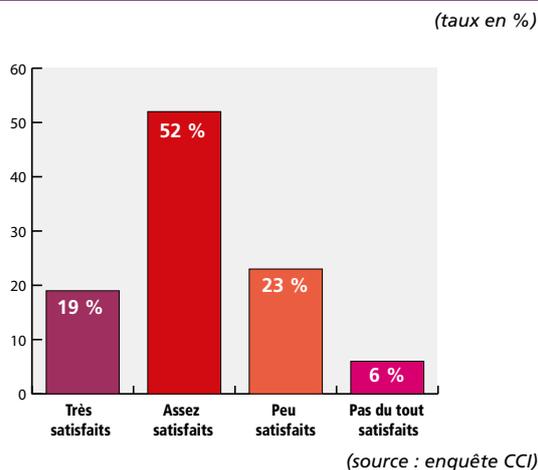
## Taux d'occupation des hôtels



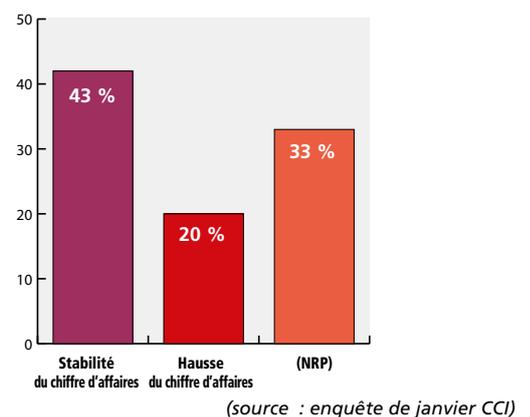
## Formalités internationales\* enregistrées par la CCI



## Perception des commerçants sur les soldes d'hiver 2014



## Perception des chefs d'entreprise sur les perspectives 2014



# Le numérique, clé de l'avenir !

**D**ans l'économie moderne, les produits manufacturés coûtent de moins en moins cher à l'acheteur et rapportent de moins en moins à leur producteur. La production de richesses bascule vers l'immatériel, modifiant ainsi la représentation de l'économie jusqu'à admettre que tout n'est que service. En effet, 80 % du PIB sont réalisés dans les services, mais si l'on tue les 20 % de PIB résultant de la manufacture, les 80 % deviennent inopérants, et le marché disparaît. Nous voyons là combien produits et services sont interdépendants, les premiers améliorant leurs performances grâce à l'innovation technologique, tandis que l'efficacité des seconds relève essentiellement de l'innovation organisationnelle.

Rapidité croissante dans les échanges d'information, nouvelles méthodes de travail, réactivité, flexibilité, efficacité globale... s'améliorent continuellement par l'évolution des outils numériques, qui modifient en profondeur l'univers de l'entreprise. Est-ce là une révolution, une rupture ? C'est pour le moins un changement radical qu'il faut s'approprier, tant il ouvre d'opportunités aux entreprises de toute taille et de tout secteur d'activité, à condition d'oser les saisir !

Selon l'Observatoire du Numérique « *les entreprises françaises se caractérisent par des taux d'équipement et d'usage des TIC contrastés, se situant le plus souvent près de la moyenne des pays de l'Union Européenne. Les résultats sont proches du meilleur taux d'équipement pour les connexions à haut débit (fixe et mobile) et l'utilisation d'un progiciel de gestion intégré (ERP). En revanche, une marge de progression existe encore pour la possession d'un site web* ».

Consciente des enjeux et des transformations induites par le Web, la CCI du Beaujolais conduit de nombreuses actions en direction des entreprises du territoire. En réponse à la montée en



puissance du e-commerce, la CCI du Beaujolais a créé « E.cité », une pépinière d'entreprises dédiée au commerce électronique en partenariat avec l'agglomération Villefranche-Beaujolais. Mais le e-commerce ne constitue qu'un fragment de la révolution Internet dans notre Société et dans nos entreprises.

Aujourd'hui, avec l'arrivée de la génération Y dans le monde du travail, les entreprises s'intéressent au bon usage des réseaux sociaux issus du Web 2.0 : Facebook, Twitter, Viadeo...

Regroupés en communautés autour de centres d'intérêts, les internautes partagent les informations et les enrichissent en temps réel, commentent leurs expériences positives ou négatives, donnent leur avis sur les produits achetés... des comportements que l'entreprise ne peut ignorer si elle veut exister demain. Il y a une rupture dans le rapport au temps qui passe, la réactivité devenant une loi cardinale de la performance globale, avec un impact sur l'impérieuse nécessité d'une formation tout au long de la vie pour chaque personne qui voudra repousser ses limites de compétences.

Entrepreneurs, créateurs de richesses, pour vous aider à mieux cerner les enjeux des usages du numérique, nous vous invitons à découvrir les témoignages d'hommes et de femmes, dirigeants d'entreprise, actifs sur notre territoire, dans le dossier spécial de ce nouveau numéro d'Entreprendre en Beaujolais. Augmenter sa visibilité, améliorer la qualité de ses processus et de ses produits mais aussi des services associés aux produits, sont quelques-uns des exemples dont vous pourrez prendre connaissance au fil des pages de ce magazine.

Le numérique est désormais à la portée de tous. Votre CCI s'emploie à faciliter ce passage vers ces outils d'avenir afin de vous aider à gagner en compétitivité !

Noël Comte,  
Président de la Chambre de Commerce  
et d'Industrie du Beaujolais

## L'Hôtel Au Beaujolais Saint-Jean ouvre ses portes

### 8 Cylindres prend sa vitesse de croisière

En novembre dernier, Florent et Léo Jadot ont créé un atelier de réparation automobile spécialisé dans les mécaniques anciennes. « Nous prenons en charge tous types de réparations et de restaurations sur les véhicules anciens datant de l'avant-guerre et jusqu'au début des années 80, quelles que soient leur taille ou leur cylindrée », expliquent le père et le fils.

En moins de six mois, 8 Cylindres a déjà acquis une solide réputation auprès des amateurs de belles mécaniques.

« Sur la région Rhône-Alpes, il existe plus de 50 clubs de voitures anciennes, donc le potentiel est conséquent », analysent les associés. D'ailleurs, si Florent et Léo sont seuls aux manettes, épaulés de Sandrine l'épouse de Florent pour les tâches administratives, ils envisagent déjà d'étoffer leur équipe. « Nous pensons pouvoir rapidement embaucher un apprenti. Ensuite, l'idéal serait d'intégrer un deuxième mécanicien », prévoient les dirigeants de 8 Cylindres. Le trio se donne toutefois encore quelques mois pour consolider l'activité avant de concrétiser ces décisions. ■

Depuis début avril, un nouvel espace hôtelier a vu le jour sur le parc Saint-Jean à Saint-Jean d'Ardières. Implanté à proximité immédiate de la Maison des Beaujolais, l'Hôtel Au Beaujolais Saint-Jean se distingue à plus d'un titre. Sa forme d'abord puisque Olivier Ravier, son propriétaire a choisi des petites maisonnettes rappelant les motels pour abriter les

chambres par groupe de quatre. Un concept qui garantit indépendance et convivialité. Outre sa conception architecturale, ce nouvel équipement promet un très bon rapport qualité/prix. « Nous bénéficions d'un classement 3 étoiles, mais avec un aménagement de couchage 4/5 étoiles qui séduit aussi bien une clientèle d'affaires que les touristes. Notre éta-

blissement bénéficie, de plus, d'un emplacement stratégique à 500 mètres de la gare de Belleville et à peine plus d'un kilomètre de la sortie de l'A6 », explique Olivier Ravier. Pour l'heure, 28 chambres ainsi qu'une salle de séminaires sont opérationnelles. Fin 2014, 16 chambres supplémentaires seront ouvertes. ■

## La Botte Cavalière au galop

Cavalière, monitrice et coach, Alix David vient d'ajouter une nouvelle corde à son arc, sans délaisser l'univers du cheval. Depuis l'automne, la jeune femme a en effet fondé « la Botte Cavalière », un concept de boutique itinérante qui commercialise des bottes d'équitation. « Je me déplace sur les concours, dans les salons mais aussi dans les écuries pour proposer une sélection de bottes, bottines et accessoires haut de gamme, même si je dispose aussi de certains modèles d'entrée de gamme. Ce mode de vente me semble particulièrement bien



adapté pour ces produits qui méritent une approche personnalisée », explique Alix David. La cavalière va toutefois prochainement ouvrir un site de vente en ligne afin de diffuser plus largement ces modèles en provenance de Grande Bretagne, d'Allemagne, des Pays-Bas, Italie et du Portugal. Des bottes et bottines spécialement conçues pour la



compétition, mais que certains s'approprient aussi en chaussures de ville. Une opportunité pour Alix David, qui constate que ses ventes ne cessent de progresser. ■

### En bref

#### Terroirs Beaujolais élargit son offre

Installée depuis un an à la direction de la boutique Terroirs Beaujolais au Col de Crie, Pascale Brachon aborde la saison d'été avec des nouveautés. « La communauté de communes vient d'agrandir la surface de vente. Je vais donc pouvoir élargir l'offre », se réjouit-elle. La boutique compte

développer un rayon textile et accessoires un peu plus important tout en complétant les produits en alimentation. « J'ai déjà un accord avec un fabricant de savons à base de pépins de raisins, ainsi qu'avec une créatrice de bijoux et des fabricants de produits textiles. Tous sont installés dans le Beaujolais. Et d'ici l'été, je devrais encore pouvoir pro-

poser d'autres produits locaux très intéressants », explique la gérante de Terroirs Beaujolais qui vient aussi tout juste d'ouvrir son site Internet. Sa clientèle composée à parts égales de touristes, de promeneurs et de résidents pourra suivre à distance les actualités de la boutique. ■

## Bayer inaugure un nouvel atelier



Depuis quelques semaines, le groupe Bayer compte un nouvel atelier sur son site de Villefranche-sur-Saône, qui permet de produire des suspensions concentrées. « Formulées à base d'eau, ces spécialités entrent dans la composition de différents produits destinés au traitement des cultures », précise Noël Ballay, directeur industriel de Bayer Vil-

lefranche-Limas. La demande est forte sur l'ensemble de la planète et spécialement en Amérique du Sud où l'agriculture se développe. Les suspensions concentrées produites à Villefranche-sur-Saône prendront donc pour la plupart la direction du Brésil. Du moins en été, car en hiver elles sont plutôt destinées à l'Europe. « La demande est évidemment liée aux

cycles de production. Le même atelier peut servir tour à tour les marchés de l'hémisphère nord et de l'hémisphère sud », explique le directeur industriel. Pour assurer la production qui fonctionne 7 jours sur 7, 24 heures sur 24, 45 salariés ont été embauchés. « Nous avons notamment recruté des personnes récemment licenciées par des grandes entreprises emblématiques du secteur qui ont fermé. C'est une double satisfaction car nous leur avons permis de retrouver rapidement du travail, et elles sont opérationnelles et parfaitement bien formées ». Les salariés ont rejoint les 300 autres collaborateurs du site de Villefranche-sur-Saône. Ils assurent la production dans un atelier qui a nécessité 12 millions d'euros d'investissement, marquant ainsi les ambitions du groupe pour cette implantation. ■

### Rhônealp Hydrogommage nettoie en douceur

Spécialisée dans le nettoyage de façades, de monuments, dans l'enlèvement de tags et graffiti, Rhônealp Hydrogommage a fait le choix de l'hydrogommage. « Cette technique, alternative au sablage, permet de décaper tout type de support sans l'abîmer », commente Bertrand de Beaurepaire, dirigeant fondateur de l'entreprise. Laquelle met également en œuvre une autre solution à base d'eau pure pour nettoyer les bardages métalliques, les vitrages, et les panneaux solaires sur des hauteurs pouvant atteindre 15 mètres. « Obtenu à partir de l'eau du réseau par une filtration qui élimine toutes les impuretés, le nettoyage à l'eau pure est faiblement consommateur d'eau. Il ne nécessite par ailleurs aucun échafaudage, ni nacelle, puisque je travaille à l'aide d'une perche télescopique, et encore moins de produit chimique », explique Bertrand de Beaurepaire. Des savoir-faire qui permettent à Rhônealp Hydrogommage de compter de nombreux clients parmi les industriels, les particuliers et les collectivités. ■

## Mag Tech, diffuseur de technologies

Spécialisée en systèmes électromagnétiques, Mag Tech a déjà séduit de nombreux fabricants d'électroménager avec sa technologie innovante de plaques de cuisson à induction. « Notre technologie équipe une grande partie des plaques à inductions produites en Europe », précise Jean-Yves Gaspard, fondateur de la société instal-

lée depuis 1999 à Gleizé. Sur cette lancée, MagTech mise désormais sur les voitures électriques. « Nous finalisons le développement d'un système de recharge de batteries de véhicules électriques par induction électromagnétique », explique le dirigeant qui présentera sa nouvelle technologie aux Automotive Techdays le

6 juin prochain à Lyon. Ce rendez-vous permet de mettre en relation les donneurs d'ordres et les équipementiers automobiles français et étrangers en Rhône-Alpes. La société compte nouer des contacts pour entamer la commercialisation d'une technologie prometteuse. ■

### En bref

#### K Savoir-Faire valorise les talents

L'idée est partie d'un constat : les PME et les TPE abritent des savoir-faire souvent pointus sur lesquels repose leur développement, mais elles peinent à les formaliser. Résultat ? Une cession, un remplacement de longue durée ou un recrutement sont des virages souvent difficiles à négocier. Lucie et Jean-Noël Favrot

ont mis au point une méthode simple et pragmatique qui permet de décrire rapidement les pratiques en milieu industriel. « La valorisation ou la transmission d'un savoir-faire passe par la formalisation. Il faut décrire ces compétences pour ensuite les figer sur un support à l'aide de techniques multimédia. La démarche peut être mise à profit par l'entreprise pour former plus rapi-

dement, détenir une référence et donc une application homogène du savoir-faire, le pérenniser, ou encore valoriser le capital humain vers les clients », décrit Lucie Favrot, co-fondatrice de K Savoir-Faire. Hébergée au sein de Créacités, la jeune entreprise, créée en début d'année, cible en priorité les PME industrielles de la région Rhône-Alpes. ■

## Le luxe à la française mis en boîte



Imaginez. Vous êtes dans un palace. Dehors, le soleil se couche sur une mer d'encre. Dans votre chambre, sur une table, trône une boîte magnifique. Sur un coussin de soie apparaissent les confiseries de maîtres français. Huit pour être précis. « C'est un chiffre porte-bonheur en Chine, presque sacré », raconte Vincent Maillard. L'entrepreneur caladois est à l'origine de la marque Rendez-vous by Vincent Maillard, des coffrets luxueux de confiseries françaises produits en séries limitées. Passé notamment par le groupe Lagardère, Vincent Maillard, à 50 ans, a finalement franchi le pas de l'entrepreneuriat. Passionné de gastronomie et intéressé par le commerce international, il décide de

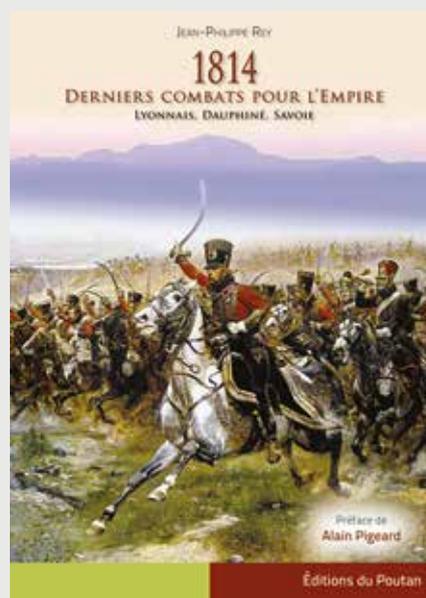
partir à la conquête du marché chinois. Sur place, il peaufine son projet. Plus faciles à transporter que le vin, moins périssables que le foie gras, les confiseries lui apparaissent comme une évidence. De retour en France, il démarcha de grands confiseurs et conçut l'écrin. « L'emballage est tout à fait unique ». Si ses produits sont français, sa boîte, elle, est internationale : système de vérins allemand, soie lyonnaise (depuis peu), brillants autrichiens... Jusqu'alors, il ne ciblait que les palaces internationaux, les yachtings clubs asiatiques, pour proposer son produit afin qu'il soit « offert en cadeau dans les hôtels de grand luxe »... Mais depuis son retour en France, il envisage le cadeau d'affaires comme une diversification bienvenue. « La boîte est personnalisable. Et une fois les confiseries consommées, chacun en fait ce qu'il veut », précise son créateur. Accompagné par cinq associés, Vincent Maillard compte bien imposer sa marque dans le luxe et a déjà des idées pour la suite : boîte à cigares, coffret de produits provençaux... Les possibilités semblent infinies et le succès pourrait bien être au Rendez-vous.

**Plus d'informations sur [www.vmfrance.net](http://www.vmfrance.net) ■**

## Le grenier de l'histoire

En 2009, Jacques Branciard, historien de formation, n'imaginait pas que la petite maison d'édition qu'il avait fondée pour rééditer son mémoire de maîtrise (Les Muscadins de Theizé une sombre histoire qui se déroule en 1793) allait constituer à terme l'intégralité de son activité. Les éditions du Poutan (grenier en patois beaujolais), proposent aux lecteurs de découvrir l'histoire locale et régionale au travers d'une cinquantaine d'ouvrages déjà parue et qui concerne avant tout le Beaujolais mais aussi Lyon et la région Rhône-Alpes. « Depuis cette année, on s'est mis à la fiction », indique l'éditeur qui se félicite du développement de sa société. Cette dernière est d'ailleurs au cœur de l'actualité en 2014. En effet, dès mi-février sortait à l'occasion du bicentenaire de la campagne de France 1814 – Derniers combats pour l'Empire de Jean-Philippe Rey, spécialiste de la période napoléonienne.

Ce livre permet de comprendre ce qui s'est passé dans l'ensemble de la région Rhône-Alpes lors de l'invasion autrichienne. Depuis la prise de Genève jusqu'à la bataille de Saint-Georges, 136 pages, 14 cartes et une trentaine d'illustrations reviennent en détail sur ces événements marquants de la fin de l'Empire. De plus, cet été, les éditions du Poutan comptent bien « faire partie de la vague Saint-Exupéry » en proposant, à l'occasion du 70<sup>e</sup> anniversaire de la disparition de l'aviateur et de l'entrée de son œuvre dans le domaine public, une biographie destinée au jeune public et réalisée par Eliette Jafflin-Millet, déjà auteur de Facteur Cheval pour les éditions du Poutan. Les ouvrages sont disponibles dans les librairies de la région et sur le site : [www.poutan.fr](http://www.poutan.fr) ■





## Un savoir-faire au service du sommeil

Depuis 17 ans, Dominique Pontus gère l'affaire familiale de litier matelassier, fondée il y a 60 ans à Saint-Étienne-des-Oullières. Il fabrique et rénove des éléments de literie traditionnelle, sommiers et matelas. En plus de son activité artisanale, il expose et vend de la literie manufacturée. « Tout est Français », prévient-il. Un choix assumé qui lui permet d'avoir confiance dans ce qu'il vend et ce qu'il fabrique. Laine, tissu, ressorts, crin... tout est issu de l'Hexagone, quand ce n'est pas local comme les planches de bois en provenance directe du Haut-Beaujolais. « Le

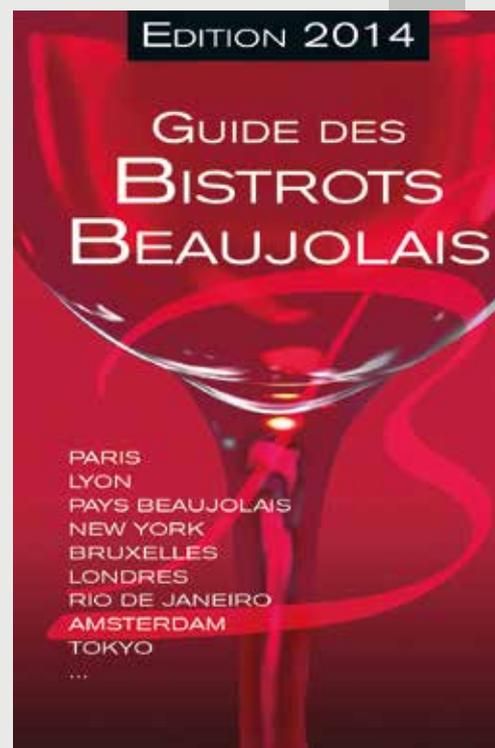
matelas en laine a fait ses preuves ». Et quelles preuves, car écologique avant l'heure, le matelas en laine (ou laine et mousse, laine et crin...) est composé de matières naturelles. Par ailleurs, « le matelas traditionnel est acheté une fois et entretenu, alors que la clientèle se débarrasse d'un matelas manufacturé qui, dès lors, n'est pas recyclé. A long terme, c'est une moindre dépense », assure Dominique Pontus. Surtout qu'il assure le service après-vente avec réactivité. « Je vais chercher le matelas le matin et il est rendu le soir ». Forcément, depuis plus de 30 ans qu'il exerce, le dirigeant a vu le savoir-faire se perdre. Il imagine bien un retour en force de ces produits robustes, écologiques et au rapport qualité/prix imbattable. « Et puis, la matière première ne manque pas ».

**Plus d'informations sur [www.literiespontus.fr](http://www.literiespontus.fr) ■**



## Le Beaujolais fédère les bistrots

Comme chaque année depuis 2007, l'association interprofessionnelle des vins du Beaujolais Inter Beaujolais sort son Guide des Bistrots Beaujolais. Un document bien utile qui permet de savoir très vite où se trouve le Bistrot Beaujolais le plus proche de chez soi. Mais qu'est-ce qu'un bistrot Beaujolais ? Il s'agit surtout d'une charte à respecter pour les restaurateurs. Pour faire simple, il faut que les établissements proposent des vins du Beaujolais à la carte et soient surtout perçus comme une « vitrine du vignoble », explique Fabien Vignal, responsable du réseau à l'Inter Beaujolais. « La démarche est gratuite. Nous sommes le seul territoire à proposer cela. Et ça marche ». Cette année, la tendance est à la hausse. De 252 noms, le guide passe à 290. Rien que dans le Pays Beaujolais, 10 nouveaux sur 71 bistrots viennent enrichir les références, soit cependant sept de moins qu'à Paris, première ville vitrine du vignoble. « Les vins du Beaujolais reviennent à la mode, analyse Fabien Vignal. Ce sont des vins avec un très bon rapport qualité/prix. Nous avons des grands crus à des prix accessibles et les clients sont demandeurs ». Résultat, à Lyon aussi, 53 bistrots affichent fièrement leurs couleurs. « Les crus y sont reconnus, ainsi que les Beaujolais et Beaujolais-Villages », se réjouit le responsable. Partout ailleurs dans le monde, de l'Angleterre aux Pays-Bas, le label fait des émules. Disponible dans les offices de tourisme et les établissements labellisés, le guide est édité à 50 000 exemplaires et contribue au renom du territoire. Pour ceux qui préfèrent utiliser leur smartphone, une application Bistrots Beaujolais est disponible gratuitement pour iPhone et Android. Lancée en milieu de l'année 2013, elle avait été téléchargée 6 000 fois en six mois. Clairement, le Beaujolais séduit. ■





Plus de 80 % des foyers français sont aujourd'hui connectés à Internet. Pour les entreprises aussi, l'ère du numérique modifie en profondeur leurs activités. Commerces, sociétés du tourisme, de service ou de l'industrie, comment les entreprises réussissent-elles leur transition numérique ? Comment s'intègre-t-elle dans leur stratégie de développement ?

## Les entreprises à l'heure de la transition numérique

La société numérique est en marche. De nouveaux usages se développent. Les objets sont de plus en plus connectés et deviennent même intelligents en interagissant avec leur environnement. Les services se dématérialisent - les titres-restaurants par exemple, sur carte à puce depuis le 2 avril. Des experts projettent même l'émergence des *smart cities*, des villes connectées dont les nombreux services seraient accessibles à la demande depuis un téléphone portable (réseau de bus, démarches diverses...). Et les imprimantes 3D se diffusent en France. Le futur est à nos portes. L'enjeu pour les entreprises est de ne

pas rater le coche et d'intégrer le numérique dans leurs process, leur communication, leur stratégie commerciale... Les possibilités sont toutefois infinies, et les investissements souvent lourds. Il convient donc de bien prioriser les actions à engager avant de se lancer. Des structures comme la CCI en lien avec l'Espace Numérique Entreprise (ENE – voir encadré) proposent différentes solutions pour aider les entrepreneurs à comprendre les enjeux et à se saisir des outils disponibles.

### Une société de communication

« En 2014, tout le monde est sur internet », glisse Yohann Bereziat, fondateur



Hervé Raphanel,  
dirigeant de l'hôtel  
Ici & Là

“  
Un site web  
est la première  
carte de visite  
d'une entreprise.”

de la société Ybizen. Expert en webmarketing, il connaît bien le sujet. « Mais le risque est qu'on y soit de façon inappropriée ». Un risque qui peut s'avérer contreproductif en terme d'image et qu'il est possible de limiter en prenant les devants et en se réappropriant sa réputation sur la toile. « Les entreprises soignent leur plaquette, leurs cartes de visite et tournent le dos au web. Elles ne se rendent pas compte qu'un site web est la première carte de visite », s'étonne Vanessa Kaplan, gérante de la société Kiupe (voir encadré). Une vision partagée par Cyril Fargette, créateur de Nova Epicerie (voir encadré). E-commerçant à l'origine, être sur le web était tout simplement indispensable. Mais il va plus

loin : « quand je veux réaliser des travaux par exemple, mon premier réflexe est d'aller voir sur le web. Je ne cherche nulle part ailleurs ».

Sur la toile, la transparence est reine. « Dans le tourisme par exemple, c'est un outil d'avant-vente. Il faut bien le gérer : il ne s'agit pas de se survaloriser, mais d'être transparent. Cela demande une bonne gestion de sa e-réputation », analyse Denis Chatain, directeur du service information et accompagnement de l'ENE. Hervé Raphanel qui dirige l'hôtel caladois Ici & Là, l'a bien compris. Aller sur la toile était « naturel et incontournable » pour attirer des clients qui viennent de loin. En plus d'être présent sur des centrales de réservations en ligne de type Booking.com ou Hotels.com, Hervé Raphanel a pris grand soin de sa communication sur son site. « J'informe les clients sur nos offres, notre actualité. Nous partageons aussi le menu du restaurant », détaille-t-il. Il prend soin d'analyser les commentaires de ses clients pour faire progresser son entreprise. Pour lui, le numérique est une belle création qu'il convient d'utiliser avec intelligence.

L'interactivité était au centre de la réflexion de Michael Schwartz lorsqu'il a co-fondé la Cordée fin 2011. L'espace de coworking, dont l'antenne caladoise a ouvert ses portes en janvier 2013, ambitionne de « bénéficier des avantages du numérique en compensant les problématiques d'isolement ». La structure n'existe que parce que le web est omniprésent. Le concept : offrir un espace de travail partagé aux travailleurs indépendants aux entrepreneurs ou aux télétravailleurs. À la carte, suivant plusieurs formules d'abonnement, chacun peut venir bénéficier pendant plusieurs heures dans le mois d'un bureau, d'un accès internet, d'une salle de réunion, d'événements en commun... mais aussi de contacts humains. Ici, tout le monde est bienvenu, travailleur du web, consultant ou traductrice. Le but est de recréer du lien, et potentiellement, de réaliser des

## Nova Épicerie crée le buzz

L'histoire de Nova Épicerie commence sur Internet en 2008. Cyril Fargette, ancien consultant dans une SSII en région parisienne, lance son affaire dans le but de « concilier web et nourriture ». Celui qui voulait être cuisinier plus jeune démarre son activité de e-commerçant avec une épicerie fine en ligne, nova-epicerie.com. Très vite, en plus de ses produits créatifs et hauts de gamme, le commerçant fait le buzz sur Facebook en mettant en avant une offre un peu plus atypique : des insectes. Criquets, vers... ces produits à croquer font parler. La couverture presse qui en découle suscite la curiosité. L'affaire se développe. « Il me fallait un entrepôt. Je me suis rendu compte que le loyer d'une boutique était sensiblement le même. Je manquais de contacts, seul dans mon garage. Là, j'avais alors la possibilité de voir des gens et de pouvoir tester les produits avant de les mettre sur le web », se souvient ce Jurassien d'origine. Depuis maintenant trois ans et demi, il officie depuis sa boutique de la rue Nationale à Villefranche-sur-Saône. En jouant sur les deux tableaux, Cyril Fargette semble avoir trouvé l'équilibre. « La boutique physique rassure les clients du web. Ils se disent qu'il y a une vraie structure derrière. Et puis, ici, je peux plus facilement fidéliser une clientèle locale. Cela fonctionne dans les deux sens », analyse l'épicier dont le chiffre d'affaires reste cependant réalisé pour deux tiers sur le web.



affaires : « Il y a énormément de collaborations qui sont nées entre membres », assure le jeune fondateur. Pour prolonger l'expérience, la société a mis en place un réseau social interne qui permet à tous les membres réguliers (près de 330) de communiquer entre eux sur un espace sécurisé. Partage d'informations, d'appels d'offres, collaborations... le contact physique est prolongé en ligne et inversement. Dans d'autres structures, les réseaux sociaux d'entreprise commencent aussi à se développer. Une façon d'améliorer la communication interne et de démultiplier l'efficacité des équipes.

### Passer maître dans l'utilisation des réseaux sociaux

En externe, en plus des traditionnels

sites internet (vitrines ou marchands), le web 2.0 (participatif) est omniprésent. Chacun est en capacité de créer sa page Facebook, son compte Twitter, son profil Viadéo, sa chaîne YouTube... Mais, prévient Denis Chatain « les réseaux sociaux, ça ne marche que si l'on accepte de s'engager et d'investir du temps ». Il convient alors d'identifier les outils appropriés pour diffuser son message le plus efficacement possible. La société éditrice de jeux vidéo d'apprentissage, Kiupe, a ainsi décidé de se servir de Facebook, Twitter et YouTube pour développer son image. « Nous diffusons des bandes-annonces de nos jeux sur YouTube. C'est un excellent outil de promotion, détaille Vanessa Kaplan. Facebook nous sert surtout pour échan-



## Quand le jeu devient sérieux

Pour les quatre créateurs de Kiupe, être présent sur Internet et utiliser le numérique est parfaitement naturel. « C'est comme avoir des machines pour un industriel », résume Vanessa Kaplan, gérante de la société située à Anse. En 2012, ces professionnels du cross-média décident de se lancer dans l'aventure vidéoludique et tentent leur chance sur le marché des serious games (littéralement, jeux sérieux), des supports virtuels favorisant l'apprentissage. Ils se font connaître sur mobile avec deux applications de calcul mental dédiées aux enfants sous la licence Math Mathews. « On s'était aperçu que les jeux vidéo pour enfants n'étaient pas terribles sur mobile », se souvient Vanessa Kaplan qui n'avait qu'une idée en tête, « rendre tout cela plus fun ». En parallèle à cette activité vitrine, Kiupe propose ses services à des marques pour la création de serious games, d'applications ou de sites web. C'est ainsi que Nespresso a récemment fait appel à la jeune équipe pour adapter sa « bible d'entreprise » sous forme de jeu sérieux. « Cela regroupait tout ce que les employés devaient savoir sur l'entreprise pour de la formation interne », raconte Vanessa Kaplan. Aujourd'hui, Kiupe peut avoir le sourire : « l'édition commence à bien marcher », avance la gérante. Et même si la prestation pour des tiers représente toujours 60 % du chiffre d'affaires, la sortie récente d'un jeu plus classique (Kilubu) a permis d'asseoir la notoriété de l'entreprise. « Pour l'instant, l'activité se déroule plutôt bien », confie Vanessa Kaplan. Le « game over » ne semble pas d'actualité pour Kiupe.

ger avec des éditeurs du même secteur à l'international. Twitter est utile dans notre activité de prestataire, pour du démarchage commercial par exemple ». Cyril Fargette, gérant de Nova Épicerie, a décidé, lui, de tout miser sur Facebook. « C'est venu naturellement. Je m'en sers depuis 2009. Avec mon positionnement atypique, notamment sur les insectes, les réseaux sociaux m'ont permis de faire le buzz. Aujourd'hui, je fédère une communauté de 2 000 personnes, raconte-t-il. Sur la plateforme, je réalise un peu de pub payante pour certains produits. Cela coûte cher, mais elle permet de cibler très précisément des populations intéressées, par tranches d'âge notamment ». Il organise également parfois des concours

et encourage ses clients à lui faire des retours sur ses produits. Et même s'il regrette de ne pas avoir assez de temps à y consacrer, il se voit mal déléguer cette partie. « Personne ne parle mieux d'un produit qu'en interne », conforte Denis Chatain. Bien sûr, toutes les entreprises ne disposent pas des moyens humains ou de temps suffisant à consacrer à la gestion de communautés (Community management). « Il est préférable que l'entreprise réalise elle-même l'animation de ses pages sur les réseaux sociaux. Le discours sera plus spontané, plus authentique. En revanche, un accompagnement externe, sous forme de formation par exemple, permet d'apprendre à animer une communauté », précise Yohann Béréziat.

“ Les réseaux sociaux m'ont permis de faire le buzz. Aujourd'hui, je fédère une communauté de 2 000 personnes. ”



### Des outils qualifiés de notoriété et de gestion de la relation client

Cependant, dans tous les cas, les experts s'accordent à dire qu'il ne sert à rien de vouloir à tout prix quantifier le retour sur investissement dans le web 2.0. Les gains sont rarement marchands et se traduisent plutôt en termes d'image et de capital sympathie. « Il s'agit surtout d'outils de gestion de relation client », analyse Denis Chatain.

Dans ce monde de communication, les e-commerçants n'hésitent plus à ouvrir une boutique, à réintroduire de l'humain dans leur démarche, que ce soit sur le site ou sur le web social. Un constat partagé notamment à E-cité, la pépinière numérique caladoise. « Finalement, le web a réintroduit un besoin de contact humain et l'a requalifié. Toutes les infos de base sont disponibles sur le web, mais c'est le contact qui permet de les approfondir. Les deux démarches couplées font gagner du temps à tout le monde », analyse Sophie Chleq, chargée du développement de E-Cité à la CCI du Beaujolais. Cyril Fargette ne regrette pas d'avoir

## ACB Morin, la production à l'heure du *Product Lifecycle Management*

L'usine du futur existe. Depuis plusieurs années, la société ACB produit des godets et des attaches rapides pour pelles de chantier. Elle a mis en place un système d'information interconnecté pour fluidifier sa production. La maison mère Beaujolaise du groupe ACB (près de 110 salariés, 21 millions d'euros de chiffre d'affaires), implantée à Saint-Lager, a fêté l'an passé ses 50 ans.

Depuis sa création, l'industriel n'a cessé de vouloir améliorer sa réactivité : « nous voulons que notre organisation soit la plus efficace possible », confirme René Sieffert, responsable du service R&D de la société. Depuis une quinzaine d'années, les processus de production sont soutenus par plusieurs logiciels (CAO, PLM, ERP, Outils de Reporting) permettant et de piloter et de suivre de A à Z la construction d'un godet.

Le réseau, les logiciels mis en place et leurs bases de données présentent l'avantage de simplifier les flux de production et la communication interne. Aujourd'hui, l'entreprise peut ainsi produire une pièce sur mesure en quatre semaines grâce à sa ligne de fabrication optimisée. Un plus pour l'industriel leader dans le domaine. « Du bureau d'études, à la production et jusqu'à l'expédition, les informations sont chaînées pour une efficacité maximale », précise René Sieffert. Sur le sujet, il estime cependant qu'il existe toujours une marge de progression : l'avenir se jouera demain autour de la robotique et de leur programmation hors ligne s'appuyant sur les modèles 3D du bureau d'études. Un axe de développement sur lequel travaille actuellement le groupe.

une boutique physique en complément de son site : « cela rassure toujours les clients du web ».

### De nouveaux usages

Mais Internet ce n'est pas que le Web, les sites vitrines, le e-commerce, ou les réseaux sociaux. Internet permet aussi de développer d'autres usages, par exemple de connecter les machines entre elles, ou de brancher les objets aux réseaux. L'objectif est clair : optimiser la productivité. Par exemple, le groupe ACB a investi largement dans la mise en place d'un système de PLM (Product Lifecycle Management), une chaîne logicielle qui permet de fluidifier la production, du bureau d'études jusqu'à la sortie d'atelier. Un avant-goût de l'usine du futur.

L'hôtel-restaurant Ici & Là a lui aussi misé sur de nombreux outils numériques pour améliorer sa qualité de service. En cuisine par exemple, il est possible de suivre en temps réel la gestion des stocks, de savoir depuis combien de temps un client est attablé, quand lancer le plat... Des fiches numérisées permettent également d'identifier les habitués. Elles sont alors prises en compte dès la réservation, en affectant automatiquement une douche ou une baignoire, un thé ou un café. Si vous aviez demandé une bouteille d'eau fraîche à votre arrivée deux mois auparavant, lors d'une nouvelle visite, l'établissement vous la fournira sans avoir à la demander. « Et les outils vont encore évoluer, promet Hervé Raphanel. Bientôt, le client pourra commander son menu à distance depuis son smartphone. Ce ne sera pas sur la table à votre arrivée, mais presque. »

### Accompagner ces évolutions

Si, ce futur numérique est à portée de mains et prometteur, l'offre peut apparaître encore trop foisonnante pour identifier un outil à valeur ajoutée pour l'entreprise et le bon prestataire. La Chambre de Commerce et d'Industrie du Beaujolais s'associe avec plusieurs partenaires pour faciliter la transition numérique, notamment avec E-cité. Pépinière

## Espace Numérique Entreprise, l'accompagnement au service des utilisateurs

L'Espace Numérique Entreprises (ENE) est une association à but non lucratif. Elle a été fondée en 2003 par plusieurs institutions du département et travaille « beaucoup avec le Beaujolais », précise Denis Chatain, responsable services Information & Accompagnement. La structure s'adresse surtout aux entreprises et aux utilisateurs des systèmes d'information, et peu aux prestataires du web. Les équipes de l'ENE dispensent ainsi des conseils pour améliorer la visibilité d'un commerce, optimiser la production d'un industriel ou les aider à trouver des outils plus performants en termes de gestion de la relation client, de e-marketing, de gestion des équipes de vente... « Dans la mesure du possible, l'accompagnement se déroule avant tout investissement ». En effet, dans le numérique, les investissements sont loin d'être neutres et il convient d'être bien conseillé dans la réalisation des cahiers des charges avant de se lancer. La plupart des services de l'ENE sont gratuits. Seuls les programmes longs nécessitent une participation de la part de l'entreprise. Enfin, l'ENE se veut généraliste et indépendante. Affiliée à aucun éditeur en particulier, l'association ne cherche pas à vendre de solutions, mais à éclairer les entreprises dans leur mutation numérique.

En savoir plus : <http://www.ene.fr>

e-commerce à son origine, destinée à devenir la plate-forme du numérique en Beaujolais demain, E-cité propose en outre un annuaire des professionnels du numérique du Beaujolais, des rendez-vous professionnels gratuits et ouverts à tous, avec d'une part des ateliers numériques, d'autre part une permanence web marketing pour des conseils individuels (voir sur [www.e-cite.fr](http://www.e-cite.fr)).

Avec ses e-commerçants locataires (Rue Ampère, Décotaime, Come to Source, Laptopper et E-miroir), la pépinière est devenue, selon Sophie Chleq, « un véritable lieu d'échanges et de mutualisation ». Les bonnes pratiques s'y partagent et la réflexion collective en matière de stratégie commerciale débouche sur des opérations très concrètes, comme du marketing croisé. Ouverte en juillet 2012, E-cité poursuit son développement avec ses quatre partenaires : la CCI, l'agglomération Villefranche Beaujolais Saône, l'ENE et les Beaujolais Business Angels. Au-delà du conseil technique et stratégique qu'apporte l'ENE aux entreprises d'E-cité, l'association met également en œuvre, pour la partie numérique, le Plan PME

porté par la Région et relayé par les CCI. Dans le cadre du programme SI-PME, différents accompagnements sont proposés aux entrepreneurs qui souhaitent se lancer plus avant dans l'ère du numérique.

En outre, Yohann Béréziat, expert en webmarketing, assure les permanences webmarketing gratuites sur rendez-vous, un lundi sur deux à la CCI. Il dispense des conseils aux TPE/PME qui veulent franchir le pas. « J'essaie par exemple de faire prendre conscience que se lancer dans l'e-commerce aujourd'hui nécessite des moyens et d'avoir une stratégie de présence en ligne affûtée. En effet, vendre en ligne est désormais plus difficile car la concurrence s'est accrue sur la plupart des secteurs d'activités. Concernant la réalisation de sites vitrines, j'essaie d'orienter les demandes vers les professionnels du numérique présents sur le territoire. Dans cet univers numérique parfois virtuel, je reste persuadé de l'importance de pouvoir rencontrer son prestataire régulièrement et facilement ». Grâce à ces expertises et démarches collectives, la transition numérique n'en sera que plus aisée.

# Granulats Vicat, une société intégrée à son environnement

Installée à Arnas depuis 2010, la société Granulats Vicat extrait en moyenne 900 000 tonnes de sable et granulats du lit majeur de la Saône chaque année, en prenant soin de ne pas bouleverser le milieu naturel.

Les protecteurs des oiseaux le savent bien : s'ils veulent apercevoir un spécimen rare, ils ont toutes les chances de l'identifier sur le plan d'eau de la gravière de Granulats Vicat. La Ligue de protection des oiseaux (LPO), qui veille sur l'écosystème des lieux, a recensé pas moins de 130 espèces. C'est aussi sur ce site que sont extraits des milliers de tonnes de sable et graviers chaque année. L'activité du spécialiste des granulats vise justement à puiser dans les sous-sols sablonneux bordant la Saône sans jamais bouleverser les milieux naturels. « Notre site est bien évidemment une installation classée. Nous avons, entre autres obligations, celle de le remettre en état. En concertation avec les acteurs institutionnels et les riverains du lieu, nous avons choisi d'inscrire ces opérations en continuité avec le marais de Boistray en recréant des prairies humides et en préservant une petite île, ainsi qu'une zone forestière le long de la Saône », décrit Olivier Estèbe, directeur régional opérationnel de Granulats Vicat. Ces opérations de restauration du site sont conduites au fur et à mesure de la progression de l'activité. Ainsi, à chaque fois qu'un arpent de terre est mis à nu pour draguer sables et graviers, la terre enlevée pour atteindre le gisement est utilisée pour restaurer les espaces sur lesquels l'ex-



Olivier Estèbe, directeur régional opérationnel de Granulats Vicat, sur le site d'exploitation et de préservation des espaces naturels.

ploitation est achevée. Le milieu naturel n'est ainsi pas perturbé et les espèces animales, spécialement les oiseaux, trouvent en ces lieux un terrain de vie préservé. D'autant qu'aucune intervention de poids lourds ne vient les perturber. « L'acheminement des produits que nous commercialisons est totalement réalisé à partir de barges, lesquelles rejoignent les ports de Mâcon, Belleville, Jassans et Saint-Germain-au-Mont-d'Or où sont installées nos infrastructures. Elles permettent de fabriquer des matériaux à l'usage du béton ou de livrer les infrastructures de nos clients extérieurs au groupe », explique Olivier Estèbe, fier de cet ancrage local.

## Un mode de transport respectueux de l'environnement

Granulats Vicat dispose d'une flotte de 21 barges d'une capacité unitaire de 400 tonnes qui ont emprunté les noms de crus du Beaujolais et de la Bourgogne

pour réaliser ces allers-retours entre la gravière d'Arnas et les 4 ports sur la Saône. La filiale du Groupe Vicat peut aussi avoir recours à un bateau de plus grande capacité pour parcourir de plus longues distances. « En misant sur le transport par voie d'eau, nous économisons chaque année le trafic de 40 000 camions », souligne le directeur régional opérationnel. L'an dernier, le site d'Arnas, qui compte 49 collaborateurs dont 20 marins, a extrait 900 000 tonnes de sable et graviers, mais sa capacité peut facilement être démultipliée. Ainsi, il y a deux ans, lorsque la construction de l'autoroute A89 battait son plein, Granulats Vicat a fourni pas moins de 500 000 tonnes de produits qui ont notamment servi à l'édification du tunnel de Violay et des viaducs au-dessus de Tarare. ■

# Laro Viticulture prend un nouveau départ

Reprise en fin d'année dernière, l'entreprise spécialiste de la vente et de l'entretien de matériel agricole et viticole multiplie les projets de développement.

Fournisseur attiré des viticulteurs et agriculteurs du bassin caladois en matériel agricole, notamment machines à vendanger, tracteurs, presses, Laro Viticulture s'apprête à entamer une nouvelle saison tambour battant. Premier signe tangible de cette effervescence : l'aménagement d'un magasin. Ouvert en semaine et le samedi, ce point de vente sera accessible aux professionnels et aux particuliers désireux de s'équiper en matériel agricole, viticole ou d'entretien des espaces verts. Il proposera aussi des pièces détachées et sera surtout un espace de conseil pour les clients. Le conseil représente en effet la force de cette entreprise basée à Pouilly-le-Monial et qui vient d'être reprise par Pierre de Marigny. Un changement dans la continuité : « les anciens dirigeants m'accompagnent pour me familiariser totalement avec le fonctionnement de la société », précise le nouveau dirigeant. Pierre de Marigny peut également compter sur le professionnalisme des neuf salariés qui poursuivent tous l'aventure avec lui. L'activité s'annonce prometteuse. « Nous allons miser sur le développement commercial afin de gagner des parts de marché, tout en continuant à renforcer notre qualité de service qui a contribué à la réputation de la société. Le magasin est une illustration de nos intentions. Mais nous allons également accroître la présence des équipes sur le terrain et probablement ouvrir un second site dans le Nord du Beaujolais

pour être au plus près de nos clients ». Élément clé du savoir-faire de Laro Viticulture, la proximité est en effet l'un des atouts que le nouveau dirigeant entend cultiver pour développer son entreprise. « Nos clients comptent sur nous pour être là au moment où ils ont besoin d'être dépannés. Ils sont aussi demandeurs de conseils face à des équipements de plus en plus sophistiqués, mais indispensables puisque la mécanisation est incontournable dans les exploitations. Nous devons être en mesure de leur apporter des réponses concrètes ». Pierre de Marigny compte embaucher très vite trois, voir quatre nouveaux salariés, notamment au service commercial. Il s'agit d'être fin prêt pour l'été et l'automne, la pleine saison. D'ici là, il finalise son plan de développement pour dynamiser le chiffre d'affaires qui, l'an dernier, s'est établi à 1,4 million d'euros. Autant de démarches accomplies sous la bienveillance et les conseils des anciens dirigeants et avec la certitude que Laro Viticulture dispose d'un fort potentiel. « Le processus de reprise a été conduit sans précipitation. Après avoir



Pierre de Marigny est le repreneur de Laro Viticulture.

repéré l'annonce de la vente de Laro Viticulture sur le site Transentreprise.com, j'ai été mis en relation avec les cédants, puis accompagné par la CCI durant tout le processus. J'ai par ailleurs pris le temps de faire connaissance avec l'entreprise durant la période des vendanges où l'activité est à son apogée », retrace le repreneur. Les conditions sont ainsi réunies pour que Laro Viticulture prenne un nouveau départ sous les meilleurs auspices. ■

## Question à

**Question à Séverine COING  
Conseillère Emploi  
à la Mission Locale  
de Villefranche Beaujolais.**

### Comment favoriser l'emploi des jeunes ?

« Il existe actuellement diverses mesures pour soutenir l'emploi des jeunes de moins de 26 ans. Les Missions Locales qui accom-

pagent les jeunes de 16 à 26 ans sur les champs de l'orientation, la formation et l'emploi, sont chargées de la mise en œuvre de l'Emploi d'Avenir. Son objectif est d'accroître l'employabilité des jeunes grâce à l'acquisition de nouvelles compétences et connaissances procurées par 3 ans d'expérience et une formation adaptée aux besoins du marché du travail.

Parmi les autres mesures, le Contrat de Génération (mis en œuvre par Pôle Emploi) peut également constituer une opportunité. Pour l'emploi d'un jeune de moins de 26 ans en CDI et le maintien en emploi d'un senior (57 ans), l'État apporte un soutien financier sur une période de 3 ans. Cette aide est également valable dans le cadre d'une transmission

d'entreprise.

Selon les profils des jeunes et des entreprises, il existe d'autres aides mobilisables. Les conseillers emploi de la Mission Locale pourront vous apporter des réponses, n'hésitez pas à les contacter ».

**Mission Locale Villefranche Beaujolais - 1, place Faubert à Villefranche-sur-Saône  
Tél. : 04 74 02 91 50**

# Quaron s'implante à Arnas

Le distributeur de produits chimiques vient d'ouvrir un nouveau centre à Arnas. Cette base logistique lui permet de s'étendre sur le quart Sud-Est du pays.



*Patrick Nguyen-Duhamel dirige le site du groupe Quaron qui emploie une dizaine de personnes à Arnas.*

Après la Bretagne, le Nord et la Picardie, la région parisienne, l'Aquitaine et les Pays de Loire, c'est l'implantation qu'il manquait au groupe spécialiste de la distribution de produits chimiques. Il souhaitait s'établir sur un site qui lui permettrait de viser le Sud-Est du pays quand l'occasion de reprendre l'ancienne unité de production de Diversey à Arnas s'est présentée. Les dirigeants de Quaron n'ont pas hésité. « Nous cherchions une opportunité sur cet espace géographique depuis longtemps. Ce site correspondait totalement à nos attentes puisqu'il était déjà classé Seveso. Nous avons donc pu reprendre l'autorisation d'exploiter, ce qui a facilité les démarches administratives », explique Patrick Nguyen-Duhamel, directeur administratif de Quaron. Avec un siège basé près de Rennes, le groupe détenu depuis 2011 par les distributeurs de produits chimiques allemands Stockmeier et Overlack affiche 130 millions d'euros de chiffres d'affaires et emploie 250 personnes, ce qui en fait un des trois plus grands distributeurs de produits chimiques en France. Outre les ins-

tallations, le groupe a également repris quatre anciens salariés de la société qui a fermé ses portes l'an dernier.

## Un fort potentiel de croissance

Une nouvelle page s'écrit donc sur cet espace de 2 hectares équipé d'un entrepôt de 6 000 m<sup>2</sup> et implanté à proximité immédiate de l'autoroute. « Nous sommes en train de réaliser quelques investissements car nous avons besoin d'apporter certaines modifications aux cuves et aux installations existantes pour les adapter à nos flux ». Ces ajustements n'entravent pas le fonctionnement du site opérationnel depuis fin décembre. « Nous avons déjà plusieurs clients installés dans la région et nous espérons bien en conquérir de nouveaux. Cette implantation est un véritable atout puisque non seulement nous arrivons dans une région présentant un fort potentiel pour nos activités, mais en plus, nous sommes désormais en mesure de couvrir la quasi-totalité du territoire national. Nous allons donc pouvoir répondre à des appels d'offres régionaux et nationaux », anticipe Patrick Nguyen-Duhamel. Depuis

Arnas, Quaron rayonnera donc sur une zone d'environ 200 kilomètres pour livrer une grande diversité de clientèle. Une zone de chalandise qui peut être revue à la hausse pour les livraisons de produits très spécifiques. « Nous distribuons aussi bien des produits chimiques destinés à l'agro-alimentaire qu'à la métallurgie en passant par le traitement des eaux, la pharmacie, la cosmétologie ou l'industrie automobile », décrit le directeur administratif. Pour l'heure, une dizaine de personnes œuvrent sur le site d'Arnas. Mais convaincu que le potentiel de développement est important, le groupe espère rapidement pouvoir doubler ses effectifs. ■

# Mitiki fait rayonner la culture française à l'étranger

Producteur de spectacles vivants, de musiques et de films, la société de Lucenay, créée en 2001, s'attache à identifier des talents et à leur faire franchir les frontières.

Quand certains ne jurent que par les paillettes pour se hisser sur le devant de la scène, Bertrand Guerry mise, lui, sur la discrétion et un travail de fond pour identifier des talents. « Nous sommes guidés par l'envie. Nous ne cherchons pas à suivre une mode, notre objectif est simplement de faire confiance à des personnes que nous sommes appelés en général à produire. Nos choix sont d'ailleurs souvent copiés et c'est notre meilleure récompense », plaisante le fondateur de Mitiki. Depuis 2001, l'entreprise basée à Lucenay a mis au point une recette bien rodée pour produire des artistes sur trois univers : la musique, le spectacle vivant et le cinéma. Au total, ils sont une vingtaine d'artistes ou de compagnies à pouvoir compter sur le soutien de Mitiki. « Nous aurions pu faire le choix d'avoir un énorme catalogue, mais nous préférons être plus sélectifs. Ainsi, d'une part, les artistes que nous produisons ne se concurrencent pas et d'autre part nous pouvons les accompagner plus étroitement », précise le dirigeant fondateur de Mitiki, lui-même ancien premier assistant réalisateur. À cette proximité, s'ajoute la volonté de décloisonner les univers et de favoriser les passerelles entre les différents artistes que la société produit. En agissant sur la durée et dans un esprit de complémentarité, Mitiki devient ainsi un véritable partenaire pour ses artistes.

Administration, diffusion, mise à disposition du matériel, accompagnement sur les tournées, gestion de la communication, sont autant de missions prises en charge par la société de production. « Nous maîtrisons la chaîne, de la production à la distribution », résume Bertrand Guerry. Sans compter l'ouverture à l'international, une spécialité de Mitiki pour laquelle la CCI facilite ses formalités. « Nous sommes rapidement allés à l'étranger. Pour autant, ce n'est qu'un complément pour nous et nos artistes, mais c'est un peu notre marque de fabrique. Nous estimons qu'il est de notre devoir de participer au rayonnement de la culture française à l'étranger ». Au fil du temps, cet ancrage hors des frontières a permis à Mitiki d'acquérir une véritable réputation. La société de production a ainsi des partenaires fidèles à Hong Kong, aux États-Unis et dans de nombreux pays d'Europe, facilitant l'organisation de tournées pour ses artistes. Comme en France, chaque tournée à l'international fait l'objet d'un accompagnement sur mesure. Un « Tour Manager » suit notamment les compagnies de danse, groupes de musique, chanteurs et réalisateurs de film dans chaque déplacement. La formule permet ainsi non seulement de veiller à ce que chaque tournée se passe au mieux, mais aussi d'évaluer sur place les attentes du public et la manière dont sont reçus les artistes, afin



Bertrand Guerry, partenaire des artistes



d'anticiper les suivantes. Un savoir-faire bien spécifique entretenu par les cinq membres permanents de l'équipe, dont la quête n'est sûrement pas de rivaliser avec les majors, mais bien de conserver cette proximité avec les artistes pour favoriser leur créativité et exporter leurs talents. ■

## Question à

**Sylvie LANIER, chargée des formalités à la CCI du Beaujolais**

### Quels sont les objectifs du Carnet ATA et ses avantages ?

« Le carnet ATA est utilisé pour faciliter les échanges internationaux en simplifiant les formalités douanières, tout en réduisant les coûts de ces opérations. Il se substitue aux différents documents

douaniers normalement requis pour une opération d'importation temporaire, d'exportation temporaire ou de transit et permet aux opérateurs du commerce extérieur de réaliser leurs opérations en suspension de droits et taxes. Véritable « passeport » pour les marchandises voyageant temporairement à l'étranger, utilisable en fret ou en bagages accompagnés, le carnet ATA est valable jusqu'à 8 voyages et dans plus de

70 pays (États ayant adhéré à la Convention ATA de Bruxelles de 1961 et à la Convention d'Istanbul de 1990). Sa durée de validité est de douze mois.

Seules les CCI émettent les carnets ATA et se portent garante vis-à-vis des douanes pour toutes les opérations réalisées via le carnet. Les avantages du carnet ATA :

- . Facilité d'obtention et d'utilisation,

- . Coûts réduits : suspension du paiement des droits et taxes exigibles en douane,
- . Gain de temps aux passages en douane française et étrangère,
- . Pas de caution à verser dans le pays d'importation temporaire.

Autre avantage : l'entreprise peut transmettre directement sa demande de carnet ATA par internet via : [www.formalites-export.com](http://www.formalites-export.com) »

# Le Bistrot d'Hélices, cuisine sans turbulence

Accolé à la piste de l'aérodrome de Villefranche-Tarare, le Bistrot d'Hélices redécouvre depuis bientôt deux ans. Le nouveau pilote Jean-Jacques Pertus dévoile son plan de vol.

Depuis qu'il a repris l'activité en juillet dernier, Jean-Jacques Pertus voit les passagers s'empresser à la porte d'embarquement du Bistrot d'Hélices. En effet, ce jour-là, la salle est pleine et la terrasse ne tarde pas à afficher complet elle aussi. L'établissement accueille bientôt 80 couverts que l'équipage gère sans coup férir. Le retour des beaux jours a de quoi attirer dans ce cadre agréable. Jean-Jacques, son épouse Ghislaine et Claude, en cuisine, reçoivent l'afflux de passagers avec le sourire.

Il faut dire qu'ils en ont vu d'autres. Jean-Jacques Pertus est dans le métier depuis bientôt 30 ans. L'Épicerie à Villefranche, notamment, c'était lui. Le Restaurant, également à Villefranche, c'était Claude Branchet, qui officie maintenant aux fourneaux du bistrot. Un duo efficace qui ne recule pas devant le challenge. Le but : que les clients soient satisfaits. Alors pour remplir cette mission, le propriétaire des lieux est multitâche. « Cuisine, salle, service, je suis partout », glisse-t-il, deux assiettes à la main avant de dresser une terrine de campagne maison.

## Les productions locales à l'honneur

« Nous proposons une cuisine du marché », détaille le gérant. Au menu, trois plats et deux entrées sont renouvelés



L'équipage du Bistrot d'Hélices prêt au décollage.

chaque jour, tous les midis du mardi au dimanche, selon arrivage. « Le menu est plus élaboré le dimanche », appuie le propriétaire. Il y en a pour tous les goûts : taboulé de thon, terrine de poulet, quenelles Nantua, tête de veau, bouillabaisse de poulet... Sans oublier les desserts, classiques et généreux. « Nous offrons une cuisine traditionnelle régionale », poursuit Jean-Jacques Pertus. En plus des déjeuners, le Bistrot d'Hélices propose des soirées fruits de mer en saison les vendredis soir et devrait, en été, organiser des soirées karaoké les samedis soir.

Au-delà de sa cuisine, traditionnelle mais maîtrisée, le Bistrot d'Hélices tire la recette de son succès de deux autres principes : « l'accueil et les prix ». Dans les deux cas, l'établissement peut se vanter d'atteindre l'objectif. Avenants, souriants, les hôtes savent se mettre en quatre pour satisfaire leur clientèle, laquelle vient même parfois de loin, en hélicoptère ou en avion, aérodrome oblige. « Parce qu'ils

savent que l'on mange bien ici », sourit Jean-Jacques. Côté prix, les différentes formules mettent d'accord toutes les bourses. « Comme quoi, ça ne coûte pas plus de manger frais et local. Le secret, c'est de bien acheter à la base », confie-t-il.

De la même manière, la carte des vins est aussi locale. « Je suis caladois, et ça me tenait à cœur de proposer avant tout du Beaujolais », avance le restaurateur. Tellement à cœur que son établissement est membre du réseau des Bistrots Beaujolais. Et même s'il propose quelques crus d'ailleurs, ce sont bel et bien les productions locales qui sont à l'honneur.

Depuis Frontenas, le commandant de bord a le sourire. « Nous sommes un peu excentrés, mais ce n'est pas grave, quand la qualité est au rendez-vous, les gens se déplacent », assure-t-il. Embarquement immédiat ! ■

**Bistrot d'Hélices**  
Aérodrome, 69620 FRONTENAS  
Tél. : 04 78 34 37 29

### Chambres et tables d'hôte : réglementation

Une instruction interministérielle rappelle aux préfets les principales réglementations applicables aux exploitants de chambres d'hôtes, et précise en particulier que :

- « s'agissant de la protection des consommateurs, les chambres d'hôtes sont soumises au même niveau d'exigence élevé que les hôtels » ; que leur exploitation est en outre encadrée par plusieurs textes législatifs et réglementaires spécifiques (C. tourisme, art. L. 324-3 à L. 324-6 ; D. 324-13 à D. 324-16), auxquels s'ajoutent les autres réglementations applicables (affichage et publicité des prix, réglementation en matière de sécurité contre les risques incendie, accueils des étrangers, aires de jeux et piscine, redevance pour la diffusion d'œuvres musicales ou contribution à l'audiovisuel public, etc.) ;

- le respect de la législation et de la réglementation dans ce domaine est essentiel pour « garantir un environnement concurrentiel sain entre les différents modes d'hébergements touristiques qui constituent l'offre d'hébergement touristique française, ainsi qu'un exercice régulier de l'activité des exploitants, gages du développement touristique harmonieux des territoires ».

L'instruction ministérielle est accompagnée d'une fiche récapitulative des principales réglementations applicables aux chambres d'hôtes et traite enfin du cas particulier des « tables d'hôtes, proposées par de nombreux exploitants de chambres d'hôtes, même si la prestation de chambre d'hôtes ne prévoit légalement que la fourniture simultanée de l'hébergement et du petit déjeuner.

En conséquence, il est demandé aux maires :

- de veiller au respect de l'obligation de déclaration en mairie des exploitants (information des services municipaux),

- et de rappeler l'ensemble de ces réglementations aux représentants locaux des exploitants de chambre d'hôtes en les invitant à contribuer à un exercice loyal de cette activité.

*Inst. min. 23 décembre 2013 : <http://www.artisanat-commerce-tourisme.gouv.fr/files/tr-23122013-132524.pdf>*

### Éléments du fonds de commerce : autorisations d'occupation du DP

Les autorisations du domaine public (DP) ne constituent pas des éléments d'un fonds de commerce.

En effet, selon une réponse ministérielle récente :

« Au regard notamment des dispositions des articles L. 2122-1 à L. 2122-3 du code général de la propriété des personnes publiques, les installations de terrasses sont soumises à autorisation préalable du maire, après avis du Préfet de police pour Paris. Ces autorisations sont temporaires, précaires et révocables. L'autorisation d'occuper la voie publique par un étalage ou une terrasse est délivrée à titre personnel et ne comporte, sauf dérogations relatives aux commerces accessoires, aucun droit de cession ni de sous-location. »

Lors d'une cession de fonds de commerce, l'autorisation d'occupation du domaine public est annulée de plein droit. Le nouveau propriétaire du fonds doit, dès lors, demander une nouvelle autorisation. Le « droit de terrasse » ne fait donc pas partie, à ce jour, des éléments figurant habituellement dans le fonds de commerce.

*Rép. min. Q. n° 36869, JOAN DU 7 janvier 2014.*

### Conjoints collaborateurs : assurance vieillesse

Obligatoirement affiliés à l'assurance vieillesse, les conjoints collaborateurs des TNS (artisans, commerçants, libéraux, exploitants agricoles) peuvent se voir privés de couverture sociale en cas de divorce, de décès ou de départ à la retraite du chef d'entreprise (ou du professionnel libéral).

Désormais, en application de la loi garantissant l'avenir et la justice du système de retraites du 20 janvier 2014, il est permis aux conjoints collaborateurs de s'affilier à l'assurance volontaire vieillesse lorsqu'ils cessent de remplir les conditions de l'affiliation obligatoire, afin qu'ils conservent la possibilité d'acquérir des droits à la retraite.

Les modalités d'application de cette mesure, en particulier les délais dans lesquels les intéressés devront demander leur affiliation sont fixées par décret (à paraître).

Cette mesure concerne les conjoints collaborateurs des artisans, industriels et commerçants, les professionnels libéraux (et les chefs d'entreprise d'exploitation agricole).

A défaut de précision sur ce point, cette disposition a vocation à entrer en vigueur le lendemain de la publication de la loi au JO. Son application effective est toutefois subordonnée à la parution du décret d'application.

*Loi n° 2014-40 du 20/01/2014, art. 32.*

### Marché public : attestations de MP et de vigilance

Les attestations de marché public (MP) et de vigilance sont délivrées uniquement sur Internet.

Pour les obtenir, l'entreprise, tous établissements confondus, doit être à jour de ses déclarations et paiements des cotisations et contributions sociales.

Attestations de marché public

Pour concourir à un marché public, l'entreprise doit fournir une attestation prouvant qu'elle est à jour, au 31 décembre de l'année précédente, de ses obligations sociales (déclarations et paiements) auprès de l'Urssaf (disponibles sur [net-entreprises.org](http://net-entreprises.org) ou [urssaf.fr](http://urssaf.fr)) et de ses obligations fiscales auprès du Trésor public (disponibles sur [l'espace sécurisé impots.gouv.fr](http://l'espace.securis.eimpots.gouv.fr)).

Attestations de vigilance

Dans le cadre d'un contrat d'au moins 3.000 € TTC, le donneur d'ordre doit s'assurer, tous les six mois et jusqu'à la fin du contrat, que son cocontractant s'acquitte de ses obligations déclaratives (fourniture des déclarations d'activité et d'emploi salarié) et du paiement des cotisations et contributions sociales. Pour ce faire, le cocontractant doit présenter au donneur d'ordre une attestation de vigilance. Dans tout autre cas, elle atteste que le compte est à jour de ses obligations déclaratives et du paiement des cotisations et contributions sociales à la date de la dernière exigibilité.

*URSSAF, Communiqué du 19 mars 2014.*



Matières singulières, pièces rares, prestations de très haut de gamme, le secteur du luxe est créateur de richesses en Rhône-Alpes. Il concerne des activités économiques souvent stratégiques, empreintes de discrétion, où la précision des gestes et l'exigence des services font la différence. Tour d'horizon de fleurons en région.

# Le luxe brille aussi en Rhône-Alpes

Le marché mondial du luxe ne connaît pas la crise. En 2012, et après plusieurs années de hausses ininterrompues, il affiche encore une croissance de 10 %, pour atteindre 212 Mds€<sup>1</sup>. La tendance, qui a profité de l'ouverture vers le haut de gamme de nombreux pays – Chine, Russie et Inde en tête –, tend à ralentir en 2013, mais reste positive. Berceau de 130 des 270 marques de prestige internationales, la France s'affiche comme un leader mondial sur ce marché. Une position qui génère plus de 170 000 emplois directs et indirects. Qualitative plus que quantitative, la filière s'appuie sur la valeur du "made in France" et signe le renouveau de plusieurs industries historiques.

Stratégique pour l'Hexagone, cette bonne santé du luxe gagne aussi les régions. Formés de sites de grands groupes ou encore de PME, pour certains sous-traitants et façonniers des fleurons du luxe international, les acteurs du luxe maillent le territoire. En Rhône-Alpes, leur présence se calque sur des

1- Source : Bain & Company.

savoir-faire d'excellence hérités d'une tradition qui rime souvent avec création et innovation. Comme le souligne Jean-Paul Mauduy, président de la CCI de région, "l'industrie et les métiers du luxe représentent pour Rhône-Alpes non seulement un secteur économique de poids, mais sont aussi l'expression d'un riche patrimoine culturel en quête constante d'innovation. Ils participent au rayonnement de la région et de la France à l'international et constituent une vitrine vivante de nos savoir-faire et de notre culture de l'excellence".

## Le textile, matière à performance

Première région textile, Rhône-Alpes dénombre 685 établissements, majoritairement des PMI (90 % ont moins de 50 salariés), selon l'Observatoire 2013 de la CCI de région Rhône-Alpes. 40 % d'entre eux se positionnent sur les secteurs ameublement et décoration mais surtout mode et habillement haut de gamme et luxe, destinant principalement leur production aux grands noms de la haute couture nationale et internationale.

"Nous observons une tendance à la relocalisation de la fabrication sur ces segments et une forte logique d'exportation", note Isabelle Weiler, chargée de projet à Unitex, l'Union inter-entreprises textile Lyon. La Holding Textile Hermès, filiale du groupe aux célèbres carrés, figure comme l'un des acteurs majeurs, se déployant au travers de plusieurs sociétés et unités de production.

## Chiffres clés

- En 2013, après plusieurs années de croissance à deux chiffres, l'expansion du marché mondial se stabilise à + 2 %, soit 217 Mds€<sup>1</sup>.
- En valeur, la taille du marché devrait, entre 1995 et 2025, être multipliée par cinq<sup>2</sup>.
- Environ 25 % du chiffre d'affaires du marché mondial sont réalisés par des marques françaises<sup>3</sup>. Trois des cinq plus grands groupes mondiaux du luxe sont français (LVMH, Kering, Hermès).

Sources : (1) Bain & Company, octobre 2013, (2) Bain & Company, mai 2013, (3) Comité Colbert.

## Le Tanneur & Cie, retour aux sources et ouverture au monde

Le groupe de maroquinerie, né à Belley en 1898, et racheté en 2011 par Qatar Luxury Group, réalise 63 M€ de chiffre d'affaires, à parts égales entre ses fabrications pour les grandes maisons du luxe (370 emplois) et celles en marques propres (200 emplois), pour Le Tanneur, Soco et un cobranding Air France. La distribution s'appuie sur un réseau de 60 magasins, 400 détaillants multimarques et 45 corners en France et à l'étranger. "L'export (15 % de l'activité) peut encore progresser, d'où l'ambition de se développer à l'international, grâce à une structure sœur implantée au Qatar", explique Jean Clenet, directeur général du groupe. L'atelier historique de Belley (60 salariés) réalise les accessoires "made in France", parmi lesquels le célèbre porte-monnaie sans couture dont la production a été réinternalisée. Il bénéficie également du positionnement international du groupe en approvisionnant Qela, l'enseigne de son actionnaire. "Le premier magasin a été inauguré en septembre à Doha et le second ouvrira avenue Montaigne à Paris, début 2014. La croissance de cette production s'effectuera au fil des ouvertures et profitera à l'atelier de Belley", assure Jean Clenet.



AIN

© E. Tolwinski

### La tradition soyeuse irrigue la région

Au sein de la filière, l'emblématique soierie illustre ce second souffle retrouvé grâce au marché du luxe. "Portée par la vague du fabriqué en France, elle connaît une belle croissance sur ces dix dernières années", précise Isabelle Weiler, également chargée de mission de l'association interprofessionnelle Intersoie. Une quarantaine d'entreprises représentent l'ensemble des métiers de la soie,

du moulinage à l'ennoblissement, et emploient 1 600 personnes. Pour Franck Lorton, codirigeant de Verasetta (26 employés, CA : 2,7 M€), tisseur et créateur de soieries de décoration implanté à Charlieu, dans la Loire, depuis quatre générations, "la montée en gamme du marché change notre modèle économique. Auparavant, nous réalisions une multitude de projets de moindre dimension, via le réseau de distribution tradi-

tionnel des tapissiers décorateurs. Aujourd'hui, nous menons de grands projets en partenariat direct avec des cabinets d'architecture d'intérieur". Ce qui vaut aujourd'hui à la société d'habiller les pièces de réception de Matignon, des châteaux de Compiègne, de Fontainebleau et des grandes cours européennes, ou encore d'avoir fourni les tissus des costumes du film *Marie-Antoinette*, de Sofia Coppola.

## Denis & Fils : une stratégie tissée dans le luxe

Lorsqu'en 2008 il prend la direction de l'entreprise familiale de soierie basée à Montchal, Bruno Denis anticipe l'évolution du marché et choisit d'orienter sa stratégie commerciale vers le luxe, en créant un nouveau réseau d'acheteurs. "Principalement positionnés dans l'habillement et la lingerie-corseterie, nous fournissons aujourd'hui les plus belles maisons de haute couture", développe Bruno Denis qui souhaite rester discret sur les noms de ses clients. L'entreprise se place également sur des marchés de niche, ses matières servent par exemple à la confection de tenues traditionnelles en Inde et dans les pays du Moyen-Orient. Les performances de la stratégie adoptée sont à souligner. Le chiffre d'affaires connaît une progression de 25 à 30 % depuis deux ans, pour atteindre 9,2 M€, dont une part à l'international passée à 25 % en 2012. Mais les défis restent d'actualité. "Ce marché impose une remise en cause permanente, une flexibilité à toute épreuve et une nouvelle création chaque jour", insiste le dirigeant.



© P. Romy

SAINT-ÉTIENNE

### Les métiers du cuir se repositionnent

L'industrie du cuir (113 établissements, 3 439 emplois, selon la Mission ingénierie et prospective Rhône-Alpes, Mipra) s'est elle aussi profondément transformée. La maroquinerie de luxe représente désormais 64 % de ses effectifs. Forte de l'engouement mondial pour les accessoires haut de gamme, la France s'est stratégiquement positionnée sur le segment et se veut l'un des trois derniers pays européens de fabrication, avec l'Italie et l'Espagne. Les grandes marques

(Drôme), ou Le Tanneur, à Belley (Ain). Référence en matière de chaussures de luxe, le territoire de Romans Bourg-de-Péage compte encore des acteurs de renom, comme Robert Clergerie et Laure Bassal. Il bénéficie également, depuis 2010, d'une légère remontée des ventes et d'initiatives telles que la création et la gestion, par Romans-Bourg-de-Péage Expansion, d'une mission Cuir Chaussure visant à dynamiser la filière grâce à différents outils (incubateur de jeunes entreprises, plate-forme de proto-

### Les pépites régionales de la bijouterie

Capitale historique de l'industrie du bijou, Lyon reste forte de références prestigieuses telles que Augis 1830, Charles Perroud ou Roure. Autre pôle d'importance : la Vallée du bijou, située sur les communautés de communes ardéchoises du Pays du Cheylard et des Boutières. GL Bijoux (495 salariés, CA : 72 M€), fondée en 1850, en est un acteur majeur. Premier fabricant de bijoux français, le groupe souhaite développer son activité de sous-traitance pour les grandes marques du luxe. "Aujourd'hui, 20 % du chiffre d'affaires sont réalisés sur ce marché. Notre ambition est d'atteindre 30 % d'ici cinq ans", précise Paul-Henri Cécillon, son président.

### *L'engouement mondial pour les accessoires haut de gamme profite à la région Rhône-Alpes*

nationales sont présentes en Rhône-Alpes, comme Hermès qui emploie dans le secteur plus de 800 personnes en Savoie, dans le Rhône et l'Ain. La première pierre d'un nouveau site maroquinier du groupe vient en outre d'être posée aux Abrets, en Isère. Il devrait occuper à terme 280 salariés.

Sont également présents la Société des ateliers Louis Vuitton, à Marsaz

typage mutualisée et technologique, association Romans Cuir lauréate de l'appel à projets Revalorisation et innovation dans les savoir-faire emblématiques du fabriqué en France, lancé par le ministère du Redressement productif, etc.). Il enregistre aussi un retour de créateurs, comme le lauréat du prix de la création chaussures Vincent Bottesi, qui a lancé sa marque en 2013.

### Des débouchés pour les filières industrielles

Mais d'autres filières industrielles dépendent de la bonne santé du luxe. Si le parfum envoûte, le flacon procure aussi l'ivresse de l'achat. Ainsi, gravitent en Rhône-Alpes, première région pour l'emballage papier-carton et plastique (16,6 % et 15,6 % du chiffre d'affaires national, selon Xerfi), des entreprises

## Cartonnages Bes : de l'importance de l'emballage

"Le packaging tient un rôle stratégique pour les marques, il déclenche l'acte d'achat", souligne Benoît Palayret, responsable administratif et financier de l'entreprise familiale implantée à Grignan depuis quatre générations. Si leurs premiers clients sont confiseurs – on doit au fondateur la borne renfermant le nougat de Montélimar –, les Cartonnages Bes (47 salariés, CA : 8 M€) destinent aujourd'hui leurs coffrets recouverts et étuis pliants à l'industrie du luxe. Parmi leurs références, le fabricant d'accessoires de prestige S.T. Dupont, les champagnes Mailly et le parfumeur Fragonard. "L'univers des cosmétiques, parfums et senteurs représente 70 % de l'activité", précise Benoît Palayret. De la recherche de solutions packagings, pensées au sein des bureaux d'études, à l'impression, en passant par la dorure et le façonnage, la stratégie de l'entreprise repose sur l'intégration de l'ensemble des métiers.





## Jean Boggio, maître des matières

L'artisan débute sa carrière comme joaillier-orfèvre, en 1980, à Lyon. Ses créations lui valent rapidement une reconnaissance internationale. Au-delà du bijou, son univers s'exprime dans le design d'objets jouant avec les matières (porcelaine, bronze, cristal, etc.). "Je travaille toujours sous mon nom, en m'associant à de grandes marques (Baccarat, Chopard, etc.). Mes dessins racontent, pour chacune, des histoires particulières", indique Jean Boggio. Le créateur a également développé une ligne pour la maison, commercialisée dans les capitales mondiales, et mène des projets de décoration intérieure pour des établissements prestigieux. "Cette activité représente la majeure partie de mon chiffre d'affaires (500 K€), dont 80 % sont réalisés à l'export, principalement avec le Moyen-Orient et la Russie", précise-t-il. Installé depuis 19 ans dans le Beaujolais où il collabore avec son épouse et une assistante, Jean Boggio souhaite ouvrir un atelier à Paris avec un partenaire chinois. Dans le sésail de la place Vendôme, l'artisan se garde un luxe, celui de choisir ses projets.

orientées vers le conditionnement haut de gamme. Coffrets, flacons, bouchons, films plastifiés, étiquettes, rubans, sacs, une large gamme de produits est ainsi dédiée aux produits de luxe. "Difficile de chiffrer le nombre de ces entreprises et leur impact économique, car la plupart ne produisent pas exclusivement pour ce secteur de niche, mais adaptent également leur savoir-faire aux marchés dits de masse. Pas moins de 22 entreprises

rhônalpines, soit 5,5 % du total des exposants, étaient toutefois présentes au Luxe Pack de Monaco, le salon référence de l'emballage des produits de luxe", précise Katia Gorsen, déléguée générale de Rhône-Alpes Packaging, l'association des acteurs de la filière. L'entreprise oyonnaxienne MBF Plastiques illustre ce modèle. "Spécialisée dans la fabrication de bouchons de parfums et de cosmétiques, notre société réalise 60 % de son

activité sur le marché du luxe. Parmi nos références, des noms aussi célèbres que Bulgari, Guerlain ou Dior", souligne Jean-Michel Fouillard, directeur commercial.

### Un label pour l'excellence

Le luxe irrigue ainsi tout le tissu entrepreneurial, au plus profond du territoire. Variées dans leurs domaines d'activité, certaines de ces structures s'identifient

## Servizial : montée en gamme sur mesure



"Une pièce unique peut nécessiter plusieurs mois de travail, la qualité demande du temps. Voilà l'essence même du luxe", note Christian Bec, directeur de Servizial. Fabricant de mobilier roulant pour l'hôtellerie et la restauration, la société basée à Meyrié (5 salariés, CA : 600 000 €) a fait de la production sur mesure une signature. Des noms d'exception figurent parmi ses clients, comme la maison Ladurée ou deux palaces parisiens, le Crillon et le George V. "Pour ce dernier, nous avons spécialement conçu un chariot dédié au service de la vodka et nous sommes en négociation pour d'autres commandes avec le groupe international Four Seasons, propriétaire de l'établissement", commente Christian Bec. Décidée à faire évoluer de 30 à 50 % la part de son chiffre d'affaires réalisée sur le marché du luxe, l'entreprise veut mettre en avant ses références pour développer sa clientèle haut de gamme. Elle vise également un développement de ses exportations pour l'hôtellerie de luxe, principalement vers les pays du Golfe et Singapour.

par un précieux signe de reconnaissance : le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV), attribué par le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. Il distingue des entreprises françaises aux savoir-faire d'excellence, parfois centenaires, qui participent au rayonnement patrimonial et économique dans les univers des arts de la table, de la gastronomie, de la culture et des loisirs, de la décoration, de la mode et de la beauté, des équipements professionnels, mais aussi du patrimoine bâti. Créé en 2006, le label est attribué à 1 010 structures dont 141 implantées en Rhône-Alpes, parmi lesquelles Verasetta, la maison Lesdiguières-Barnier, GL Bijoux et Alain Roure. Principalement composées de PME (67 % emploient moins de 20 salariés), ces EPV représentent 4 600 salariés et 607 M€ de chiffre d'affaires cumulés.

### Destination luxe

L'autre pan incontournable du secteur du luxe est sans conteste le tourisme. La restauration et l'hôtellerie haut de gamme connaissent une conjoncture exceptionnelle en Rhône-Alpes. Terre de gastronomie, la région compte ainsi de nombreux chefs, tels que Georges

Blanc, Paul Bocuse, Anne-Sophie Pic, Michel Troisgros et Emmanuel Renaut (Le Flocon de neige), récompensés par trois étoiles au guide Michelin. Autres étoiles, celles des établissements hôteliers dont la redistribution, en 2012, a été particulièrement favorable au territoire. Selon Rhône-Alpes Tourisme, le nombre d'hôtels 4 et 5 étoiles a bondi de 43 % en dix ans. Se plaçant juste derrière la capitale, l'offre régionale se compose de 46 hôtels 5 étoiles, soit presque 17 % de l'offre nationale. Ces établissements se

concentrent principalement à Lyon, Val-d'Isère, Megève et Courchevel. La station star des Trois Vallées en totalise 19, dont deux palaces, Le Cheval Blanc et Les Airelles. Ils sont aujourd'hui 13 en France à s'enorgueillir du prestigieux label. À Lyon, l'ouverture, prévue en 2015, du futur 5 étoiles InterContinental de l'Hôtel-Dieu permettra de renforcer la capacité de la ville en hébergements de luxe.

### Les retombées plurielles d'une montée en gamme

Et ça marche ! Les établissements 4 et 5 étoiles affichent ainsi des records de fréquentation, soutenus par une clientèle étrangère historique (américaine, japonaise) et émergente (principalement chinoise, russe, indienne et brésilienne) qui représente 39,4 % des taux d'occupation. "Les analyses montrent qu'en station il est plus rentable d'investir dans un hôtel 4 ou 5 étoiles, à condition qu'il s'implante sur un site capable d'offrir un

### *La renommée des destinations rhônalpines prestigieuses a des retombées sur toute la région*

niveau de prestations adéquat. Ce cercle vertueux repose sur une participation collective des promoteurs, des institutions et des commerçants", note Alexis Bongard, directeur de l'office de tourisme de La Clusaz. La station des Aravis illustre au niveau local ce phénomène et ses retombées. En quelques années, deux hôtels 4 étoiles, un hôtel spa 5 étoiles, des résidences et des chalets particuliers haut de gamme sont venus compléter l'offre

## La ganterie Lesdiguières-Barnier donne un avenir à son savoir-faire

Seule héritière de six siècles de ganterie grenobloise, la maison Lesdiguières-Barnier (6 salariés, CA : 200 K€) perpétue

un savoir-faire unique. Meilleur Ouvrier de France, Jean Strazzeri incarne l'entreprise qu'il dirige depuis 1979. Après s'être confronté à la concurrence asiatique et italienne des années 90, il pallie aujourd'hui l'absence de formation. "L'enjeu n'est pas de se développer, mais de faire perdurer le métier. Je me bats pour la création d'une maison-école de la ganterie", insiste-t-il. Les gants en peau de chevreau Lesdiguières font référence. 2 500 à 3 500 pièces fabriquées annuellement sont distribuées dans des boutiques haut de gamme spécialisées. "Parmi elles, notre boutique à Grenoble, des adresses parisiennes prestigieuses, mais aussi des points de vente en Autriche, Allemagne, Suisse, aux États-Unis et au Japon, car 30 à 40 % de la production se destinent à l'export", note Jean Strazzeri. L'impératrice nipponne elle-même porte les créations de cette maison historique.



GRENOBLE

## Maison Troisgros, savant mélange d'exigence et de performance

On ne présente plus la Maison Troisgros qui fête 45 ans de trois étoiles au Guide Michelin. Cette régularité, Michel Troisgros, troisième génération de chefs, l'attribue au sens du détail : "Un immense travail, des savoir-faire d'exception et une exigence constante se cachent en amont. Et au-delà même d'une cuisine, c'est tout un univers qui assoit une réputation." Éclectique, la clientèle se veut tant nationale qu'internationale. "Je l'ai vue changer. Face à une proposition plus contemporaine, elle s'est rajeunie", remarque Michel Troisgros qui cherche aussi à séduire une nouvelle clientèle en proposant une formule au moins de 35 ans. Également chefs d'entreprise, Michel Troisgros et son épouse Marie-Pierre n'ont pas été freinés dans leurs projets par le poids de l'héritage. Les ouvertures du Central, en 1996, et de La Colline du Colombier, en 2008, diversifient l'offre et allongent les séjours des clients sur le territoire roannais. L'ensemble de leurs établissements emploie 80 personnes et réalise un chiffre d'affaires de 6,4 M€ (dont 46 salariés et 4,73 M€ de chiffre d'affaires pour la Maison Troisgros, triplement étoilée).



d'hébergement. "Sur la saison 2012-2013, alors que le marché global perdait 1,5 point de fréquentation, La Clusaz en gagnait 10, dont 8 points de clientèle étrangère qui représente aujourd'hui 18 à 20 % des visiteurs. Cette montée en gamme a permis à la station d'émerger sur le plan international", ajoute Alexis Bongard.

Les retombées économiques sont directes. Les établissements haut de gamme sont en effet fortement pour-

voyeurs d'emplois. "De 60 salariés pour 250 clients dans notre hôtel 4 étoiles, nous passons à un rapport de 85 employés pour 150 clients au sein de notre 5 étoiles", commente Olivier Pollet-Villard, codirigeant du groupe PVG. Fournisseurs, prestataires de services et commerces de luxe profitent aussi indirectement de cet essor. Plus globalement, l'image de marque de ces structures contribue à la renommée de tout un territoire. Pour se différencier des

destinations concurrentes et conquérir des parts sur les marchés émergents, Rhône-Alpes Tourisme met en avant l'art de vivre régional. L'organisme développe une offre luxe qui s'appuie sur la notoriété de ses grands chefs, dirigeants d'entreprises et d'établissements très haut de gamme. "Ces ambassadeurs accompagnent la région lors d'opérations promotionnelles organisées dans les pays visés commercialement", note Rachel Gregoris, responsable des marchés



## Groupe Pollet-Villard, de la première pierre aux 5 étoiles

1979 : Gaston Pollet-Villard, fondateur du groupe emblématique de La Clusaz, signe son premier permis de construire. 35 ans plus tard, il totalise, au sein de la station, plus de 1 000 logements, trois résidences de tourisme et quatre établissements hôteliers dont le Beauregard (4 étoiles), ouvert en 1992, et Au Cœur du Village Hôtel & Spa (5 étoiles), inauguré en 2011. Pour Olivier Pollet-Villard, qui codirige le groupe avec son père, "cette étoile supplémentaire est avant tout synonyme d'attentions particulières et de services complémentaires pour nos clients, grâce à un spa, un restaurant gastronomique, une conciergerie, etc." En août 2013, le groupe poursuit son expansion en faisant l'acquisition de l'Impérial Palace, fleuron de l'hôtellerie annécienne (4 étoiles, 180 salariés à l'année, CA : 14 M€). "Nous ne visons pas une cinquième étoile, mais à étoffer notre offre et nous développer sur la saison estivale", affirme Olivier Pollet-Villard. Jusqu'à présent, le groupe réalisait en période hivernale 60 % de son chiffre d'affaires (20,5 M€), avec 230 salariés.

## Association de promotion des 3 Vallées : descentes de luxe au sommet

Plus grand domaine skiable du monde, les 3 Vallées regroupent huit stations (Courchevel, La Tania, Méribel, Brides-les-Bains, Les Menuires, Saint-Martin-de-Belleville, Val Thorens et Orelle). "Le domaine emploie plus de 18 000 personnes et génère près de 2 Mds d'euros de chiffres d'affaires, toutes activités touristiques confondues", précise Vincent Lalanne, directeur de l'Association de promotion des 3 Vallées. Implantée à Moûtiers, la structure (5 salariés, budget : 1,3 M€), gérée par des représentants des offices de tourisme et des exploitants de remontées mécaniques, définit la stratégie de la marque 3 Vallées. Après un renforcement de notoriété grâce à un positionnement numérique réussi, elle développe aujourd'hui une offre de prestige en partenariat avec Vail Resorts, propriétaire de célèbres stations américaines. "Nous ciblons une clientèle haut de gamme en proposant, pour l'achat d'un forfait de ski saison dans l'un des deux domaines, cinq jours offerts dans l'autre. Nous profitons de la couverture marketing de notre partenaire pour nous placer comme marque de luxe à l'échelle planétaire", commente Vincent Lalanne.



SAVOIE

## L'avenir du secteur du luxe se prépare aujourd'hui

Si elles diffèrent par la nature de leur savoir-faire, les entreprises du luxe en Rhône-Alpes partagent des enjeux communs. Pour conserver leur positionnement et rester compétitives, elles doivent réussir à allier tradition, innovation et création. "Toute la difficulté tient à ce renouvellement dans la continuité. Nous exerçons des métiers traditionnels qui doivent être force de propositions", complète Franck Lorton, codirigeant de Verasetà. Le design et la technologie deviennent des composantes essentielles des métiers du luxe. Pour s'imposer sur un marché concurrentiel, les entreprises doivent rester pro-actives et proposer régulièrement des nouveautés (motifs, formes, techniques d'impression, matières, toucher, etc.).

Autre enjeu majeur, celui de la transmission des savoir-faire, clé de voûte d'une industrie à dimension patrimoniale. Leur disparition aurait un véritable impact économique, les qualifications des acteurs forgeant la qualité même du "made in France". La gastronomie représente un modèle en la matière, les grands chefs ayant pour point commun un passage au sein de maisons réputées. À l'inverse, faute d'apprentissages dédiés et d'un manque de connaissance chez les jeunes de certains métiers, des entreprises rencontrent des difficultés pour recruter. "Plus on tarde sur ce sujet et moins les professions auront de chance de survivre", assure Jean Strazzeri, directeur de la maison Lesdiguières-Barnier qui travaille à la création d'une maison-école de la ganterie avec le Centre technique du cuir. Cet organisme professionnel possède un centre de formation et établit des partenariats, notamment avec l'Institut textile et chimique de Lyon qui forme des ingénieurs Cuir Chaussure Maroquinerie aux compétences sans équivalent dans le monde. Des marques nationales, comme Hermès, s'impliquent aussi dans l'en-seignement en intégrant leurs propres centres de formation.

Conscients de ces enjeux, les pouvoirs publics ont réuni en avril 2013 le Comité stratégique de filière des industries de la mode et du luxe, rassemblant professionnels du secteur, pouvoirs publics et organisations syndicales autour d'un contrat de filière pour garantir et définir une vision commune de l'avenir du secteur.

lointains à Rhône-Alpes Tourisme. Dernier événement en date, un tournoi de golf disputé à Séoul en présence de représentants d'Annecy, Chamonix, Évian, Lyon, Megève, mais aussi de la chaîne Relais et Châteaux. Les médias étrangers sont également invités à tester les raffinements locaux et les tours-opérateurs internationaux ciblés. "Il est incontournable pour Rhône-Alpes, qui propose des destinations prestigieuses et connues mondialement, d'être présente sur le marché du tourisme de luxe, d'autant que ce positionnement rejaillit sur tous les autres segments", conclut Rachel Gregoris. ■ R. Broz

**Ce dossier, réalisé pour 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* (32 000 ex.), Savoie, *Partenaires Savoie* (25 408 ex.), Ain, *Grand Angle 01* (22 000 ex.), Drôme, *L'Économie drômoise* (19 000 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, [www.saint-etienne.cci.fr](http://www.saint-etienne.cci.fr).

**Contact :** *Présences*. Tél. : 04 76 28 28 76

Le dossier est consultable en ligne sur : [www.rhone-alpes.cci.fr](http://www.rhone-alpes.cci.fr)

# Il suffit parfois de franchir une seule porte pour que toutes les autres s'ouvrent !

*International, environnement, innovation, commercial, marketing, financements, création/transmission, pôles de compétitivité, intelligence économique, formation...*



Rencontrer un conseiller CCI est le meilleur moyen d'accéder aux informations, expertises, accompagnements, financements, formations dont votre entreprise a besoin.



## Rendez-vous au Salon de l'Entreprise 2014 Jeudi 23 octobre à ParcExpo



Depuis 4 ans, la CCI vous propose à l'automne ce rendez-vous désormais incontournable en Beaujolais. Après « Sport et Entreprise, un même esprit d'équipe », après « Gastronomie et Entreprises, l'Art des Chefs », c'est autour d'un thème inhabituel pour un salon professionnel en Beaujolais « Eau, source de vie, source d'énergies », que visiteurs et exposants se retrouveront comme « un poisson dans l'eau » à ParcExpo ! Du transport maritime ou fluvial à la production énergétique, de la santé à l'agroalimentaire, de la cimenterie à l'irrigation, des loisirs aux SPAS, l'eau est notre quotidien, présente dès le café ou thé du matin...

Cette quatrième édition accueillera jeudi 23 octobre plus de 100 exposants industriels, prestataires de services, groupements d'entreprises... ainsi que l'espace des savoir-faire du Beaujolais mettant en lumière les productions industrielles locales.

Les participants trouveront au fil de l'eau, informations, conseils, partenaires, conférences... de quoi apporter de l'eau au moulin de chacun !

Parmi les nouveautés, un « bar à eau » permettra de s'initier à la dégustation de cette source de vie. Le CCAB (Centre Culturel Associatif du Beaujolais) sera partenaire du Salon 2014 et propose aux entreprises membres du « collectif des entreprises partenaires » un concours photo. Thème ? L'eau, bien sûr ! Pas d'activités sans eau... Présente et omniprésente, l'eau vue par le dirigeant et ses collaborateurs, utilisée dans le process industriel ou images industrielles des équipements conçus pour le transport de l'eau, son stockage, son traitement. Les meilleures photos seront exposées lors du Salon et seront récompensées.

Dès septembre, vous pourrez retrouver sur le fil Twitter de la CCI toutes les informations sur le Salon de l'Entreprise 2014

Contact : Pascal DANGER [pdanger@villefranche.cci.fr](mailto:pdanger@villefranche.cci.fr)

### Et vous, que faites-vous pour la soirée du jeudi 23 octobre?...

Le Salon de l'Entreprise 2014 réinvente le concept du dîner gastronomique pour vous mettre l'eau à la bouche ! Dans un cadre spécialement aménagé à ParcExpo, cette soirée sera l'occasion idéale d'inviter partenaires, clients, fournisseurs ou collaborateurs autour d'une bonne table.



Serez-vous un lauréat des Trophées Excellence 2014 ?

Ces Trophées Excellence remis par la CCI du Beaujolais récompenseront lors du Salon de l'Entreprise les entrepreneurs qui ont été reconnus au plan régional, national ou international au cours des 12 derniers mois en recevant un prix décerné par une organisation extérieure.

La CCI souhaite ainsi promouvoir l'exemplarité, donner envie à d'autres d'innover, de s'engager et de participer aux concours et trophées pour lesquels nombre d'entreprises peuvent être sollicitées.

Si vous-même ou votre entreprise avez reçu une distinction, contactez la CCI du Beaujolais pour recevoir le dossier de candidature ou téléchargez-le sur [www.beaujolais-cci.com](http://www.beaujolais-cci.com) Les Trophées Excellence, création unique Made in Beaujolais ont été décernés à plus de 30 lauréats depuis leur création, en 2010.

Contact : [pcorsant@villefranche.cci.fr](mailto:pcorsant@villefranche.cci.fr)

# Écoles-entreprises, portes ouvertes !

Les actions de la CCI en faveur des jeunes

## Succès du Training Job Kfé

Le 27 février après-midi, la nouvelle édition du Training Job Kfé a accueilli 103 étudiants motivés à la salle de l'Atelier à Villefranche. Initiée au plan national par la Jeune Chambre Economique, cette opération visant à fluidifier les relations entre entreprises et écoles est reprise depuis 2013 par la CCI du Beaujolais.

Le training Job Kfé consiste en une simulation d'entretiens de recrutement et s'adresse à un public d'étudiants en 2<sup>e</sup> année de BTS. Il permet aux jeunes de rencontrer, sur un laps de temps limité, plusieurs profils de recruteurs. A l'issue de cette demi-journée, ces différents entretiens donnent lieu à une évaluation permettant ainsi à l'étudiant d'intégrer les paramètres d'un entretien réussi.

Tous les lycées du territoire ont répondu présents cette année. Cette manifestation est inscrite au programme des différentes classes. ■

Contact : Gwénaelle LUPY [glupy@villefranche.cci.fr](mailto:glupy@villefranche.cci.fr)



## Premier Parcours des Métiers à ParcExpo

200 élèves de 4<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> ont participé ce lundi 17 mars à la 1<sup>ère</sup> édition du «Parcours des métiers» organisé par la CCI à ParcExpo.

Cet événement constitue une belle opportunité de faire connaître métiers et formations par les entrepreneurs et

organismes participants à cette manifestation auprès de collégiens issus de 6 établissements scolaires du Beaujolais. ■

Contact : Gwénaelle LUPY  
[glupy@villefranche.cci.fr](mailto:glupy@villefranche.cci.fr)

## 2006 - 2014 la continuité d'un partenariat CCI-Mongré

L'Entreprise à l'école, c'est reparti pour 2014 !

Ce 2 avril, M. Jean-Michel Rey, PDG du Cabinet d'expertise – comptable GEC, a été le premier chef d'entreprise à intervenir cette année devant les classes de 2<sup>nd</sup>e. Le cabinet GEC propose une gamme de services autour du sys-

tème d'information comptable et financier de l'entreprise.

L'Entreprise à l'école est un module basé sur le témoignage de chefs d'entreprise. Chaque intervention se déroule devant une ou deux classes en lieu et place du cours d'économie. Cette action donne lieu à la délivrance en fin d'année

### « A la découverte d'un métier »

Ces mini-stages d'une durée de 1 à 5 jours ont pour objectif de familiariser les jeunes avec l'entreprise, de découvrir une ou plusieurs professions, de conforter un choix professionnel, et de s'orienter dans ce projet par la voie de l'apprentissage. Ils s'adressent aux jeunes à partir de 14 ans et s'effectuent pendant les vacances scolaires. La CCI propose de leur fournir une convention de stage.

Contact : [glupy@villefranche.cci.fr](mailto:glupy@villefranche.cci.fr)

d'un « diplôme » remis à l'ensemble des élèves ayant suivi les séances.

Vous êtes chef d'entreprise et vous souhaitez participer à ce programme original. ■

Contact : Peggy Corsant  
[pcorsant@villefranche.cci.fr](mailto:pcorsant@villefranche.cci.fr)

# Facilitez-vous le passage au numérique avec votre CCI

## Rendez-vous d'expert Web Marketing à la CCI

- Je cherche un prestataire de site internet, comment choisir?
- Je veux être visible sur le Net, est-ce que j'ai besoin d'un site internet ?
- J'ai vu des plateformes de sites internet gratuits, laquelle est la meilleure?
- Facebook, est-ce que j'ai intérêt à y aller?
- J'ai créé mon site mais il ne me sert à rien, pourquoi?
- J'ai un site, mais comment faire pour être plus visible?...

Pour répondre à ces questions, depuis janvier, la CCI propose aux entreprises un nouveau rendez-vous

d'experts : Une rencontre avec un professionnel du webmarketing pour tout ce qui concerne la présence sur Internet.

Ces rendez-vous s'adressent à toute entreprise quelle que soit sa taille, ou son secteur d'activité, ou à tout porteur de projet ayant déjà ou non un site internet.

Il s'agit de rendez-vous conseil, individuel et gratuit qui ont lieu tous les 15 jours le lundi après-midi. ■

Contact : Sophie CHLEQ  
schleq@villefranche.cci.fr



## Ateliers numériques, comprendre Google Adwords

Le 14 avril dernier a eu lieu à la CCI un atelier numérique animé par Ybizen pour découvrir les principes de base du paramétrage d'une campagne Google Adwords.

### A propos de Google Adwords

Google Adwords est le nom du système publicitaire mis au point par Google pour proposer des annonces commerciales dans les résultats du moteur de recherche.

Pour une entreprise, créer une campagne Google Adwords est un moyen simple et rapide de devenir visible sur Internet et de proposer ses produits ou ses services, tout en gardant la maîtrise parfaite de son budget publicitaire. Avec Google Adwords, vous ne payez que lorsqu'un internaute clique sur votre annonce pour visiter votre site ou vous appeler. ■

## Protection Sociale : Nouveau rendez-vous d'expert à la CCI

La CCI du Beaujolais élargit son offre « Rendez-vous d'experts » et propose aux entreprises une nouvelle permanence sur le thème de la Protection sociale.

Ces rencontres sont ouvertes aux porteurs de projets mais aussi aux entrepreneurs en activité qui vont devoir appliquer les nouvelles directives.

Les modifications touchant la protection sociale des entrepreneurs mais aussi de leurs salariés et notamment l'Accord National Interprofessionnel de Janvier 2013 suscitent de nombreuses interrogations.

Sur rendez-vous, un organisme de référence caisse maladie et retraite répondra à toutes les questions liées à la protection sociale, que ce soit le fonctionnement général, la retraite, la mutuelle, l'assurance-vie, ou bien la gestion du patrimoine par rapport à la retraite.

Prochaines dates : 21 mai - 18 juin

Contact CCI : Annie LANNOY  
alannoy@villefranche.cci.fr

## Prochaines dates

A noter sur vos agendas

• **Le 16 juin** : « Devenir visible sur internet grâce au référencement naturel » Intervention de Guilaine Francou - ENE.

• **Le 7 juillet** : « Tour d'horizon des différentes solutions de paiement en ligne » Intervention de Cédric Gros, développeur informatique.

Programme des ateliers et inscriptions sur [www.e-cite.fr](http://www.e-cite.fr) ■

Contact : Sophie CHLEQ  
schleq@villefranche.cci.fr

# L'union fait la force, la raison d'être du travail en réseau !

## Retour sur les rencontres des Clubs d'entreprises du Beaujolais de ce premier trimestre

Si trouver de nouveaux clients, mieux acheter, bénéficier de l'expérience d'autres dirigeants ou responsables, échanger des informations, générer des contacts, gagner du temps sont autant de motivations à travailler en réseau avec d'autres entreprises, rompre son isolement de chef d'entreprise est également une raison majeure ! Ainsi les membres des Clubs territoriaux se rencontrent une fois par mois, ceux des Clubs thématiques comme le Club Qualité Sécurité Environnement (QSE), quatre fois par an.

### Le Club d'entrepreneurs du Val de Saône au SDIS 69

Immersion dans l'univers du SDIS 69 pour près des 30 membres du Club des Entrepreneurs du Val de Saône ce jeudi 6 février à l'occasion de la visite de la nouvelle caserne des pompiers de Villefranche sur Saône.

Accueillis par le Lieutenant-colonel François Drobacheff chef du site Etat-major et chef du groupement nord, ils ont tout d'abord visité le site. Puis ils ont ensuite écouté la présentation du volontariat au SDIS 69 par le lieutenant-colonel Jean-Pierre Escassus chef du groupement développement du volontariat, et plus spécifiquement sur le bassin de Belleville, par le lieutenant-colonel de sapeur-pompier volontaire Alain Ravier. Le lieutenant-colonel de sapeur-pompier volontaire Michel Clairret a quant à lui présenté les conventions employeurs aux entrepreneurs.

### Le Club de Anse/Limas en visite à la salle des ventes

C'est dans une ambiance très conviviale que s'est tenue la rencontre du Club de Anse/Limas ce mercredi 15 janvier, accueilli à la salle des ventes de Villefranche par Maîtres Guillaumot et Richard. Ils ont pu découvrir la profession de commissaires - priseurs, un métier méconnu mais dont le savoir-

faire a largement été copié par d'autres pays européens.

### Le Club des entrepreneurs de Beaujeu au Château de Pizay

Ce mercredi 12 février, les entrepreneurs du Club de Beaujeu ont été accueillis au Château de Pizay par le directeur Jean-Michel Gueguen pour une visite insolite : les coulisses du spa. Ils ont ainsi pu découvrir les installations en sous-sol avec les explications du directeur.

### Les entrepreneurs du Club d'Anse/Limas au Progrès

Les entrepreneurs du Club d'Anse/Limas ont été reçus le mercredi 19 février dans les locaux du Progrès de Villefranche s/s, par son directeur de rédaction Boris Ivanov.

Cette rencontre fut l'occasion de comprendre comment naissent les pages locales d'un quotidien régional.

### Présentation de Géopark au Club de Beaujeu

C'est dans le cadre convivial du Restaurant Le Mont Brouilly que s'est tenue la rencontre mensuelle du Club de Beaujeu le 19 mars dernier.

Au menu de cette soirée, la présentation par Chantal Pegaz de la démarche Géopark en Beaujolais.

Ce projet de labélisation du territoire donnera une reconnaissance de l'UNESCO, gage de notoriété et d'attractivité territoriale.

### Ma TV en Beaujolais et les entrepreneurs du Club d'Anse/Limas

Michel Montel a présenté Ma TV en Beaujolais aux entrepreneurs du Club d'Anse/Limas ce jeudi 20 mars : l'occasion de comprendre comment une web TV positionnée sur le fait local a vu le jour. La fréquentation mensuelle du site est de 4 000 visiteurs et le nombre de

visites ne cesse de croître.

Pour découvrir ce nouveau média : <http://www.matvenbeaujolais.fr/>

Pour adhérer aux Clubs territoriaux, contactez Pascal Danger [pdanger@villefranche.cci.fr](mailto:pdanger@villefranche.cci.fr)

### Présentation du MASE au Club QSE

Ce 20 mars dernier, le Club QSE s'est réuni à la CCI sur la thématique du MASE, référentiel d'Amélioration de la Sécurité en Entreprise.

Nicolas Chouteau, administrateur de l'association MASE Rhône-Alpes a présenté le fonctionnement et les opportunités d'une telle démarche devant une dizaine de participants.

Elle s'adresse à toute entreprise, près de 34% des entreprises certifiées MASE ont moins de 20 salariés. Une baisse de fréquence et de gravité des accidents ainsi que l'amélioration des conditions de travail est notée lorsque les entreprises adoptent la démarche.

Les représentants de Lafarge Ciments entreprise utilisatrice MASE et d'Acrobart société spécialisée dans les interventions en accès difficile lors de travaux, certifiée MASE ont partagé leurs expériences avec les adhérents du Club.

Prochain club QSE : Le risque incendie en entreprise en juin - Echanges sur la maîtrise du risque incendie avec le SDIS et visite de la caserne de Villefranche ■

Pour adhérer au Club QSE, contactez Emilie Picard : [epicard@villefranche.cci.fr](mailto:epicard@villefranche.cci.fr)

Troisième soirée Interclubs  
le 8 juillet prochain à l'aérodrome de  
Villefranche-Tarare.  
Réservez dès à présent cette date  
sur vos agendas

# La CCI du Beaujolais votre partenaire formation



## LANGUES

- Séjour Linguistique en Beaujolais : du 22 au 26 septembre
- Anglais, Allemand, Espagnol, Italien pour votre entreprise  
Cours collectifs pour adultes en journée ou soirée
- Semaines intensives pour adultes : sur toute l'année
- Semaines intensives pour scolaires : du 7 au 11 juillet et du 25 au 29 août
- Préparation au TOEIC à partir du 5 juin

## GESTION - COMPTABILITE

- Prévoir et gérer sa trésorerie : 26 mai
- Finance pour non financier : 16 et 23 mai
- Tenir ses comptes au quotidien : 2, 5, 12 et 17 juin
- Les bases de la paie : 4, 11 et 18 juin
- Approfondissement de la paie : 19 et 23 juin
- Gérer et suivre les coûts : 27 juin
- Les déclarations sociales : 1<sup>er</sup> juillet
- Etablir une déclaration de TVA : 4 juillet
- Le comptable unique dans la PME : 2, 9, 16 octobre

## VENTE et RELATION CLIENT

- Gérer les réclamations au téléphone en préservant la relation client : 12 et 15 mai
- Prospecter et fidéliser sa clientèle : 15 et 21 mai
- Prendre des rendez-vous qualifiés : 26 et 27 mai
- Gagner ses appels d'offres : 2 et 3 juin
- Vendre par téléphone : 19 et 20 juin
- Construire une stratégie marketing performante : 13 et 14 oct.
- Convaincre par l'écoute et l'art de la négociation : 3 et 4 nov.
- Les fondamentaux de l'accueil en face à face : 4 et 5 décembre

## MANAGEMENT

- Le management d'équipe : 16, 17 et 26 juin
- Réussir ses entretiens annuels : 2 et 3 juin
- Gérer les tensions et les conflits : 23 et 24 juin

## RESSOURCES HUMAINES

- Séniors, transférer vos compétences et votre savoir-faire : 15 et 16 mai
- Sensibilisation aux RPS : 19 mai
- La gestion administrative du personnel : 19, 20 et 26 mai
- Le comité d'entreprise : attributions et fonctions : 10 juin
- Actualité sociale: 12 juin **nouveau**
- L'essentiel en ressources humaines : 16, 17 et 23 juin
- Exercer le rôle de tuteur et maître d'apprentissage : 26 juin

## COMMUNICATION & DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

- Animer des réunions efficaces : 12 et 13 mai
- Prendre des notes et rédiger un compte rendu : 22 et 23 mai
- Formation de formateurs : 5, 6, 17 et 24 juin
- Optimiser son temps et ses priorités : 16, 17 et 26 juin
- Gérer son stress pour une meilleure efficacité professionnelle : 15 et 16 septembre
- Rédiger aisément des écrits professionnels : 9, 10 et 16 octobre

## HYGIÈNE - SÉCURITÉ

- Maintien et actualisation des compétences SST (recyclage) : 29 mai - 16 juin
- Les règles d'hygiène alimentaire dans la restauration : 16 et 17 juin
- SST - Sauveteurs Secouristes du Travail : 23 et 24 juin
- Préparation à l'habilitation du personnel électricien/non électricien : 1 formation par mois
- CACES chariots et nacelles : 1 session toutes les semaines

## COMMERCE INTERNATIONAL

- Crédits documentaires et autres sécurités de paiement : 29 et 30 avril
- La douane et l'entreprise : 12, 13 et 19 mai
- Les règles Incoterms 2010 : 23 mai
- Maîtriser les fondamentaux du commerce international : 13, 20 et 27 juin

## BUREAUTIQUE & WEB MARKETING

- Access fonctions de base : 12, 13 et 22 mai
- Access perfectionnement : 19 et 26 juin
- Je me mets à l'informatique : 15 et 16 mai
- S'initier au traitement de l'image avec Photoshop : 20 mai
- Créer un emailing et une newsletter : 22 mai
- Internet pour débutants : 26 mai
- Booster son activité grâce aux réseaux sociaux : 2 juin
- Word fonctions de base : 2 et 5 juin
- Excel faux débutants : 3 et 11 juin
- Créer un site simple avec des logiciels gratuits : 6, 13 et 20 juin
- Word faux débutants : 16 et 20 juin
- Prenez en main votre communication graphique avec Publisher : 17 juin
- Word mailing, modèles et formulaires : 24 juin
- Word truc et astuces et documents longs : 23 juin
- Excel fonctions de base : 10, 13 et 20 juin
- Le référencement naturel : 12 juin
- Outlook fonctions de base : 16 juin
- Powerpoint fonctions de base : 17 juin
- Powerpoint fonctions avancées : 24 juin
- Outlook fonctions avancées : 23 juin
- Excel base de données et tableaux croisés dynamiques : 26 juin

## COMMERCANTS

- Anglais : démarrage toute l'année
- Word perfectionnement : 13, 15 et 20 mai 2014 (soirée)

Pour plus d'information, toute notre équipe est à votre disposition au 04 74 62 95 89 !

CCI du Beaujolais  
317B, Boulevard Gambetta  
CS 70427 - 69654 Villefranche cedex  
E-mail : formation@villefranche.cci.fr  
Notre centre est certifié ISO 9001



Retrouvez toutes nos formations sur :  
[www.beaujolais-cci.com](http://www.beaujolais-cci.com)

**CCI formation**



CCI LYON



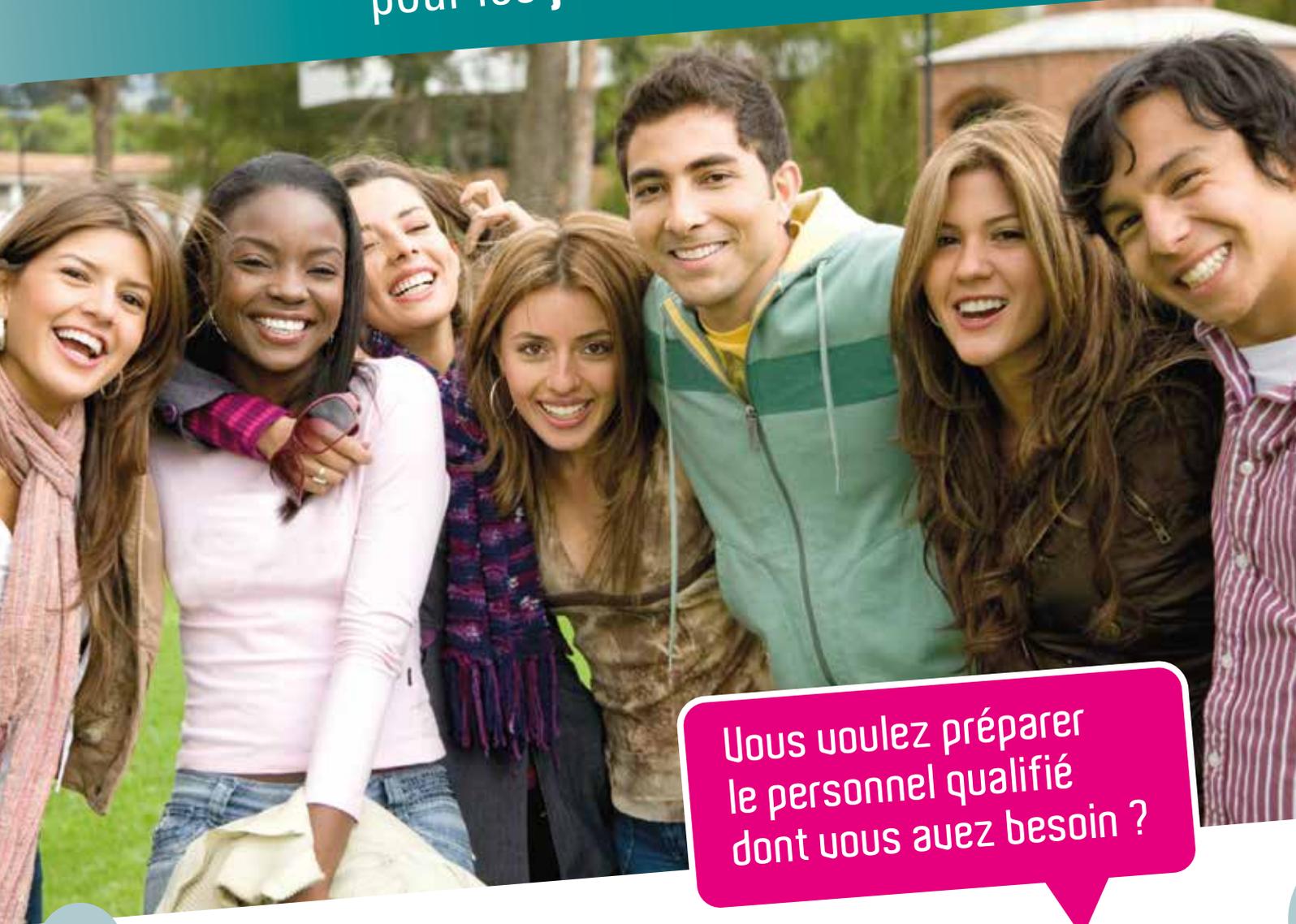
CCI BEAUJOLAIS



CCI ROANNE  
LOIRE NORD

# l'apprentissage

Une opportunité formidable  
pour les **jeunes** et les **entreprises**



Vous voulez préparer  
le personnel qualifié  
dont vous avez besoin ?

 Formez en interne vos apprentis  
aux savoir-faire et méthodes de votre entreprise

- La Chambre de Commerce et d'Industrie du Beaujolais :
- Collecte les candidatures des futurs apprentis et vos offres d'emploi en apprentissage et les rapproche
  - Effectue les démarches administratives du contrat d'apprentissage pour votre compte

En savoir plus : Point A  
Tél : 04 74 62 73 00 - [pointa@villefranche.cci.fr](mailto:pointa@villefranche.cci.fr)  
[www.beaujolais-cci.com](http://www.beaujolais-cci.com)

