

H&M

HOMMES ET MÉTIERS

LE MAGAZINE DE VOTRE CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT



Dossier

La crise à contre-pied

Découvrez tous
nos conseils pratiques

Artisans, la BPLC et les SOCAMA se mobilisent pour vous financer en 2009



Francis GROSS,
nouveau directeur
des SOCAMA Lorraine et Champagne

Francis GROSS affirme qu'au titre de sa double responsabilité **BPLC** et **SOCAMA**, il va poursuivre son accompagnement des entreprises artisanales de Lorraine et de Champagne dans leur développement.

En effet, Francis GROSS a pris ses fonctions de directeur du marché des professionnels à la Banque Populaire Lorraine Champagne le 19 janvier 2009, devenant ainsi le nouveau directeur de la SOCAMA Lorraine et de la SOCAMA Champagne (Sociétés de Caution Mutuelle créées à l'initiative des Chambres de Métiers et de l'Artisanat et de la BPLC).

Un parcours de plus de trente ans à la BPL puis à la BPLC qui l'a mené de Metz à Nancy pour revenir à Metz en occupant successivement les postes de chargé d'accueil, directeur d'agence, directeur de groupe et aujourd'hui directeur du marché des professionnels.

Aujourd'hui plus que jamais, la Banque Populaire Lorraine Champagne, dans son rôle de soutien à l'économie régionale, réitère son engagement envers ses clients artisans.

Pour mener à bien votre projet sans engager votre patrimoine personnel, la BPLC, en partenariat avec les SOCAMA, vous propose :

Le Prêt EXPRESS SOCAMA sans caution personnelle *

Vous pouvez ainsi bénéficier :

- d'un emprunt pouvant aller **jusqu'à 30 000 €** pendant 36 mois maximum,
- d'un prêt n'exigeant pas de caution personnelle* : aucun engagement ne vous est demandé, ni à vous, ni aux membres de votre famille, ni à un tiers quel qu'il soit,
- d'une offre adaptée à votre demande.

Une offre élargie de prêts SOCAMA peut compléter vos besoins pour emprunter plus et plus longtemps.

Alors, pour avoir l'esprit libre et concrétiser votre envie d'entreprendre, prenez vite rendez-vous avec votre Conseiller en appelant le 0890 90 90 90**.



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

www.bplc.fr

**BANQUE POPULAIRE
LORRAINE CHAMPAGNE**



Banque et populaire à la fois.

“ Trouver les solutions pour rebondir ”



Si la crise qui frappe notre économie a changé beaucoup de choses, elle ne change pas nos convictions et notre volonté d'agir plutôt que de subir.

J'ai donc souhaité que nous construisions ce numéro spécial d'*Hommes & Métiers* pour vous apporter des conseils pratiques à même de vous aider. J'estime que c'est l'une de nos missions que de vous proposer des solutions pour atténuer les conséquences de cette crise et contrer la morosité ambiante. Il faut, en effet, que vous soyez conscients que des contre-pieds sont possibles. C'est

ce qui aura guidé la construction du magazine que vous tenez entre vos mains. En prenant le temps de le parcourir, vous découvrirez que les pistes à explorer sont nombreuses, tant en termes de gestion du personnel, de formation, que dans l'organisation administrative de l'entreprise. Il convient également de mettre cette période à profit pour tenter de développer votre activité, voire votre chiffre d'affaires, en cherchant par exemple à vous démarquer de la concurrence, en faisant preuve de créativité ou en investissant dans des marchés porteurs. L'ensemble des conseillers de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle sont mobilisés (cf. page 6) pour vous conseiller et vous accompagner au sein de votre entreprise. Plus de 2 500 chefs d'entreprise sur les 15 000 que compte l'artisanat mosellan ont déjà rencontré nos experts et médiateurs du crédit. Si vous ne l'avez pas encore fait, il n'est pas trop tard pour le faire. Un simple appel au **0820 857 057** (prix d'un appel local) vous permettra en quelques secondes de fixer une date pour que l'un de nos spécialistes vienne étudier à vos côtés les meilleures pistes à suivre.

Souplesse, créativité, réactivité et positionnement au plus près des attentes des clients constituent aujourd'hui, et plus que jamais, les atouts majeurs de l'artisanat. Nous devons continuer à les mettre en avant pour construire ensemble un avenir solide et pérenne pour toutes vos entreprises, mais aussi pour l'économie locale et départementale. Les pouvoirs publics ont bien saisi le rôle important que pouvaient jouer les entreprises artisanales dans la relance. Le plan d'urgence pour favoriser l'emploi et la formation (cf. page 5), présenté le 24 avril dernier par le Gouvernement, en est une nouvelle preuve. En consacrant plus de 700 millions d'euros pour inciter les entreprises à embaucher des apprenti(e)s, à signer des contrats de professionnalisation et/ou d'accompagnement formation, l'État a souhaité nous adresser un signe fort du soutien qu'il souhaite nous accorder. Sachons à présent entendre ce message et l'utiliser à bon escient.

PIERRE STREIFF

PRÉSIDENT DE LA CHAMBRE DE MÉTIERS ET DE L'ARTISANAT DE LA MOSELLE

Magazine édité par l'Association pour la Promotion et le Développement de l'Artisanat Lorrain. Chambres de Métiers et de l'Artisanat de Meurthe-et-Moselle, de la Meuse, de la Moselle et des Vosges - Épinal. Directeur de la publication : P. STREIFF. Rédacteurs en chef : I. MOLIN - L. FEDERSPIEL - T. LATARCHE - A. MESSENET. Rédaction graphique : Pixel Image - Metz. Impression : Groupe Socosprint Imprimeurs (88). Conception et réalisation : **TEMA** presse - Metz. Dépôt légal : N° 1.042 - Mai 2009. Crédit photo couverture : Fotolia. Hommes & Métiers est imprimé sur papier PEFC issu de forêts gérées durablement.



Actualités

Grand Prix de l'Artisanat en Moselle : des artisans en haut de l'affiche **page 4**



Campagne 2009/2010 : préparer la reprise en formant un(e) apprenti(e) **page 5**

La CMA 57 mobilisée face à la crise **pages 6 et 7**

La bourse des métiers **page 7**

Nouveautés au CFA : les formations se diversifient **page 8**



Prix Sema 2009 : le joaillier-bijoutier Alexandre Bianchi désigné lauréat **page 9**

Dossier spécial LA CRISE À CONTRE-PIED

Témoignages et avis d'experts vous sont proposés tout au long de ce dossier spécial et vous proposent des pistes d'actions pratiques afin qu'avec l'appui de vos Chambres de Métiers et de l'Artisanat vous preniez la crise « à contre-pied ».

Ce numéro spécial d'*Hommes & Métiers* évoquera les possibilités de « retourner » la crise à son avantage en la prenant à contre-pied dans des domaines essentiels de l'entreprise tels que : les ressources humaines, la politique commerciale et l'optimisation de la gestion d'entreprise. **Pages 11 à 46**



Repères

Difficultés de paiement : l'Urssaf vous accompagne en ligne! **page 48**

Mesures fiscales du plan de relance : mensualisez le remboursement des crédits de TVA **page 49**



CFIA de Metz, 20 au 22 octobre 2009 : le 1^{er} événement agroalimentaire dans l'Est **page 50**

Grand Prix de l'Artisanat en Moselle

Des artisans en haut de l'affiche



Le Président du Conseil Général de la Moselle, Philippe Leroy, et le Président de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle, Pierre Streiff, viennent de récompenser les lauréats 2009 du Grand Prix de l'Artisanat en Moselle.

L'artisanat, ce n'est pas seulement une affaire d'hommes, mais aussi de qualité de projets. Les cinq lauréats de l'édition 2009 du Grand Prix de l'Artisanat du Conseil Général présentent tous des innovations et des idées originales. Leur dénominateur commun : la volonté de réussir dans leur domaine. Ils sont le reflet d'un artisanat mosellan dynamique, et témoignent de l'esprit d'entreprise qui anime le secteur des métiers de notre département.

Les cinq artisans lauréats du Grand Prix de l'Artisanat ont été reçus dans le Grand hall du Conseil Général de la Moselle. Leurs dossiers ont été retenus parmi une trentaine de candidatures présentées par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle.



Depuis 1983, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle et le Conseil Général de la Moselle pérennisent cette initiative pour valoriser les entreprises artisanales et le parcours de leurs dirigeants.

Palmarès

Les « Grand Prix de l'Artisanat » en Moselle ont été attribués à...

- ▶ **Entreprise Sotco** à Basse-Ham / Catégorie « Performance de l'entreprise »
- ▶ **Société Lang Constructions Bois** à Schorbach / Catégorie « Créativité-Innovation »
- ▶ **Société Schall** à Altrippe / Catégorie « Transmission et maintien des savoir-faire »
- ▶ **Menuiseries & Mobiliers SARL** à Marange-Silvange / Prix « AMICAPE »
- ▶ **Société Maxi Brod** à Sarreguemines / Prix « Coup de cœur »

Agenda du Président

CMA de la Moselle, de Lorraine, de France et de l'espace Saar-Lor-Lux
31.03.2009 – Commission d'Appel d'Offres de la CMA 57

02.04.2009 – METZ – Comité Directeur de la CMA 57

22-23-24.04.2009 – LYON – Congrès de la Fédération nationale des SOCAMA
11.05.2009 – METZ – Commission de la Formation, de la Promotion Sociale et de l'Emploi de la CMA 57

20.05.2009 – METZ – Assemblée Générale de SOCAMA Lorraine SOGAMMELOR
20.05.2009 – METZ – Bureau de la CRMA de Lorraine

Vie des Associations et Organisations Professionnelles

03.04.2009 – OETING – AG de la Corporation libre des Menuisiers, Ébénistes, Charpentiers, Tourneurs Sculpteurs sur bois de l'arrondissement de Forbach

06.04.2009 – METZ – AG de la CGPME 57

20.04.2009 – METZ – AG du SYNPRELOR (Syndicat des Professionnels de l'Électronique de Lorraine)

21.04.2009 – METZ – Rencontre avec M. Éric Sasso, Président du Syndicat des Installateurs Électriciens de la Moselle

21.04.2009 – METZ – AG du Syndicat des Boulangers de Metz et environs

27.04.2009 – METZ – AG de l'ADOCESA

29.04.2009 – FORBACH – AG du Syndicat patronal des Boulangers-Pâtisseries de l'arrondissement

28.05.2009 – METZ – AG de l'Association des Retraités de l'Artisanat de la Moselle

Formation – Apprentissage

20.04.2009 – METZ – Sélections départementales du concours « Meilleurs Jeunes Boulangers de France »

Vie locale – Aménagement territorial

02.04.2009 – MORHANGE – Réunion d'information « Faisons vite, ça chauffe » organisée en partenariat avec la Communauté de Communes du Centre Mosellan

30.04.2009 – METZ – CG de la Moselle : lancement du projet de la convention d'affaires internationale Inde-Europe

06.05.2009 – METZ – Mairie : réunion relative à l'ouverture des magasins le dimanche

07.05.2009 – Luxembourg – AG du Conseil Interrégional des CMA Saar-Lor-Lux

19.05.2009 – METZ – Assemblée Générale de la SA Foire Internationale de Metz

27.05.2009 – SARREGUEMINES – Congrès départemental de la Fédération des Boulangers-Pâtisseries

15 et 29.05.2009 – METZ – Préfecture - Réunion « Suivi de la crise économique »

Réceptions – Distinctions - Manif. diverses

03.04.2009 – SAINT-AVOLD
 Inauguration du 11^e Salon de l'Habitat et de la Famille

20.04.2009 – METZ – Manifestation franco-allemande « Bilan et perspectives de la liaison ferroviaire à grande vitesse Paris-Forbach-Sarrebrück-Kaiserslautern-Mannheim »

20.04.2009 – METZ – Conseil Régional de Lorraine – Présentation d'une opération de promotion du territoire lorrain

26.04.2009 – METZ – Réception d'ouverture du Salon « Beauté Sélection » organisé par la Fédération régionale et les Unions départementales de la Coiffure et signature d'une convention avec l'Usine d'Électricité de Metz le 27.04.2009

29.04.2009 – SARREBRÜCK
 60^e anniversaire de M. Hans-Alois KIRF, Président de la Handwerkskammer des Saarlandes

30.04.2009 – METZ – Journée « Portes Ouvertes » de la société MCR Électricité et automatismes industriels

15.05.2009 – THIONVILLE – Journée « Création – Reprise d'Entreprise »

21.05.2009 – ALTRIPPE – Réception et remise de médaille à M. Jean-Paul Schall

29.05.2009 – FORBACH – Journée « Création – Reprise d'Entreprise »

Campagne 2009/2010

Préparer la reprise en formant un(e) apprenti(e)

Obtenez gratuitement une étude sur mesure en nous contactant dès aujourd'hui au 0820 857 057 (prix d'un appel local)

Lorsque l'on est chef d'entreprise, il n'est pas une année qui ne se passe sans s'interroger sur l'utilité de former un(e) apprenti(e). La situation économique actuelle, conjuguée aux aides accordées, rend on ne peut plus évident le fait que c'est aujourd'hui qu'il convient de franchir le pas.

Concrètement, il vous faut nous contacter le plus rapidement possible (0825 857 057 – Prix d'un appel local) afin de pouvoir accueillir un(e) apprenti(e) dans votre entreprise en septembre 2009. Notre compagnie peut d'ores et déjà vous proposer des jeunes à la recherche d'une entreprise susceptible de les accueillir. Par ailleurs, si vous avez déjà trouvé un(e) jeune qui désire faire dans votre entreprise une formation par l'apprentissage, il importe que vous nous demandiez sans tarder les imprimés du contrat d'apprentissage. Pour faciliter votre démarche, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle prend en charge la préparation des documents nécessaires à l'établissement de votre contrat d'apprentissage (déclaration en vue de la formation d'apprenti(e)s, imprimés du contrat...).

Parlons d'argent

Les aides financières offertes



Plusieurs aides, financées par le Conseil Régional de Lorraine, sont accordées aux entreprises qui embauchent des apprenti(e)s :

- ▶ **Aide à l'embauche** : accordée à tout employeur qui embauche un(e) apprenti(e) dans le cadre d'un contrat de treize mois et plus → 1 000 euros.
- ▶ **Aide à la formation** : accordée à tout employeur qui embauche un(e) apprenti(e) → 1 000 euros/an.
- ▶ **Aide à l'information des maîtres d'apprentissage** : accordée à tout employeur qui vient suivre une fois par an une réunion d'information à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle → 500 euros.
- ▶ **Aide liée à la Loi de Cohésion Sociale** : accordée à tout employeur qui embauche un(e) apprenti(e) → prend la forme d'un crédit d'impôt de 1 600 euros par apprenti(e). Il peut être porté à 2 200 euros pour les apprenti(e) handicapé(e)s, auquel peut s'ajouter une aide de 500 euros du Conseil Régional de Lorraine.
- ▶ **Exonération totale des cotisations patronales et sociales** (sauf cotisations supplémentaires d'accident du travail et retraite complémentaire)

Coupon-réponse

Vous souhaitez former un(e) apprenti(e) ?

À renvoyer à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle
Par courrier : 5 Boulevard de la Défense – CP 97803 – 57078 METZ CEDEX 3
Par télécopie : 03 87 62 71 25 – Par e-mail : cad@cm-moselle.fr

Nom : Prénom :

Entreprise :

N° Siren :

Adresse :

Code postal : Ville :

Tél. : Mobile :

Je souhaite former apprenti(e)(s) pour la rentrée 2009-2010.

Dépêche

Objectifs formation

Le Gouvernement vient de lancer un « plan d'urgence » pour favoriser l'emploi et la formation avec 3 objectifs majeurs :

▶ **+ 320 000 apprenti(e)s** : les entreprises embauchant des apprenti(e)s avant le 30 juin 2010 seront exonérées de charges sociales et bénéficieront d'une prime de 1 800 euros (pour les entreprises de moins de 50 salariés).

▶ **+ 170 000 contrats de professionnalisation** : les entreprises embauchant des moins de 26 ans avant le 1^{er} juin 2010 auront droit à 1 000 euros, voire 2 000 euros s'il s'agit de jeunes n'ayant pas le niveau bac.

▶ **+ 50 000 contrats d'accompagnement formation** pour préparer à l'emploi les chômeurs de 16 à 25 ans.

Contactez-nous au 0820 857 057 (prix d'un appel local)

Pratique

La CMA de la Moselle renforce sa présence dans vos entreprises pour :

- ▶ vous conseiller,
- ▶ vous accompagner dans la réalisation de vos projets,
- ▶ vous aider à faire face aux aléas économiques.

Si vous rencontrez des difficultés ou si vous souhaitez être aidé pour conduire un projet, contactez-nous sans tarder.

Pour cela, un seul numéro : 0820 857 057 (prix d'un appel local)

Vos experts « Médiation du crédit »

■ MOSELLE NORD

▶ Cantons de Cattenom, Metzervisse, Sierck-les-Bains, Thionville, Yutz

Michel Vatry / mvatry@cm-moselle.fr / 03 82 59 16 86

■ METZ CAMPAGNE

▶ Cantons de Marange-Silvange, Rombas, Maizières-lès-Metz

Xavier Nabot / xnabot@cm-moselle.fr / 03 87 39 31 28

■ MOSELLE EST

▶ Cantons de Behren-lès-Forbach, Forbach, Freyming-Merlebach, Grostenquin, Saint-Avold, Stiring-Wendel

Richard Klein / rklein@cm-moselle.fr / 03 87 87 03 18

▶ Cantons de Sarralbe, Bitche, Rohrbach-lès-Bitche, Sarreguemines, Sarreguemines-Campagne, Volmunster

Franck Philippi / fphilippi@cm-moselle.fr / 06 86 49 97 87

■ MOSELLE SUD

▶ Cantons d'Albestroff, Château-Salins, Delme, Dieuze, Vic-sur-Seille, Fénétrange, Lorquin, Phalsbourg, Réchicourt-le-Château, Sarrebourg

Régine Ternard / rternard@cm-moselle.fr / 03 87 03 20 33

Vos experts thématiques sur tout le département

■ JURIDIQUE

▶ Sébastien Cot / scot@cm-moselle.fr / 03 87 39 31 24

■ COMMERCE ET INTERNATIONAL

▶ Patricia Moinard / pmoinard@cm-moselle.fr / 03 87 39 31 68

■ TRANSMISSION

▶ Thomas Pignon / tpignon@cm-moselle.fr / 03 87 39 31 07

La CMA 57 mobili



Trois questions à Dominique Klein, Secrétaire Général - Directeur Général des Services de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle.

HOMMES & MÉTIERS : Depuis quelques mois maintenant il ne se passe pas une journée sans que la crise économique ne soit au centre de l'actualité. Dans ce contexte, quelles décisions ont été prises par la CMA57 pour aider les artisans de la Moselle ?

DOMINIQUE KLEIN : Nous avons souhaité être très pragmatiques et apporter le maximum de soutien aux artisans qui sont les piliers actuels de l'économie locale.

Dès les premiers signes de faiblesse de l'économie, nous avons décidé de renforcer la présence de nos conseillers auprès des entreprises sur tous les territoires de la Moselle.

Plus de 150 visites sont organisées chaque semaine et, en 4 mois, nous avons rencontré plus de 2500 artisans. Lors de ces visites, nos conseillers présentent toutes les aides qui peuvent être mobilisées pour les entreprises afin de leur permettre de faire face à une baisse d'activité.

Ils leur proposent également de les accompagner dans leurs démarches tant auprès des banques que des organismes sociaux ou fiscaux pour trouver des solutions pour leurs financements ou leurs paiements.

Au-delà, ils profitent de cette rencontre pour faire un diagnostic global des entreprises et pour identifier tous les services que la CMA57 peut leur apporter (juridique, social, financement, embauche, formation, export...).

H&M : Participez-vous à des dispositifs publics décidés par le Gouvernement ?

DK : Oui, bien entendu car notre rôle est de défendre les intérêts des artisans partout où nous le pouvons.

Le Président Pierre Streiff et moi-même assistons chaque semaine aux réunions présidées par M. le Préfet et nous y présentons les dossiers qui nous reviennent de nos conseillers.

C'est un dispositif très efficace, car nous y côtoyons les décideurs publics (Trésorier Payeur Général, Directeurs des Services Fiscaux ou du Travail, Directeur de la Banque de France, représentants des Banques, OSEO...) qui peuvent directement agir pour aider une entreprise.

Nous agissons également en direct auprès de nombreux autres partenaires pour aider les artisans qui rencontrent des difficultés.

Enfin, cinq de nos conseillers ont été désignés comme « tiers de confiance » et ils sont en relation directe avec le médiateur du crédit.

H&M : Que pourriez-vous dire de plus aux artisans de la Moselle ?

DK : Tout d'abord leur assurer de notre mobilisation absolue pour les aider et les accompagner, qu'ils soient confrontés à des difficultés ou prêts à s'engager dans un projet de développement.

Si malgré cette présence renforcée que nous assurons sur le terrain l'un d'eux

sée face à la crise

a besoin de notre appui, qu'il prenne contact avec nos services sans attendre la visite d'un de nos conseillers pour que nous le rencontrions au plus vite. Pour cela, il suffit d'appeler le **0820 857 057** (prix d'un appel local). Enfin, j'aimerais leur adresser un

message positif en les encourageant à poursuivre leur métier avec la même envie et la même passion qui les animent au quotidien.

L'artisanat, d'après les éléments que nous recueillons dans les entreprises, s'en sort mieux que les autres acteurs

économiques. Ils seront les premiers bénéficiaires de la reprise s'ils s'y préparent en formant leur personnel et en poursuivant leur politique de développement et d'investissement.

L'artisanat, plus que jamais, mérite son titre de « 1^{re} entreprise de France ».

Bourse des métiers

Alimentation

090200008 – Vends fonds PÂTISSERIE CHOCOLATERIE cause départ à la retraite CANTON DE GROSTENQUIN – Magasin en bon état, situé au centre-ville – Parking gratuit Équipement pâtisserie en assez bon état Surface de 145 m² – Camion de tournée Clientèle locale et régionale – Installé depuis 60 ans – Très bonne réputation

Accompagnement du repreneur possible.

090300015 – Vends fonds PÂTISSERIE ET DÉPÔT DE PAIN – Situé sur axe passant à MONTIGNY-LÈS-METZ – Places de parking disponible Matériel en bon état, renouvelé régulièrement Chiffre d'affaires de 130 000 euros – Clientèle fidèle – Accompagnement du repreneur possible – Prix de vente : 80 000 euros à débattre.

090300014 – Vends cause santé fonds BOULANGERIE PÂTISSERIE ÉPICERIE – Secteur THIONVILLE OUEST – Magasin + laboratoire 170 m² – 1 salarié à 1/2 temps, 1 apprenti vente Matériel neuf – Magasin refait à neuf – Proche école – 2 places de parking dédiées – Possibilité de développement importante.

081200067 – Vends fonds + murs BOUCHERIE cause départ à la retraite – Arrondissement de THIONVILLE OUEST – Peut convenir à une activité de boucherie, de traiteur ou de second magasin – Magasin de 30 m² – Laboratoire de 70 m² – 3 chambres froides – Activité de traiteur à développer.

Bâtiment

081200064 – Vends cause départ à la retraite ENTREPRISE D'ÉLECTRICITÉ CHAUFFAGE ALARME – Situation MOSELLE CENTRE (Boulay, Faulquemont, St-Avold) – 25 ans d'exploitation – Chiffre d'affaires de 300 000 euros HT – Bon état de l'outillage et du véhicule – Stock – Local de stockage de 150 m² – Affaire à développer.

090100003 – Vends entreprise de CHAUFFAGE – Arrondissement de BOULAY – Installation + entretien très bonne réputation – Chiffre d'affaires d'environ 1,2 M d'euros – CA en développement – Entreprise spécialisée dans les énergies renouvelables – Accompagnement de repreneur possible – Prix de vente : 300 000 euros.

090300019 – Vends ENTREPRISE D'ÉLECTRICITÉ GÉNÉRALE – SECTEUR MESSIN Activité tertiaire – Chiffre d'affaires d'environ 1,2 M euros – 20 salariés – Matériel et véhicules neufs.

090200013 – Vends cause retraite fonds d'une entreprise d'INSTALLATIONS THERMIQUES

Contact : **0820 857 057** (prix d'un appel local)

ET PLOMBERIE SANITAIRE – Secteur SARREBOURG-SAVERNE – Possibilité de location d'un entrepôt de 120 m² avec aménagement de bureau – Matériel en bon état – Véhicule de 4 ans (50 000 kms) – Stock disponible – Possibilité de démarrer de suite – Affaire très saine – Bonne clientèle (particuliers, entreprises, usines, collectivités) – Accompagnement possible.

090300018 – Vends cause départ à la retraite, ENTREPRISE FRIGORISTE CLIMATISATION ET ÉNERGIES RENOUVELABLES avec stock et véhicule – ARRONDISSEMENT DE THIONVILLE Clientèle fidèle existante depuis 10 ans – Affaire saine – Possibilité de développement.

Production

090200009 – Vends activité unique de FABRICATION, TRANSFORMATION ET NETTOYAGE D'ARTICLES EN PLUME ET DUVET ET DE DÉCORATION INTÉRIEURE – L'entreprise située en zone artisanale à SARREBOURG possède une clientèle régionale composée de particuliers très fidèles – Emplacement très bien situé d'une surface de 200 m² – Installée depuis plus de 25 ans – Absence de concurrence Chiffre d'affaires de 170 000 euros à développer Accompagnement du repreneur possible Cause départ à la retraite.

Services

090200010 – Vends SALON DE COIFFURE MIXTE à 10 mn de METZ (axe Thionville-Metz) 3 postes de coiffage, 2 bacs – Surface de 45 m² Très bon état – Bon chiffre d'affaires – Clientèle très fidèle – Localité en développement.

090200012 – Vends cause retraite, SALON DE COIFFURE MIXTE sur grand axe commerçant METZ, rénovation récente, matériel bon état Local de 80 m² – 6 coiffages, 3 bacs, 3 séchoirs Parking gratuit assuré – Loyer modéré – Prix de vente : 50 000 euros.

090100007 – Vends fonds de SALON DE COIFFURE à MONTIGNY-LÈS-METZ – 40 m² 3 bacs, 6 coiffages – 2 caves dont une aménagée en bureau – Petit jardin à l'arrière Climatisation – Clientèle fidèle – Fichier informatisé – Faible loyer – Possibilité de rachat des murs – Parking gratuit – Pas de travaux à prévoir.

081200065 – Vends SALON DE COIFFURE MIXTE à MOULINS-LÈS-METZ CENTRE dans rue principale – Proximité d'autres commerces et face à 2 parkings – 4 postes de coiffage, 2 bacs – 65 m² + 20 m² de réserve – Clim réversible – Bon

Chiffre d'affaires – Clientèle fidèle – Quartier en développement – Loyer de 600 euros/mois Prix de vente : 43 000 euros.

090100006 – Vends SALON DE COIFFURE au centre de SAINT-AVOLD – 90 m² – Chiffre d'affaires 125 K€ – 4 bacs électriques – 8 plans de coiffage – Salon créé en 1996 – Restylé entièrement en 2004 – Fort potentiel – Possibilité d'agrandissement ou de création d'une activité annexe à l'étage.

090300017 – À saisir : SALON DE COIFFURE dans Galerie commerciale de supermarché ARRONDISSEMENT DE THIONVILLE – Cellule de 60 m² environ – Équipement GAMMA – Chiffre d'affaires de 46 000 euros – Loyer : 750 euros Prix de vente : 37 000 euros. Possibilité de développer.

090200011 – Vends ou loue cause départ à la retraite SALON DE COIFFURE ESTHÉTIQUE THIONVILLE CENTRE – Entièrement rénové – Bien situé – Cellule de 75 m² – 6 postes de coiffage, 3 bacs, 2 cabines d'esthétique.

090100004 – Vends cause déménagement fonds de commerce CORDONNERIE MULTI-SERVICES situé dans une galerie d'une grande enseigne du secteur MOSELLE EST – Très bien équipé en machine de clés spéciales – Informatique pour recherche de profil – Lecteur de clés à puce dernière génération – Machine à graver, à affûter – Banc de finissage et presse en très bon état – Bon chiffre d'affaires – Loyer de 600 euros – Fort potentiel de développement.

090300016 – Vends fonds de commerce CORDONNERIE CLÉS MULTISERVICES dans Galerie marchande d'hypermarché ARRONDISSEMENT DE THIONVILLE – Très bon chiffre d'affaires – Rentabilité importante – Fort potentiel de développement du chiffre d'affaires.

090100005 – Vends boutique de FLEURS ET DÉCORATION sur LE BAN-SAINT-MARTIN (proximité METZ) – Idéalement située sur route départementale – 3 vitrines – Surface de vente de 80 m² – Réserve d'environ 20 m² Cour d'environ 20 m² – Clientèle fidèle Pas de salarié – Bail tout commerce Loyer de 690 euros charges comprises/mois Prix de vente : 40 000 euros.

090300020 – Vends fonds de TAPISSERIE DÉCORATION + VENTE DE MEUBLES ET CADEAUX – CENTRE-VILLE PIÉTON DE METZ – Implanté sur Metz depuis 99 Clientèle fidèle – Bail neuf – Possibilité de développement – Accompagnement et formation du repreneur assurés.

Nouveautés au CFA

Les formations se diversifient...



À compter de septembre 2009, le CFA de Metz proposera un Brevet des Métiers d'Art – Graphisme et Décor, de nouveaux Brevets de Maîtrise, et une section « Métiers divers »... ceci pour répondre aux demandes exprimées par nombre de chefs d'entreprise.

Si plusieurs formations existaient déjà sur cette filière, elles aboutissaient uniquement au niveau 5 (CAP, BEP, Mention Complémentaire). Soucieux de pouvoir former plus longuement ses apprenti(e)s, le CFA Ernest Meyer de Metz a donc construit avec le Conseil Régional de Lorraine et Inffolor ce projet qui sera une exclusivité dans le Grand Est.

Ce BMA permettra d'acquérir une connaissance des produits et composants, des supports et conditions de mises en œuvre, de l'infographie et de la réglementation professionnelle. L'apprenti(e) bénéficiera d'enseignements en arts, techniques et civilisations, en arts appliqués et en gestion et d'enseignements généraux.

Cette formation se déroulera en alternance ce qui facilitera l'intégration des



apprenti(e)s dans le monde du travail. Elle durera deux ans avec 675 heures en CFA. Le reste du cursus se déroulera en entreprise par le biais du contrat d'apprentissage ou du contrat de professionnalisation.

Afin de renforcer l'excellence des savoir-faire, le CFA de Metz proposera aussi à celles et ceux qui le souhaitent, à la

rentrée de septembre et en alternance, de préparer un Brevet de Maîtrise (niveau 3) en coiffure, esthétique, boulangerie ou pâtisserie. Une nouveauté qui vient s'ajouter à la possibilité de l'obtenir par la méthode traditionnelle, à savoir en cours du soir.

Une ouverture qui en appelle une autre: celle d'une section « Métiers divers » au niveau 5 (CAP, CTM...) qui permettra de former sur des « petits métiers » à faible effectif comme le tapissier, le doreur sur cadre, le tailleur homme, le sellier...

En agissant ainsi, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle démontre qu'elle est à l'écoute des préoccupations de l'ensemble des entreprises de la Moselle, quelles que soient leur taille et spécialité professionnelle.

Plus d'informations au 0820 857 057

(prix d'un appel local)

Reconnaissance



Prix Sema 2009

Le joaillier-bijoutier Alexandre Bianchi désigné lauréat

Organisé tous les ans par la Société d'Encouragement aux Métiers d'Art sur le plan départemental, régional puis national, le Prix Sema a vocation à promouvoir l'excellence de l'artisanat d'art en France.

En Moselle, terre des métiers d'art avec près de 400 artisans d'art installés, mais aussi terre de transmission des savoirs avec 6 centres de formation aux métiers d'art, ce concours a pris, depuis plusieurs années, un essor remarquable.

Cette édition départementale 2009 a permis de mettre en avant Alexandre Bianchi, jeune joaillier-bijoutier de 27 ans installé à Maizières-lès-Metz. Le jury a souhaité récompenser

le remarquable travail de joaillerie mis en scène sur une bague intitulée « Symphonie de printemps ». Cette création est l'histoire d'une pierre semi-précieuse (l'améthyste) dont Alexandre Bianchi a souhaité faire sa pièce maîtresse en l'associant à d'autres pierres et métaux précieux. Les saphirs de couleurs choisis composent un véritable bouquet fleuri qui met en valeur un cœur en diamants. Juste à l'opposé, comme posé avant un envol, un papillon

au corps en or blanc, orné d'une chute de diamants attire le regard. Les tailles des pierres en navettes, en poires ou en brillant, apportent du relief, du corps à ce bijou. Le montage tout à fait singulier, constitué d'un assemblage de fils d'or, de couleur jaune et blanc, s'accompagne d'un corps de bague, d'une grande souplesse graphique.

Au-delà de cette récompense, c'est aussi l'histoire d'un passage de flambeau réussi puisque la Maison Bianchi a été lancée en 1978 par Pierre Bianchi, avant d'être récemment reprise par Alexandre, son fils.



Notre nature, être à vos côtés au quotidien



UEM, l'expertise énergétique

Producteur et fournisseur local d'énergie depuis plus d'un siècle, UEM met son expertise et ses savoir-faire au service de ses 150 000 clients.

Nous enrichissons sans cesse nos produits et nos services pour vous proposer des solutions énergie clés en main et développer les énergies renouvelables de demain.

UEM, la compétitivité

À la fois producteur et fournisseur d'énergie, nous vous garantissons un approvisionnement adapté, sûr et compétitif et nous vous conseillons pour gérer au mieux votre facture et maîtriser vos consommations énergétiques.



UEM, la proximité

Plus de 500 collaborateurs, dont une équipe de commerciaux toujours disponibles et des conseillers techniques qui se déplacent dans les plus brefs délais sont à votre disposition.

UEM, un partenaire local

Acteur concerné et impliqué du développement local, UEM a su tisser des liens privilégiés avec nombre de partenaires et vous permet régulièrement de profiter de ces bonnes relations. Parce que nous voulons être le partenaire au quotidien de tous vos projets.



Contactez votre partenaire énergie
03 87 34 37 37

 **uem**
Si proches !

MUCIM-STANISLAS

propose une réponse adaptée à chacun de vos besoins :



www.mucimstanislas.fr
votremutuelle@mucimstanislas.fr

**NOUVELLES
PRESTATIONS**



Santé

- Complémentaire Santé
- Antenne RSI / Gestion des prestations du Régime Obligatoire des Travailleurs indépendants



Prévoyance

- Maintien de revenus
- Invalidité, décès ...



Epargne / Retraite

- Fonds euros sécurisés
- Multisupports
- Gestion libre ou pilotée

NOUVEAU



Offre de crédit réservée aux particuliers

- Aucun versement ne doit être exigé avant l'obtention d'un prêt
- Crédit Immobilier et Prêts Travaux
 - Regroupement de crédits

NOUVEAU



Assurance Habitation

- Offre classique
- Offre spéciale Energies Nouvelles

NOUVEAU



Assurance Automobile

- Offre classique
- Offre spéciale véhicules propres

NOUVEAU



Toutes assurances dédiées aux professionnels

- Responsabilité Civile Professionnelle
- Protection juridique
- Assurance Décennale
- Assurance Flotte Automobiles
- Assurance Locaux Professionnels
- Assurance Fonds de commerce ...

PARTICULIERS

TRAVAILLEURS NON SALARIES

Antenne RSI

ENTREPRISES

**Etudes confidentielles
sur simple demande**

N°Azur 0 810 00 10 20

Prix d'un appel local depuis un poste fixe

ou agence de proximité

CHAMPIGNEULLES - EPINAL - FORBACH - LONGWY - LUNEVILLE - METZ (2 agences) - NANCY - NEUFCHATEAU - NEUVES-MAISONS - PONT-A-MOUSSON - THIONVILLE - TOUL - VERDUN

Oui, je souhaite sans engagement une information "découverte" complète sur votre offre :

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Complémentaire santé | <input type="checkbox"/> Crédit immobilier / prêts travaux | <input type="checkbox"/> Assurances professionnelles |
| <input type="checkbox"/> Gestion des prestations RO | <input type="checkbox"/> Regroupement de crédits | Garanties souhaitées : |
| <input type="checkbox"/> Prévoyance | <input type="checkbox"/> Assurance Automobile | |
| <input type="checkbox"/> Epargne / Retraite | <input type="checkbox"/> Assurance Habitation | |

NOMPRENOM.....

ADRESSE.....

CODE POSTAL.....VILLE.....

TEL*Heures préférentielles d'appel*.....

MAIL.....

(en nous donnant votre e-mail, vous acceptez de recevoir des informations commerciales)

Merci de retourner ce coupon à MUCIM-STANISLAS : 137, rue Saint-Dizier - 54031 NANCY Cedex

OU de le déposer dans votre agence de proximité

* données indispensables car des informations complémentaires sont nécessaires pour réaliser ces études.
Nous vous remercions de votre compréhension (HM).

DOSSIER SPÉCIAL

Au sommaire



Introduction

P.13 À 23



- Le grand entretien : René Ricol, Médiateur national du crédit
- Introduction générale : Pied de nez et contre-pied
- Meuse Menuiserie à Abainville (55) : Façonner son succès
- Tavu à Remiremont (88) : T'as vu comment contrer la crise ?
- ID Projets à Bey-sur-Seille (54) : Une éclosion naturelle
- La Boulangerie lorraine à Metz (57) : des solutions originales pétries à la main
- L'auto-diagnostic : faites le point !

P.13

P.17

P.18

P.19

P.20

P.21

P.22



La gestion du personnel

P.24 À 29



- Et si le ralentissement de l'activité pouvait être mis à profit
- Limiter les conséquences sociales de la crise au sein de son personnel
- Pour se développer, l'entreprise a besoin de « sang neuf »

P.24

P.26

P.29



La gestion de la clientèle et du marketing P.30 À 37

DOSSIER SPÉCIAL

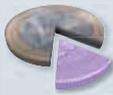
Profiter de la période pour investir et se démarquer de la concurrence

Stratégie d'innovation, recherche et développement... Autant de termes qui ont été réinterprétés récemment en faveur de la croissance des entreprises pour assurer la croissance dans un contexte de crise.

Le marketing est un enjeu stratégique pour les entreprises. C'est un levier essentiel pour se démarquer de la concurrence et attirer de nouveaux clients. Dans un contexte de crise, il est crucial d'optimiser les dépenses marketing et de cibler précisément les actions. L'innovation est également un facteur clé de succès, permettant de développer de nouveaux produits ou services qui répondent aux besoins du marché.

Augmentez l'innovation en favorisant la créativité et l'expérimentation au sein de votre entreprise. Investissez dans la formation et le développement des talents, et encouragez les idées nouvelles. La recherche et développement sont des domaines clés pour rester compétitif à long terme.

- Profiter de la période pour investir et se démarquer de la concurrence **P.30**
- Cibler ses atouts et les faire valoir **P.31**
- Diversifier ses services, ses activités, ses marchés **P.32**
- Opération séduction **P.33**
- Cultiver la « positive attitude », garder le sourire pour ne pas « faire fuir » **P.35**



Optimiser la gestion de l'entreprise P.38 À 43

DOSSIER SPÉCIAL

Gestion globale Ne laissez rien au hasard !

Il est essentiel de maîtriser les flux entrants et sortants de votre entreprise pour assurer sa pérennité. Une gestion rigoureuse des ressources est nécessaire pour éviter les pertes et optimiser les performances. Le tableau de bord est un outil précieux pour suivre l'évolution de votre entreprise et prendre des décisions éclairées.

Gérer les flux « entrants » et « sortants » est une tâche complexe mais essentielle. Elle nécessite une attention particulière et une planification soignée. Le tableau de bord permet de visualiser ces flux et d'identifier les points de vigilance. Pierre Lebourgeois propose 10 bons points pour améliorer sa trésorerie.

- Ne laissez rien au hasard ! **P.38**
- Gérer les flux « entrants », 4 points essentiels à maîtriser **P.39**
- Gérer les flux « sortants », 4 règles incontournables **P.40**
- Le tableau de bord : pilotez votre entreprise **P.41**
- Pierre Lebourgeois : 10 bons points pour améliorer sa trésorerie **P.42**



Conclusion P.44 À 46

DOSSIER SPÉCIAL

Crise économique Tenter de repartir du bon pied...

La crise économique a entraîné de nombreuses entreprises à fermer leurs portes. Cependant, certaines ont réussi à repartir du bon pied en adoptant de nouvelles stratégies. L'auto-diagnostic est un outil précieux pour évaluer l'état de santé de votre entreprise et identifier les axes de progrès.

- Conclusion générale : Tenter de repartir du bon pied **P.44**
- C'est net spécial crise **P.45**
- Les résultats de l'auto-diagnostic **P.46**

DOSSIER SPÉCIAL

La crise à contre-pied : le grand entretien



René Ricol, Médiateur national du crédit

Chaque dossier fait l'objet d'un traitement sur mesure

Peu de temps après sa venue à Metz, le 4 mars dernier, René Ricol, Médiateur national du crédit, est revenu, pour *Hommes & Métiers*, sur ses missions quotidiennes, ses espoirs face à cette crise économique difficile, qui n'est pas forcément une fatalité si les chefs d'entreprise prennent leurs soucis financiers à bras-le-corps, dès les premiers signes d'essoufflement.



© MÉDIATION DU CRÉDIT

Depuis votre prise de fonction à la médiation nationale du crédit, quelles situations et quels retours rencontrez-vous généralement sur le terrain ? Quels résultats enregistre le dispositif et plus particulièrement en Lorraine ?

La Médiation du crédit, souhaitée par le Président de la République dans le cadre du plan de soutien à l'activité économique, est ouverte à tout chef d'entreprise qui rencontre des difficultés de financement avec ses établissements financiers, quelle que soit la taille de sa société ou son statut (artisan, commerçant, profession libérale, y compris les créateurs ou les repreneurs d'entreprise). Nous agissons sur le terrain au plus près des entreprises, grâce à un réseau de 105 Médiateurs départementaux qui sont les Directeurs départementaux de la Banque de France.

Pour saisir le Médiateur, il suffit à l'entreprise de remplir un dossier de médiation sur le site www.mediateurducredit.fr. Nous examinons chaque cas dans le détail pour rapprocher les positions divergentes et dégager des solutions concertées et adaptées. Cette approche pragmatique nous a permis de prendre la mesure des problèmes de financement auxquels sont confrontées les entreprises, du simple déséquilibre de trésorerie à la nécessité d'un renforcement en fonds propres adossé parfois à des mesures de rationalisation interne pour s'adapter à l'évolution du marché. Les résultats d'activité de la Médiation montrent combien cette mission répond à un véritable besoin de la part des entreprises. Depuis le lancement du dispositif, 8700 dossiers ont été déposés en médiation, la majorité d'entre eux (90 %) ont été acceptés et pris en charge. Près de 5000 dossiers sont actuellement instruits et clos, 65 % d'entre eux positivement soit deux dossiers sur trois. Au total, ce sont plus de 3200 entreprises qui ont vu leur activité confortée et 68000 emplois

menacés qui ont été préservés. En Lorraine, nous avons reçu 314 dossiers d'entreprises. Le taux de médiation réussie est semblable au niveau national : 65 %. Ce sont ainsi plus de 20 millions d'euros de crédit qui ont été débloqués dans votre région.

Quels messages et conseils faites-vous passer en priorité aux entrepreneurs et banquiers que vous rencontrez ? Quels rôles les Chambres de Métiers et de l'Artisanat ont à jouer dans ce contexte ?

La crise financière actuelle change les repères pour tous les agents économiques, qui ne doivent pas hésiter, pour y faire face, à prendre plus de risques. Les établissements financiers doivent spécialement veiller à apporter leur soutien aux sociétés qui possèdent un savoir-faire sur des marchés

« Par leur flexibilité, leur créativité et leur positionnement au plus près des attentes des consommateurs, les entreprises du secteur de l'artisanat ont la réactivité nécessaire pour anticiper les risques et ajuster leur stratégie »



Invité à Metz, le 4 mars dernier, René Ricol a affirmé que « bien que la Lorraine soit durement touchée par la crise (filière bois, automobile, etc.) », il avait rencontré une « région soudée ».



Les Associations de Gestion et de Comptabilité (AGC) :

- comptabilité et expertise-comptable
- accompagnement à la gestion
- spécialistes de la création-reprise d'entreprises
- conseils dans les domaines fiscaux, sociaux et juridiques

Partenaires privilégiés de l'Artisanat :

- les AGC sont des associations gérées par des chefs d'entreprises
- elles sont spécialisées dans l'accompagnement des petites entreprises
- leurs salariés sont des professionnels proches de vous et à votre écoute

Les AGC de Lorraine issues des Chambres de Métiers et de l'Artisanat :



CIREGE

Tél. 03 83 95 84 00
4, rue de Vologne
54520 LAXOU



AMIGAM

Tél. 03 29 79 61 11
Route de Reims
55000 FAINS VEEL



CEGEME

Tél. 03 87 39 31 74
5, bd de la Défense
57078 METZ



Gestélia Vosges-Lorraine

Tél. 03 29 34 46 34
19, rue du Coteau
88000 DOGNEVILLE

Accompagnement • Gestion • Comptabilité



porteurs, essentielles pour l'avenir de l'emploi. Côté entreprise, il est important d'apprendre à anticiper et à mieux gérer les risques. Pour cela, le chef d'entreprise doit entretenir une communication solide et régulière avec ses établissements financiers. Il doit aussi veiller à l'opportunité de son positionnement sur le marché, en développant si nécessaire des stratégies de niches pour assurer la pérennité de son activité. Enfin, dans l'urgence, il est toujours plus difficile d'avoir à réagir seul. Si nous avons un message à faire passer aux entreprises, c'est bien celui-ci : n'hésitez pas à vous faire accompagner, et sans attendre que la situation s'aggrave. Les Chambres de Métiers et de l'Artisanat jouent sur ce point un rôle essentiel. Elles participent, avec les Chambres de Commerce et les organisations patronales, au réseau des « tiers de confiance » mis en place par la Médiation du crédit. Ces experts désignés dans chaque département interviennent gratuitement pour orienter les entreprises dans leurs démarches auprès du Médiateur du crédit. Le chef d'entreprise peut identifier facilement le tiers de confiance le plus proche en composant le numéro azur **0810 00 12 10**. Plus généralement, il peut aussi bien sûr solliciter les conseils d'un centre de gestion agréé ou d'un expert-comptable.

Que peut faire un chef d'entreprise une fois que tous les recours pour l'accès au crédit sont épuisés ?

En cas de refus de financement, la Médiation du crédit travaille à rétablir le dialogue et à rapprocher les positions entre l'entreprise et ses établissements financiers. Elle intervient d'abord au niveau départemental puis, si cela est nécessaire, au niveau national.

Si les problèmes persistent et dépassent le champ de la médiation, et si aucune des possibilités offertes par le plan de soutien aux PME mis en place par le Gouvernement, notamment les solutions proposées par Oséo, ne répond à la situation de l'entreprise, celle-ci peut se tourner vers le Trésorier Payeur Général ou le Tribunal de Commerce qui pourront envisager avec elle des solutions plus globales dans son intérêt.

La médiation tient-elle compte des spécificités de l'artisanat qui regroupe des entreprises de tailles réduites, plus sensibles aux variations économiques ?

Bien sûr ! Chaque dossier déposé en médiation fait l'objet d'un traitement sur-mesure. Les Médiateurs départementaux et les analystes de l'équipe nationale de la Médiation du crédit sont des professionnels qui ont une longue expérience de l'entreprise. Ils connaissent les problématiques spécifiques à chaque type de société, suivant son secteur, sa taille ou son statut, et cherchent pour chacune les solutions les plus adaptées.

Quels peuvent être les atouts du secteur artisanal face à la crise ? Les contre-pieds spécifiques à ce secteur ?

Par leur flexibilité, leur créativité et leur positionnement au plus près des attentes des consommateurs, les entreprises du secteur de l'artisanat ont la réactivité nécessaire pour anticiper les risques et ajuster leur stratégie. Cependant, en raison de leur taille, elles sont moins armées en période de crise, en termes de marges de financement notamment. Encore une fois, elles ne doivent pas hésiter à s'appuyer sur leur réseau consulaire ou à solliciter l'aide d'un tiers de confiance de la Médiation. En cas de tension de trésorerie, il faut les encourager à saisir au plus tôt le Médiateur du crédit, afin de dégager sans précipitation des solutions solides et pérennes.



© MÉDIATION DU CRÉDIT

DOSSIER SPÉCIAL



La crise à contre-pied : introduction générale

Retourner la crise
à son avantage en la prenant
à contre-pied.

Crise économique Pied de nez et contre-pied



Krach boursier, crise financière, récession... des mots très souvent, trop souvent entendus ces derniers mois et qui traduisent les difficultés économiques auxquelles nous sommes tous confrontés aujourd'hui et particulièrement les entreprises artisanales.

Un simple chiffre traduit cette difficile réalité : en Lorraine, le nombre des défaillances d'entreprises a augmenté de 16,9 % entre 2007 et 2008 (+9,3 % au niveau national).

Il ne faut pas pour autant oublier que, face à cette crise mondiale, des mesures ont été prises dès novembre 2008 afin de préserver, autant que faire se peut, le tissu économique.

En novembre 2008, un plan national de soutien à l'activité et aux PME a été mis en place avec la mobilisation de 22 milliards d'euros pour assurer le financement des TPE et PME, la nomination d'un Médiateur national du crédit aux entreprises relayé au niveau départemental par des Commissions de financement et de l'économie, l'exonération de la taxe professionnelle sur les nouveaux investissements réalisés entre le 23 octobre 2008 et le 31 décembre 2009, la création d'un fonds

stratégique d'investissement national pour défendre les intérêts économiques et stratégiques de la nation.

Ce plan à destination des entreprises a été complété par des mesures fiscales intégrées dans la loi de finances votée le 31 décembre et représentant 11 milliards d'euros. Il s'agit notamment du remboursement accéléré des crédits de TVA, d'un assouplissement des délais de paiement et du remboursement immédiat aux entreprises des créances qu'elles détiennent sur l'État.

Ces principales mesures ont également été complétées par des dispositifs Régionaux comme le DILA (Dispositif Lorrain d'Accompagnement) mis en place en février 2009 par la Région Lorraine et des dispositifs locaux au niveau de nos Chambres de Métiers et de l'Artisanat pour l'accompagnement des entreprises en difficultés.

Ces dispositifs sont nécessaires car les entreprises artisanales, au travers de la baisse de leur carnet de commandes, des difficultés de trésorerie qui apparaissent ou se font plus prégnantes sont confrontées de plein fouet aux réalités de cette crise économique.

Les médias ayant toutefois expliqué à de nombreuses reprises ces différents dispositifs, l'objet de ce numéro spécial n'est pas de refaire un inventaire de ces mesures mais plutôt de proposer aux lecteurs, des solutions originales pour leur entreprise artisanale afin d'atténuer les conséquences de la crise économique et contrer ainsi la morosité ambiante.

Comme l'Aïkido dont le principe est d'utiliser la force de l'adversaire contre lui-même, ce numéro spécial d'*Hommes & Métiers* évoquera les possibilités de « retourner » la crise à son avantage en la prenant à contre-pied dans des domaines essentiels de l'entreprise tels que :

- les ressources humaines,
- la politique commerciale
- l'optimisation de la gestion d'entreprise.

Des témoignages et avis d'experts vous sont également proposés tout au long de ce dossier spécial et vous proposent des pistes d'actions pratiques afin qu'avec l'appui de vos Chambres de Métiers et de l'Artisanat vous preniez la crise « à contre-pied ».

Bonne lecture!

Meuse Menuiserie à Abainville (55) Façonner son succès...



La Gondrecourtoise, la Valcoloroise, la Chardonnaise, la Juvinoise, la Bellevilloise... autant de noms qui sentent bon la Meuse et le chêne massif! Car ces noms correspondent à autant de variétés de portes réalisées à Abainville, village du sud de notre département...

C'est autour d'un café dans une ambiance conviviale que Luc Pierre nous reçoit. À la tête de la société Meuse Menuiserie depuis qu'il l'a créée en 1985, ce dirigeant réalise, dans la plus pure tradition artisanale, des portes architecturées, personnalisées et uniques. Très vite, après sept à huit mois d'installation l'équipe salariée augmente passant de 6 à 10 personnes pour atteindre aujourd'hui une trentaine de salariés répartis sur les deux sociétés familiales. Car, en effet, Meuse Menuiserie a fait le choix de la diversification. Les fils Jérémy et Matthieu ont fondé JMP Fermetures pour développer de nouveaux produits sur le créneau des fenêtres bois-alu et dimensions spéciales. Cette création s'est accompagnée d'un développement de 700 m² des locaux de l'entreprise.

Les prémices de la crise

« J'ai commencé à sentir un ralentissement dès mai 2008. Le pic en termes de baisse d'activités a été atteint en novembre. » Composée majoritairement d'une clientèle professionnelle, Meuse Menuiserie est touchée directement par deux phénomènes: le premier, lié à la baisse dans le secteur de la construction résidentielle (plus de 70 % des portes d'entrées sont vendues en effet pour des constructions neuves) et le second ayant trait à l'apparition sur le marché d'une concurrence forte générée par les portes en alu PVC. Le marché du PVC est de loin le plus important représentant aux

alentours de 70 % des choix tandis que le bois et l'aluminium se partagent le reste pour environ 30 %. « Les clients de nos clients sont plus âpres à la négociation et c'est finalement nous qui devons faire des prix! » C'est pourquoi l'entreprise a décidé de revoir sa politique vis-à-vis des clients en instaurant un paiement dès réception des produits. « Nous assainissons notre portefeuille clients pour ne pas avoir de souci de trésorerie et, au-delà, cela a permis de mieux négocier avec les banques. »

Qualité et diversification

Aujourd'hui, tout chef d'entreprise doit trouver des solutions pour faire face à ses difficultés et mettre en place des mesures à la fois préventives et prospectives pour anticiper l'après crise. À Abainville, l'entreprise a misé sur deux

éléments qui constituent, pour son dirigeant, les fondamentaux :

■ **La qualité**, qui a permis de développer des produits haut de gamme aujourd'hui reconnus de la Suisse à la Finlande en passant par l'Autriche et la Belgique. « Les produits que nous fabriquons sont notre meilleure carte de visite. Il ne s'agit pas de faire du chiffre, du chiffre et du chiffre! Nous avons misé sur un produit d'exception, haut de gamme et c'est d'abord la qualité que nous mettons en avant. » Et cela marche, à tel point qu'aujourd'hui l'entreprise bénéficie d'un marché qui constitue 10 mois de travail et quelque 4 000 heures de sculpture.

■ **La diversification**. Pour pouvoir compenser la perte du côté de la porte en chêne massif, les deux fils Jérémy et Pierre ont investi le marché de la porte et fenêtre en bois-alu. L'investissement de départ est de 600 000 euros; les premiers signes de développement sont déjà là et devraient se concrétiser, entre autres, par l'embauche de nouveaux salariés. Pour conclure, Luc Pierre insiste, pendant la visite des ateliers, sur l'engagement des salariés dans la réussite de l'entreprise. « Le système d'intéressement basé, entre autres, sur les consommables, a permis de les impliquer dans une démarche gagnant-gagnant. Nous avons diminué un certain nombre de coûts et eux récoltent les fruits de leur investissement. »



Meuse Menuiserie - 55130 Abainville
www.m-menuiserie.fr

Tavu à Remiremont (88)

T'as vu comment contrer la crise ?



Pierre-Arnaud Munsch est fondateur et gérant de TAVU Publicité à Remiremont (88). Entouré d'une équipe de sept personnes qui s'agrandit régulièrement, il conçoit des supports publicitaires axés sur les stratégies de communication idéales pour ses clients. Rencontre...

Au premier coup d'œil, il y en a pour tous les goûts. Le showroom de l'entreprise regorge d'idées. Véritable pluie d'images, d'une simple carte de visite aux tee-shirts, enseignes, cubes lumineux et autres accessoires, les possibilités de communiquer trônent face aux clients, offrant une diversité de choix importante. Si on se fie aux apparences, la publicité ne connaît pas la crise, et c'est peu dire : embauche et investissement dans des nouveaux locaux font partie des objectifs de l'année.

Une idée simple

Apparue en plein boom des nouvelles technologies, Tavu est créée en 2001, au cœur de l'évolution de l'aspect esthétique. Après avoir terminé ses études en infographie à Strasbourg, et attiré par différents supports dont le vinyle, Pierre-Arnaud Munsch décide de franchir le pas et construit son entreprise. Son souhait : allier esthétique et atelier de fabrication. D'abord aidé par son père, ce jeune chef d'entreprise de 28 ans est « parti de rien » comme il aime le dire. Ce n'est que petit à petit que des collaborateurs ont rejoint son équipe, qui compte aujourd'hui huit personnes. Quand on lui parle de crise, lui pense plutôt à la relance économique du commerce. Si l'entreprise a ressenti le léger fléchissement de fin d'année, elle a bien rebondi depuis,



en embauchant une nouvelle commerciale, et projetant même de recruter prochainement un second infographiste. « Si on renforce notre présence commerciale, on attire forcément de nouveaux clients, on se positionne plus facilement », assure-t-il.

Si Tavu progresse, c'est par la qualité de ses conseils et sa créativité

En temps de crise, les entreprises sont tentées de réduire leurs dépenses publicitaires, c'est pourquoi Tavu, les aide et les conseille, en proposant des plans de communication adaptés à chacun. Des plans sur la durée et non pas sur des « gros coups », trop coûteux, avec de faibles retombées. Qu'il s'agisse de créer ou de relooker un logo, d'étudier la création de panneaux de tous types, de décorer un véhicule ou une flotte, dans une période délicate, le travail doit être encore plus rigoureux, le personnel plus présent et à l'écoute des besoins des clients. De cette façon, Tavu les fidélise en proposant des

actions sur mesure, en étudiant le marché. « C'est un travail de réflexion et de recherche qui nous permet de proposer un véritable accompagnement. En orientant nos clients, nous sommes efficaces, nous nous développons et nos partenaires ont de bons résultats », ajoute Pierre-Arnaud Munsch.

Aujourd'hui l'entreprise à huit ans. Toute l'équipe s'apprête à emménager dans les nouveaux locaux - situés dans la zone industrielle du Moulin à Saint-Nabord - bâtiment dont la construction se finalise, et où seront regroupées toutes les activités exercées par l'entreprise.

« Les nouveaux locaux d'environ 600 m² permettront de fabriquer et poser la publicité sur les véhicules poids lourds directement dans l'atelier de pose, ce qu'on ne pouvait pas faire avant. Le showroom a également triplé de volume, ce qui est plus agréable pour nos clients et chaque collaborateur aura son propre bureau. »

Un pied de nez prometteur pour vaincre la crise...

ID Projets à Bey-sur-Seille (54)

Une **éclosion** naturelle



L'investissement des fondateurs de ID Projets dans les énergies renouvelables leur permet d'échapper pour l'instant au ralentissement économique.

Ils mènent leur entreprise avec un enthousiasme de galopin, avec l'audace de la jeunesse, mais aussi la certitude d'une expérience bien née. Steve Rzepecki, 33 ans, ancien dessinateur industriel, son épouse Adeline, 31 ans, ex-infirmière, et son frère Alexis, militaire reconverti dans les énergies renouvelables, ont préparé leur projet avec soin. Issu d'une famille d'entrepreneurs, Steve, responsable de bureau d'étude dans une entreprise de mécanique, voulait monter son affaire. Il a commencé par travailler pendant trois ans avec un chauffagiste. Il a l'esprit ouvert et des convictions. Pour lui, le développement durable n'est pas seulement une formule à la mode ou un slogan de campagne électorale. Avec Adeline, ils ont aussi un goût assuré et lancent en 2007 leur petite entreprise à la campagne, à Bey-sur-Seille.

Cultiver la différence

Très vite, ils cultivent leur différence, enchantent la clientèle avec des propositions élégantes, notamment une prometteuse série de salles de bains clés en main, décors compris, avec bien entendu les fameuses douches à l'italienne. Dès le départ, le ton est donné. Un ami italien leur assure le design du logo de leur entreprise. ID Projets. C'est simple, efficace. Le tout sur fond vert comme la nature avec laquelle ils vivent en harmonie. Leur empathie pour de nouveaux modes de consommation plus respectueux va leur permettre de se faire connaître. Ils commencent par s'appliquer à eux-mêmes leurs convic-

tions: dans leur ferme, ils ont installé six panneaux solaires, couplés à une chaudière à granulés bois. C'est chaud, écologique, et très vite le bouche-à-oreille fonctionne. Pour autant, le couple ne ménage pas sa peine pour soigner le développement de leur activité professionnelle. En deux ans, ils sont sur tous les fronts: ils se forment, - Adeline suit par exemple un cycle sur le développement durable à l'École d'architecture de Nancy -, ils communiquent en participant à des expositions ou n'hésitent pas à prendre des stands dans les grandes surfaces pour aller convaincre le grand public... Ils font aussi partie du réseau « Artisans durables » ou du réseau des installateurs européens de solaire qui adhèrent à une charte éthique. Traduction: respecter la philosophie de cette nouvelle énergie avant de vouloir faire de l'argent.



Dans leur ferme, ils ont installé six panneaux solaires, couplés à une chaudière à granulés bois.

Un épanouissement naturel

Surtout, ils ont conscience que la problématique de l'énergie préoccupe leurs concitoyens, alors ils ont imaginé des réponses pragmatiques. « Les gens se posent beaucoup de questions et nous leur expliquons qu'ils peuvent, chacun à leur niveau, poser des actes concrets dans leur vie quotidienne, en exploitant par exemple l'énergie du solaire », témoigne Adeline. Pour autant, le secteur du développement durable est encore en friche et ils se démènent pour convaincre. « J'ai un mémoire à faire sur les relations entre les architectes et les artisans, et de plus en plus, je me rends compte que la question du développement durable modifie les rapports avec les gens qui sont en quête d'écoute et de sens. » D'évidence, ID Projets est vraiment en train d'éclore. Une éclosion, un épanouissement naturel... Pour autant, le trio a bien senti les dangers de la crise actuelle. « Depuis le début, nous anticipons et nous faisons un bilan de gestion mensuel avec un consultant, reprend Adeline. C'est d'ailleurs aussi cela le durable, savoir anticiper et veiller à l'équilibre des choses, y compris des comptes ». Autrement dit, une méthode douce, mais résolue.

ID Projets - 54760 Bey-sur-Seille
Tél. : 03 83 31 15 50
www.idprojets.com

La Boulangerie lorraine à Metz (57)

Des solutions originales pétries à la main

Dix ans d'existence, 18 salariés dont 4 apprentis et des dizaines d'idées savoureuses! Au 14 rue de la Folie, les projets s'égrènent et le couple Villemin n'hésite pas à mettre son grain de sel pour faire de leur « Boulangerie lorraine » l'adresse incontournable du quartier, pour transformer leur affaire familiale en entreprise citoyenne à part entière.

ici, bien loin des affres de la crise, le travail ne manque pas et pour cause: « Tout est fait maison, des croissants aux sandwiches en passant par les pâtisseries! », affirme M^{me} Villemin, enthousiaste. La crise est certes dans les esprits, mais tout est mis en œuvre pour ne pas trop la subir, à croire même qu'elle avait été anticipée! « Nous travaillons avec l'Institut supérieur des métiers de Paris depuis cinq ans déjà. Nous accueillons leurs stagiaires régulièrement. La dernière en date était une étudiante en Master BAAN (Biotechnologie, Agro-ressources, Aliment, Nutrition) avec laquelle nous avons mis au point des paniers-repas d'un genre nouveau! », nous explique M^{me} Villemin.

Des produits défiants toute concurrence

« Nouveau » le qualificatif est faible... « Révolutionnaire » devrions-nous dire! « Les préoccupations liées à la nutrition et à la santé étant dans l'air du temps, nous avons voulu développer des produits dont la qualité était bien supérieure, mais sans pour autant en augmenter le prix. En proposant à nos clients un panier-repas à 4 euros - pour un sandwich, une boisson et un dessert - nous avons vraiment l'impression d'aider tout le monde en cette période un peu difficile! » Si les clients sont ravis de cette initiative peu



« Une entreprise n'a de valeur que par celle des gens qui la composent. », affirme avec conviction Daniel Villemin, ici aux côtés de ses vendeuses.

commune, les producteurs de la région peuvent l'être aussi car l'autre intérêt majeur de cette formule réside dans la composition même du sandwich: que des produits frais en provenance de la région messine! « Je trouve inadmissible de faire venir des fruits et des légumes de Chine alors qu'on a tout sous la main! Nous préférons largement travailler des produits français, issus de la culture raisonnée, c'est-à-dire des produits qui n'ont subi que 5 traitements chimiques au lieu de 30 parfois pour les fruits et légumes importés! Cela nous impose donc de travailler avec des produits de saison, mais ce n'est qu'un petit inconvénient au regard de l'aspect santé qui prime pour nous. » Et pour M^{me} Villemin, le succès de cette initiative repose aussi sur la pédagogie développée: « Nous avons dû former nos vendeuses afin qu'elle puisse vanter les mérites de ce nouveau panier-repas.

Parler nutriment, vitamines, apport calorique n'est pas forcément inné, c'est pourquoi il y a eu ce travail de formation en amont. Vis-à-vis de notre clientèle, nous avons mis en place un système de set de table sur lequel nous avons résumé tout ce qu'il faut savoir en termes de nutrition, tout ce que notre formule peut leur apporter au quotidien. »

Une entreprise citoyenne

À bien des égards, la Boulangerie lorraine se veut donc « entreprise citoyenne ». « Nous essayons au maximum de nous intégrer dans le tissu social. Nous animons des ateliers pour les enfants ou les plus grands, nous faisons visiter notre laboratoire... » Des initiatives qui vont se multiplier dans les semaines à venir puisque la Fête du pain approche et que la boulangerie s'apprête à fêter ses 10 ans en grande pompe... De nouveaux projets devraient également voir le jour très bientôt! Outre une recette de croissant allégé, déjà attendue par les plus gourmands, la famille Villemin s'attelle à un projet de taille: créer un local à Laquenexy qui alliera restauration et salle de sport, proposera des promenades à pied, à cheval ou en vélo et des dégustations de produits du terroir. Un nouveau concept qui devrait contenter l'appétit d'innover et la soif de réussite de ces entrepreneurs passionnés...

DOSSIER SPÉCIAL



La crise à contre-pied : l'auto-diagnostic

Faites le point !

Cet outil d'auto-diagnostic, réalisé par l'Ordre des Experts-Comptables et la Compagnie des Commissaires aux Comptes, repose essentiellement sur les relations que votre entreprise entretient avec son environnement.

En effet, les tiers, banquiers, salariés, clients, fournisseurs, créanciers privilégiés vous envoient régulièrement des signaux sur leur perception de votre entreprise. Or, ces signaux ne sont jamais neutres.

Il faut interpréter ceux-ci comme des clignotants quant à la fragilité de votre entreprise. L'outil proposé vous permet de graduer ces clignotants et de prendre les dispositions qui s'imposent selon votre situation afin d'assurer la pérennité de votre entreprise. Faites le point et entourez uniquement les croix qui correspondent à votre situation avant de vous référer aux résultats page 47.



© GRAHAMKLOTZ - FOTOLIA.COM

COTATION

Préoccupant

Grave

Très grave

1. Relations avec les banquiers : souvent le 1^{er} révélateur

Appels journaliers pour faire le point avant d'accepter de payer les chèques qui se présentent	X		
Refus de payer les échéances (traites)		X	
Refus de payer les chèques		X	
Suppression des concours bancaires Détonateur			X

2. Relations avec les salariés

Règlements salaires en retard...		X	
Si répétitif			X
Démission de salariés « clés » pouvant s'expliquer par une perte de confiance		X	
Fort absentéisme	X		

Préoccupant Grave Très grave

3. Relations avec les clients			
Retard dans les livraisons des clients	X		
Augmentation du délai moyen de règlements des clients ou du nombre de litiges traduisant : soit la mauvaise qualité du travail ou la mauvaise qualité du poste clients	X		
Annulation anormale de commandes	X		
Perte de clients importants		X	

4. Relations avec les fournisseurs			
Allongement des délais de règlement	X		
Suppression des délais de règlement		X	
Refus de livraison			X
Exercice du droit de revendication (clause de réserve de propriété)			X
Injonction de payer...	X		
Si répétitif		X	
Assignations pour créances non contestées		X	

5. Relations avec le Trésor Public et les Organismes Sociaux			
Non-dépôt des déclarations		X	
Inexactitude dans les bases de cotisations sociales et/ou de TVA		X	
Non-règlement des cotisations ou de la TVA...		X	
Si répétitif			X
Non-paiement des précomptes			X
Inscription de privilèges Urssaf/Trésor	X	X	X
Avis à tiers détenteur		X	X
Redressements significatifs suite à contrôles	X	X	
Assignation en redressement judiciaire devant le Tribunal de Commerce			X

6. Procès importants			
Prud'hommes (selon risque de perte)	X	X	
Clients	X	X	
Dénonciation du bail avec offre de renouvellement à des conditions financières impossibles			X

7. Relations avec les Conseils extérieurs et autres			
Experts-comptables, suspension des travaux du fait du non-règlement des honoraires		X	

8. Procédures d'alertes « Existantes »			
Commissaire aux comptes : procédure d'alerte : apprécier le niveau		X	X
Comité d'entreprise : procédure d'alerte : voir les conclusions du rapport		X	X
Tribunal de Commerce : Convocation par le Président du Tribunal de Commerce. Art.611.2 : selon problèmes		X	X

9. Quelques éléments chiffrés			
Analyse de la structure du bilan			
Les dettes à moins d'un an sont supérieures aux stocks et valeurs réalisables et disponibles à moins d'un an (clients principalement)	X		
Augmentation des stocks non justifiée par un développement de l'activité, traduisant l'existence de stocks morts : déstockage à faire si possible ou pertes potentielles	X	X	
Divers			
Baisse significative des marges		X	
Retards significatifs dans la comptabilité		X	
Non-dépôt des comptes annuels au greffe du Tribunal de Commerce	X		

TOTAUX

--	--	--	--



Et si le ralentissement de l'activité pouvait être mis à profit...

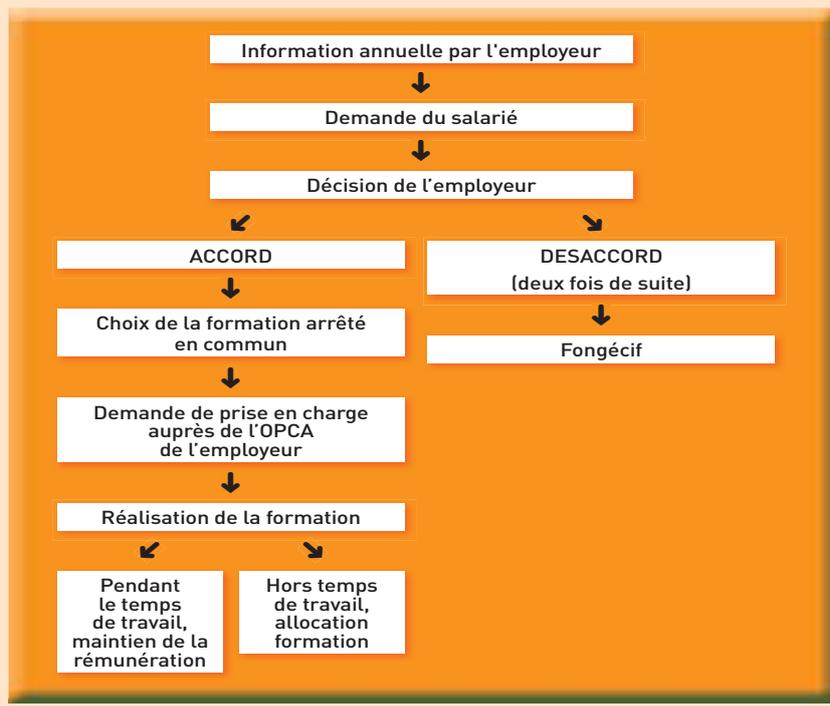
Une baisse d'activité, des clients qui consomment moins ou pas du tout... Pour éviter le piège du « ralenti » qui peut être ressenti puis partagé par toute l'équipe risquant de la démotiver et de contribuer à une morosité ambiante, voici quelques pistes de réflexion...

La gestion du personnel

- Et si le ralentissement de l'activité pouvait être mis à profit P 24
- Limiter les conséquences sociales de la crise au sein de son personnel P 26
- Pour se développer, l'entreprise a besoin de « sang neuf » P 29

Zoom

La formation du personnel



Ce temps retrouvé est l'occasion de « lever le nez du guidon », d'échanger aussi bien en interne qu'à l'extérieur de l'entreprise.

■ **En interne**, avec son conjoint, ses collaborateurs à l'occasion de rencontres qu'il faudra ensuite formaliser en rédigeant un compte rendu, lequel pourra servir de feuille de route en ces temps plus ou moins troublés. C'est certainement **le moment de revoir ses méthodes de travail, son organisation, d'identifier des pistes d'amélioration comme de repérer, puis éliminer des sources de pertes de temps, d'informations utiles...** Faire la chasse au gaspillage aussi bien sur le plan de la production que de la commercialisation et de l'administratif.

C'est aussi disposer (enfin) de temps pour « penser », puis « réaliser » un projet qui vous tient à cœur mais qui dormait, faute de disponibilité des uns et des autres. Après tout, il y a plus à gagner qu'à perdre!

Lors de ces échanges, sans nier les difficultés, veillez à mettre l'accent sur les

bonnes nouvelles, les perspectives... Le baromètre de la motivation et de l'implication de chacun n'en sera que meilleur!

■ **En externe**, c'est encore plus le moment d'**être à l'écoute des clients** et d'anticiper leurs attentes. En effet, la demande des clients va évoluer en raison de nombreux facteurs.

Le « Grenelle de l'Environnement » et les aides fiscales incitent les consommateurs à changer de comportement et à adopter de nouveaux modes de consommation. Conscients de ces évolutions, les fournisseurs développent également de nouveaux produits ou prestations.

Tous ces éléments sont à intégrer lorsque l'on aborde le devenir de l'entreprise.

Pour « prendre ce coup d'avance », disposer des bonnes compétences au bon moment, la formation continue est une réponse efficace et pragmatique, un outil au service de la mise en œuvre de la stratégie de l'entreprise.

Comme toute entreprise ayant des salariés, vous avez l'obligation de cotiser pour leur propre formation.

Pour les entreprises de moins de 10 salariés, cette contribution (0,55 % de la masse salariale) est obligatoirement versée à un Organisme Paritaire Collecteur Agréé par l'État (OPCA). Ces sommes sont ensuite mutualisées à des fins de financement d'actions de formation, bilans de compétences ou VAE.

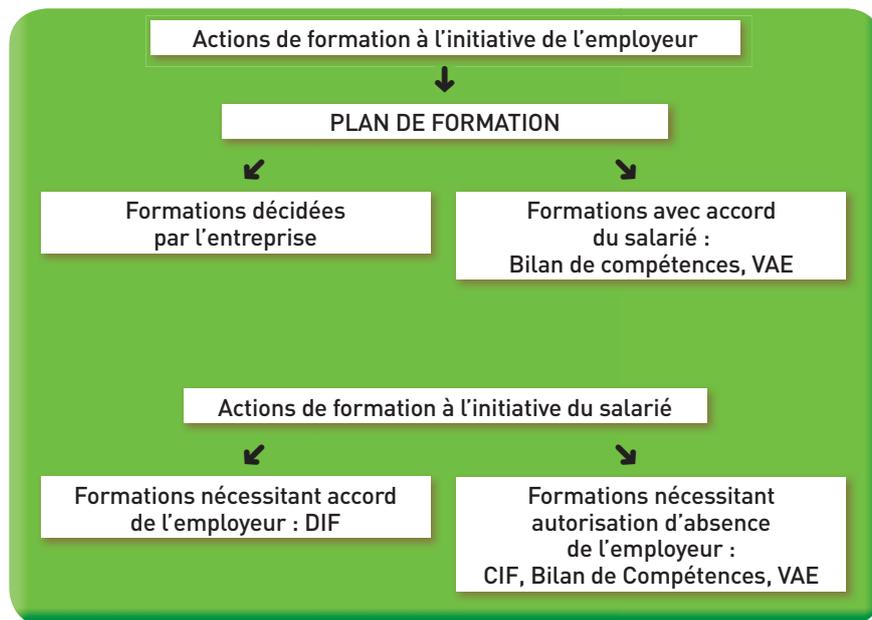
Le plan de formation

Le plan de formation constitue la modalité principale d'accès à la formation des salariés.

Il permet à l'employeur de formaliser ses besoins en nouvelles compétences et d'attester du respect de ses obligations légales:

- adapter le salarié au poste de travail,
- veiller au maintien de sa capacité à occuper un emploi,
- développer ses compétences.

À noter: les prestations de bilans de compétences et de Validation des Acquis de l'Expérience peuvent intégrer ce plan. Le DIF, lui, permet au salarié de bénéficier de formations choisies en accord avec l'employeur qui peut ainsi les prendre à son compte en les rapprochant des besoins et compétences liés à l'évolution de son entreprise.



La mise en œuvre du DIF

Chaque année, le salarié qui a au moins un an d'ancienneté bénéficie d'un crédit de 20 h/formation qui peut être cumulé sur 6 ans maximum, soit 120 heures au total. De nombreux salariés n'ont pas encore utilisé leur crédit: il est temps d'y penser. En effet, les formations éligibles au DIF répondent parfaitement aux objectifs évoqués ci-contre. Elles doivent permettre au salarié d'entretenir ou perfectionner ses connaissances, d'accéder à une promotion ou une qualification professionnelle (cf. encadré ci-dessus).

La formation se déroule en principe hors temps de travail. Le salarié perçoit alors une allocation formation (égale à 50 % de la rémunération nette). L'OPCA peut prendre en charge le montant de l'allocation formation, les frais de formation et les frais annexes.

Pour le dirigeant...

Des dispositions existent également pour le dirigeant, son conjoint collaborateur ou associé, ou un auxiliaire familial*. Selon la nature de la formation choisie, l'interlocuteur sera différent. S'il s'agit d'une formation technique (relevant du champ professionnel) vous devez vous adresser au:

■ **FAFCEA**
45 rue des Petites-Écuries
75010 PARIS
Tél.: 01 40 22 91 74

■ S'il s'agit d'une formation dans le domaine de la gestion, du développement de l'entreprise et du management, vous pouvez contacter:

Le fonds de formation de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat de Lorraine

WTC
2 rue Augustin-Fresnel
57082 METZ CEDEX 3
Tél.: 03 87 20 36 80

* Auxiliaire familial: on le définit comme le conjoint du chef d'entreprise, son ascendant, descendant, collatéral ou allié jusqu'au troisième degré inclus. Toutefois, il doit être inscrit au Répertoire des Métiers ou l'entreprise doit cotiser pour lui au régime prévoyance vieillesse ou maladie des travailleurs non salariés.

Contacts utiles

► OPCA Métiers et Services

[Coiffure, fleuristes, couture, prothésistes dentaires, taxis, machinisme agricole, bijouterie, esthétique, toiletteurs, céramistes, entretien textile, serruriers, ambulanciers, ameublement, cordonniers, fourrure, taille de pierre...]
40 rue Jean-Jaurès - Tour du Levant
93176 Bagnole Cedex - Tél.: 01 49 20 00 00
www.opcams.fr

► OPCA FAFSAB (Bâtiment)

8 rue du Regard - 75006 Paris
Tél.: 01 49 54 77 00

► OPCAD (Métiers de l'Alimentation)

5 rue Rose - 75008 Paris - Tél.: 01 53 42 19 99

Limiter les conséquences sociales de la crise au sein de son personnel

Le contexte économique actuel doit inciter les chefs d'entreprise à utiliser tous les moyens à disposition pour tenter de limiter les conséquences sociales de la crise : prise anticipée des congés payés, liquidation des jours de RTT, passage à temps partiel, modulation du temps de travail, mesures de chômage partiel...

La modulation du temps de travail

La modulation du temps de travail permet d'adapter le rythme de travail des salariés à l'activité de l'entreprise afin d'éviter les heures supplémentaires en période de haute activité ou le chômage partiel en période de basse activité.

Un accord collectif d'entreprise ou d'établissement ou, à défaut, une convention ou un accord de branche peut définir les modalités d'aménagement du temps de travail et organiser la répartition de la durée du travail sur une période supérieure à la semaine ou au plus égale à l'année (loi du 20 août 2008).

Cet accord doit indiquer les données économiques et sociales justifiant le recours à la modulation, un calendrier indicatif de la répartition du travail, le délai de prévenance dû aux salariés en cas de changement d'horaires (7 jours minimum), les limites pour le décompte des heures supplémentaires.

Ainsi, la durée hebdomadaire du travail pourra varier sur tout ou partie de l'année à condition que la durée annuelle de travail ne dépasse pas 1 607 heures.

Les heures effectuées au-delà de la durée maximale hebdomadaire du travail, fixée par l'accord, et les heures effectuées au-delà de 1 607 heures

annuelles seront des heures supplémentaires.

La loi ne prévoit pas de limite plancher de la durée hebdomadaire de travail, en sorte que l'accord de modulation peut définir une période de faible activité avec une durée hebdomadaire de travail de zéro heure.

L'accord de modulation peut prévoir le « lissage » de la rémunération qui sera calculée sur la base de l'horaire hebdomadaire moyen de la modulation, indépendamment du nombre d'heures de travail réellement effectué. Ce dispositif permet d'assurer aux salariés une rémunération fixe et régulière en évitant que la rémunération accuse des variations importantes d'un mois sur l'autre, suivant qu'il s'agit d'une période à forte activité ou au contraire d'un creux d'activité.

En l'absence d'accord, l'employeur peut aménager le temps de travail sous forme de périodes de travail d'une durée maximale de 4 semaines.

Le recours au chômage partiel

L'entreprise peut être contrainte de réduire ou de suspendre temporairement son activité pour des raisons imputables à la conjoncture économique, à des difficultés d'approvisionnement en matières premières ou en énergie, à un

sinistre ou des intempéries de caractère exceptionnel, à la transformation, restructuration ou modernisation de l'entreprise ou toute autre circonstance de caractère exceptionnel.

L'employeur prend alors l'initiative de transmettre une demande d'indemnisation préalable auprès de la Direction Départementale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle (DDTEFP), dans laquelle il indique les motifs justifiant le recours au chômage partiel, la durée prévisible de la sous-activité et le nombre de salariés concernés avec leur durée de travail quotidienne.

À compter de la date de réception de la demande par la DDTEFP, l'acceptation ou le refus est notifié à l'employeur dans

Rappel

Durées maximales de travail

- 10 heures de travail effectif quotidien,
- 48 heures de travail effectif hebdomadaire,
- 44 heures de travail effectif hebdomadaire sur une période de 12 semaines consécutives.

Professionnels, simplifiez la gestion de votre énergie avec nos offres électricité et gaz naturel adaptées à votre activité.

Contactez votre conseiller EDF Pro
au 0 810 333 776* ou edfpro.fr

* Prix appel local, sauf surcoût indiqué par certains opérateurs de téléphonie.



un délai de vingt jours. En cas d'acceptation, une indemnité versée par l'État a pour objet de compenser pour partie toute heure de travail perdue supportée par le salarié.

Cette allocation spécifique de chômage partiel, avancée par l'employeur, est attribuée dans la limite d'un contingent annuel de 800 heures et sur les horaires hebdomadaires égaux ou inférieurs à 35 heures.

Le taux horaire d'allocation pris en charge par l'État est de 3,84 €.

Une autre indemnité, l'allocation conventionnelle complémentaire, imposée par l'accord national interprofessionnel du 21 février 1968, s'applique à la plupart des entreprises.

Le licenciement individuel pour motif économique

Le licenciement économique résulte de motifs non inhérents à la personne du salarié : difficultés économiques, restructuration, mutations technologiques, réorganisation du travail, cessation d'activité...

■ L'entretien préalable

L'employeur doit convoquer le salarié à un entretien préalable, soit par lettre recommandée, soit par remise de la lettre en main propre contre décharge. Dans ce dernier cas, la lettre doit être datée et contresignée par le salarié. Elle doit indiquer l'objet de la convocation, la date, l'heure et le lieu de l'entretien. Elle

doit également mentionner que le salarié peut se faire assister par une personne de son choix appartenant au personnel de l'entreprise.

En l'absence de représentant du personnel dans l'entreprise, le salarié peut se faire assister par un intervenant extérieur (inscrit sur la liste départementale dressée par le préfet et disponible auprès de l'inspection du travail ou de la mairie).

Le délai séparant la convocation de l'entretien préalable est d'au moins cinq jours ouvrables (tous les jours de la semaine sauf le dimanche) après la présentation de la lettre recommandée ou de la remise en main propre.

Lors de l'entretien préalable, si un reclassement interne avec l'accord du salarié n'est pas possible, l'employeur doit lui proposer par écrit une convention de reclassement personnalisée.

Cette convention permet à tout salarié ayant plus de deux ans d'ancienneté dans l'entreprise de bénéficier, après la rupture de son contrat de travail, d'actions d'évaluation des compétences professionnelles, d'orientation, d'accompagnement, de soutien psychologique et de formation afin de faciliter son reclassement. Ces actions peuvent être mises en œuvre et financées dans le cadre du Droit Individuel à la Formation (DIF). Le salarié dispose d'un délai de 14 jours pour accepter ou refuser la convention. Si le salarié l'accepte, le contrat de travail est alors rompu et il

devient stagiaire de la formation professionnelle pendant son exécution (8 mois maximum).

■ Le licenciement

À compter de la date d'entretien, le licenciement est notifié au salarié par lettre recommandée avec avis de réception dans un délai de quinze jours ouvrables pour un salarié cadre et de sept jours ouvrables pour un non-cadre.

L'employeur doit exposer les motifs précis de la rupture du contrat de travail (difficultés économiques, etc.).

La lettre doit mentionner la proposition de convention de reclassement personnalisée, les droits au DIF, la priorité de réembauchage pendant un an à compter de la date de rupture du contrat et le délai de prescription de 12 mois pour toute contestation portant sur la régularité ou la validité du licenciement.

■ Les conséquences

► Information de l'administration

Le directeur départemental du Travail, de l'Emploi et de la Formation professionnelle (DDTEFP) doit être informé du licenciement dans les huit jours à compter de l'envoi de la lettre de licenciement.

► Exécution ou pas du préavis

► Indemnité de licenciement

Tout salarié licencié ayant un an d'ancienneté dans l'entreprise, a droit à une indemnité de licenciement fixée au minimum à un cinquième de mois de salaire par année de présence (majorée au-delà de 10 ans).

► Remise des documents au salarié

Solde de tout compte, certificat de travail, attestation Assedic.

► Annotation sur le registre du personnel dans l'entreprise

Contacts utiles

► DDTEFP

23 bd de l'Europe - Vandœuvre

Tél.: 03 83 50 39 00

www.lorraine.travail.gouv.fr

► Consultez également www.pole-emploi.fr

► Et pour vous aider dans vos démarches : contactez **votre organisation professionnelle et votre expert-comptable**.

Pour se développer, l'entreprise a besoin de « sang neuf »

Le contrat d'apprentissage permet d'accueillir et de former des jeunes intéressés par le métier qui apporteront un nouveau regard, de nouvelles idées...

En embauchant un apprenti, l'artisan investit sur un jeune qui répondra aux besoins de son entreprise. Il participe aussi à la formation de professionnels qui, à leur tour, pourront contribuer au développement du secteur. Ce contrat de travail, de type particulier, bénéficie de certaines aides :

- Exonération de l'ensemble des cotisations sociales (patronales et salariales), à l'exception des cotisations accident du travail et maladie professionnelle.

- Crédit d'impôt pour toute entreprise imposée d'après le bénéfice réel (ou bien exonérée en application de dispositions particulières). Le montant du crédit s'élève dans le cas général à 1 600 € ou 2 200 € pour certains jeunes dits « public prioritaire », inscrits en Mission Locale ou reconnus travailleurs handicapés, ou ayant terminé un parcours d'initiation aux

métiers (PIM). Il est calculé comme suit : 1 600 € (ou 2 200 €) X nombre moyen annuel d'apprentis au 31 décembre de l'année précédente. Ce crédit est plafonné au total des salaires versés aux apprentis plus les charges dont l'employeur n'est pas exonéré (exemple : accident du travail ou maladie professionnelle) auquel on déduit le montant des aides attribuées par le Conseil Régional de Lorraine (cf. www.impots.gouv.fr).

■ Les aides accordées par le Conseil Régional de Lorraine

En Lorraine, les aides se répartissent comme suit :

- ▶ *Aide à l'embauche* : 1 000 € si la durée prévue sur le contrat est d'au moins 13 mois et en l'absence de rupture anticipée au cours des 6 premiers mois.

- ▶ *Soutien à l'effort de formation* : 1 000 € par année de formation à condition que

l'apprenti ait suivi avec assiduité les cours dispensés au CFA.

- ▶ *Formation du Maître d'Apprentissage* : 500 € s'il a participé à la journée d'information organisée par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.

- ▶ *Présentation à l'examen* : 1 000 € si le jeune s'est présenté à la totalité des épreuves (700 € si prorogation).

- ▶ *Mixité des métiers* : 500 € par année de formation si le contrat conclu confère une spécialité où l'un des deux sexes est manifestement sous-représenté (cf. liste sur www.cr-lorraine.fr).

Organisez votre recherche

Pour organiser la recherche de votre futur(e) apprenti(e), voici quelques principes de base qui pourront se révéler efficaces :

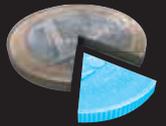
- Identifiez clairement la formation diplômante que vous pourrez proposer. N'hésitez pas pour cela à vous rapprocher du CFA compétent.

- Communiquez le plus largement possible sur votre recherche afin de multiplier les possibilités de contacts.

Contacts utiles

Au-delà du bouche-à-oreille et de l'affichette dans l'entreprise, contactez le **CAD de votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat** qui diffusera alors l'offre sur le site régional dédié à l'apprentissage : www.saril.org désormais connu des jeunes, de leurs familles, mais aussi des structures en charge de l'orientation et de l'insertion des 16/25 ans (missions locales, établissements scolaires...).

Tableau de synthèse des aides régionales	Contrat d'une année de formation	Contrat sur deux ou trois années de formation
Aide à l'embauche	-	1 000 €
Information du Maître d'Apprentissage	-	500 €
Soutien à l'effort de formation	1 000 €	1 000 € par année
Présentation aux épreuves	1 000 € / 700 €	1 000 €
Mixité des métiers	500 €	500 € par année



Profiter de la période pour investir et se démarquer de la concurrence

Stratégie d'innovation, recherche et développement... Autant de termes que le chef d'entreprise désireux d'emprunter la voie de l'innovation doit connaître, pour assurer sa croissance dans un contexte de crise.

La gestion de la clientèle et du marketing

- Profiter de la période pour investir et se démarquer de la concurrence P 30
- Cibler ses atouts et les faire valoir P 31
- Diversifier ses services, ses activités, ses marchés P 32
- Opération séduction P 33
- Cultiver la « positive attitude », garder le sourire pour ne pas « faire fuir » P 32

Innovation

Aucun secteur n'échappe à l'innovation. Elle est la résultante d'une technologie qui intègre les besoins du consommateur. L'innovation est la clé de la réussite de l'entreprise moderne et d'autant plus en cette période sensible pour les sociétés. Quand on parle de l'innovation, de la recherche et développement, de nombreux chefs d'entreprise pensent au coût et s'inquiètent pour leur trésorerie. Dans un contexte de crise, ceux qui pratiquent l'innovation sont pourtant encore plus convaincus de la nécessité de cette démarche. Pour ce faire, les entreprises se tournent vers l'investissement tant en recherche et développement qu'en matériel. L'innovation s'impose plus que jamais aujourd'hui, pour rester compétitif et rebondir face à la crise. Tous les domaines sont concernés, l'innovation n'est pas

une stratégie réservée aux « grosses » structures. L'entreprise artisanale a, dans son domaine d'activité, la possibilité d'apporter une innovation que ce soit technique (produit, concept, matériel...) ou commerciale (support, mode de diffusion, image...). Le savoir-faire de l'artisanat est l'essence même de la créativité, de l'innovation.

Se démarquer

Aujourd'hui, le consommateur est de plus en plus exigeant, il veut de la sécurité, du sain, du « traçable », du « sur-mesure ». Il faut anticiper ses besoins. Le choix d'une stratégie de différenciation passe par une analyse de son marché pour présenter une offre innovante, un produit différenciant. L'innovation est censée répondre à de nouveaux besoins qui parfois sont situés dans des niches. L'avantage du marché de niche dans le contexte actuel

est d'offrir une meilleure visibilité prospective et de valoriser son activité. Sur un tel marché, les intervenants sont moins nombreux et l'offre plus précise. Le chef d'entreprise doit s'attacher à identifier ou faire identifier les éléments qui amèneront l'entreprise à se démarquer de la concurrence par l'innovation et/ou le marché des niches. L'approche consiste à décomposer de la façon la plus fine possible les différents segments et sous-segments d'un marché générique. **Exemple :** Marché générique → la coiffure, Segmentation → masculin-féminin-mixte, Sous-segmentation → classe d'âge. De ce fait, on passe de l'analyse globale (taille, évolution, rentabilité...) du marché à une analyse qui devient beaucoup plus précise et permet d'identifier les caractéristiques de chaque sous-segment, ses perspectives, les intervenants, la concurrence.

« Aujourd'hui, en l'absence de visibilité extérieure, les entreprises doivent, pour certaines, réapprendre à mieux connaître leurs marchés, à mieux se connaître. »

Cibler ses atouts et les faire valoir

Faire connaître le nom de l'entreprise n'est pas une finalité en soi. Il convient surtout de réussir à l'associer à des valeurs fortes, à diffuser une image claire, à exprimer son positionnement spécifique sur son marché concurrentiel et à faire valoir ses atouts dans des champs de compétences spécifiques... Pourtant, peu nombreuses sont les entreprises qui prennent le temps de réfléchir stratégiquement à leurs actions et d'en coordonner une mise en œuvre cohérente pour que chacune serve à renforcer les autres.

Dans l'esprit de beaucoup de chefs d'entreprise, le marketing et la communication sont encore bien souvent considérés comme des activités coûteuses, particulièrement en France, où les budgets qui leur sont dédiés sont largement inférieurs, en moyenne, à ceux des entreprises implantées dans d'autres pays, notamment au Royaume-Uni.

Pourquoi communiquer ?

En temps de crise, la tentation de réduire le budget marketing et communication est encore plus grande. Pourtant, c'est certainement la période où le ratio coût/retour sur investissement est le plus rentable. En effet, les fournisseurs ont tendance à baisser leurs tarifs... et les concurrents à diminuer drastiquement leur budget.

Dans ce contexte, continuer de communiquer est une opportunité d'être visible pendant que d'autres ne le sont pas... et, plus subjectivement pour les cibles de communication, une preuve de bonne santé de l'entreprise fournisseur. Pour le chef d'entreprise, tout l'art va être de rechercher le meilleur équilibre entre budget et efficacité, entre objectifs (commerciaux et stratégiques) et moyens utilisés. Tout en gardant à l'esprit que, si une action marketing ou communication peut rapporter sur le court terme, c'est essentiellement à moyen terme qu'elle prendra tout son sens et contribuera à installer l'entreprise dans l'esprit de ses

publics cibles. S'il est parfois possible de faire un « coup marketing », s'il n'est pas relayé par d'autres actions, les bénéfices en termes d'augmentation des ventes et de notoriété s'essouffent rapidement.

Comment communiquer ?

L'idée - erronée - que le marketing et la communication ne contribuent pas à accélérer le développement des ventes vient souvent de décisions prises ponctuellement sans véritable réflexion sur la stratégie et les objectifs des actions mises en œuvre.

En effet, il n'est pas rare que le créateur d'entreprise, la TPE ou PME succombe, par exemple, aux sirènes d'un tarif défiant toute concurrence pour une insertion publicitaire. Mais la publicité n'est efficace que dans la durée, la répétition et, si possible, sur plusieurs supports différents. Dans un contexte de crise, ou de petit budget, il semble souvent préférable de privilégier la relation client, le marketing direct et la communication orientée vers la vente.

Choisir les bons outils

Ensuite, dans le domaine du marketing et de la communication, il n'y a pas de recette miracle... Tout dépend du marché,

“ Quand on ne sait pas où l'on va, tous les chemins mènent nulle part ”

Henry Kissinger

des cibles, des objectifs... Et bien sûr du budget que l'entreprise compte investir. Toutefois, pour choisir les outils et les actions adaptés, il est nécessaire de se poser ces quelques questions clés :

■ **Qui :** est-ce que cette action va toucher ma cible ?

■ **Où :** est-ce le meilleur moyen, le meilleur canal pour la toucher ?

■ **Quoi :** quel message vais-je faire passer ?

■ **Comment :** cette action va-t-elle me permettre de faire passer mon message ?

■ **Pourquoi :** est-ce que cette action peut m'aider à réaliser mes objectifs à court et moyen terme ? Est-ce qu'elle est cohérente par rapport aux autres actions que je vais mettre en œuvre ?

■ **Combien :** quel est le retour sur investissement que j'attends de cette action ? Comment puis-je le mesurer ?

Si ces questions paraissent être uniquement du « bon sens », dans les faits, on s'aperçoit que bon nombre de sociétés oublient ces fondamentaux quand elles mettent en place leurs actions de marketing et communication... et sont ensuite déçues des résultats obtenus, ce qui renforce l'idée que le marketing et la communication « ne servent pas à grand-chose ».

Diversifier ses services, ses activités, ses marchés

Aujourd'hui, plus que jamais, le consommateur prend pour acquise la valeur « Qualité » censée être inhérente à l'achat qu'il effectue. La qualité du produit ou du service doit demeurer le fondement de toute entreprise. C'est à ce titre que le client décidera de son acte d'achat et qu'il deviendra potentiellement fidèle.

La démarche qualité dans laquelle toute entreprise doit s'engager constitue un levier majeur de la confiance du client. « Trop peu de TPE, contrairement à leurs homologues étrangers, ont conscience des bénéfices à retirer de la normalisation en termes de diffusion de leurs innovations et de présence sur les marchés », souligne le Comité National pour la Qualité et la Performance (CNQP).

Les entreprises artisanales peuvent souscrire à une démarche volontaire de certification. Ainsi, l'artisan ou la TPE, peut répondre à des appels d'offres, valoriser son image de marque, son produit.

C'est un atout commercial supplémentaire. En effet, la certification permet d'augmenter les performances de l'entreprise vis-à-vis des clients, des fournisseurs ou encore des partenaires.

Surfer la vague du développement durable, sur celle des produits Bio, sont des pistes de la diversité.

Il est souhaitable de diversifier ses services, ses activités, d'utiliser des moyens de communication de plus en plus prisés, tels qu'Internet ou encore la téléphonie mobile (SMS).

Même lorsqu'il pique du nez, le marché ne cesse d'évoluer. De nouvelles tendances se dessinent, des opportunités apparaissent, des réussites émergent.



91%

des Français se concentrent sur les achats essentiels correspondant à un besoin précis.

En somme, ne restez pas sur vos acquis, transformez la conjoncture en levier de réussite, profitez de la crise pour la remise en question de la stratégie commerciale de votre entreprise.

Les situations de crises font office de révélateur. Dans l'adversité apparaissent ceux qui, dépassés par les événements, ne sont pas taillés pour le rôle.

D'autres, au contraire, font preuve de courage, de sang-froid, d'idées.

Ils y gagnent le respect, la considération, mais aussi une expérience qui leur permettra, une fois les turbulences traversées, de donner un nouvel élan à leur entreprise.

“ On se souvient de la qualité bien plus longtemps que du prix ”

Gucci, couturier

Pour en savoir plus : www.apcm.fr,
www.afnor.fr (rubrique artisans et TPE)



LA MUTUELLE SANTÉ QUI COMPTE !

... et sur laquelle
je peux
compter !



Mutuelle soumise au livre d'adresses de la mutualité - N° 000 000 000 000

JE VOIS
L'AVENIR
EN ROSE !



“ Quand on a le nez dans le guidon comme moi, on a le temps de rien et c'est bien d'avoir une mutuelle santé qui s'occupe de tout. Quand je me suis mis à mon compte, je suis allé voir Smutie-Smaciv. On a tout de suite accroché. On a fait le point sur mes besoins. Niveau santé et prévoyance, ils m'ont proposé des solutions adaptées à ma situation. C'est comme l'épargne. J'économise à mon rythme et le taux est garanti ! J'ai même souscrit un contrat Mut'Obsèques, au cas où... Avec Smutie-Smaciv, je dors sur mes deux oreilles ! ”

billinter.fr • 6588 • 04/08

SANTÉ - PRÉVOYANCE - ÉPARGNE - RETRAITE

8 AGENCES EN LORRAINE AU SERVICE DES SALARIÉS,
DES COMMERÇANTS, DES ARTISANS, DES ENTREPRISES
ET DES GROUPES

Bar-le-Duc 03 29 45 59 59	Épinal 03 29 69 66 00	Laxou 03 83 95 60 58	Longwy 03 82 23 07 00
Metz 03 87 15 79 79	Nancy 03 83 90 60 60	Remiremont 03 29 26 11 75	Saint-Dié 03 29 55 53 83

smutiesmaciv.fr

smut*i*e
smaciv

MUTUELLE D'AVENIR

Opération séduction

Fidéliser ses clients est une priorité commerciale pour l'entreprise : l'investissement commercial nécessaire pour conserver un client est 10 fois inférieur à celui nécessaire pour en gagner un nouveau... En outre, le client satisfait est souvent prescripteur auprès de ses pairs, surtout dans l'univers des prestations de services.

Dans un monde économique où les relations entre acteurs sont multiples et complexes, une insatisfaction notoire représente un risque d'image dégradée qui rendra l'acte commercial plus difficile, long et coûteux, et engendrera un effort complémentaire sur les prix de vente.

L'étude et la mesure concrète de la satisfaction des clients s'avèrent donc de plus en plus nécessaires pour une entreprise soucieuse de ne pas s'épuiser commercialement, à plus forte raison en période de crise économique.

Au-delà de la qualité des prestations accomplies, une étude proactive auprès des interlocuteurs majeurs (clients, mais aussi prescripteurs, presse, institutionnels...) peut permettre de déceler des attentes complémentaires non encore satisfaites sur le marché, de positionner l'entreprise sur des niches vierges et de l'installer comme un acteur pertinent et incontournable.

La fidélisation doit avoir pour but de motiver ses clients à faire appel à votre entreprise via une communication personnalisée et régulière... Il faut donc programmer des communications régulières, ciblées et efficaces envers ses clients, ce qui vous permettra d'exploiter votre base clients.

Prospecter de nouveaux clients.

Les clients sont plus informés, plus exigeants, moins fidèles. La prospec-



“ Les vents ne sauraient être favorables à celui qui ne sait où il va ”

Sénèque, philosophe latin

tion devient une fonction à part entière dans l'entreprise.

Tout en exploitant son fichier clients existant, en proposant de nouveaux produits, l'entreprise doit recenser des clients potentiels (informations internes,

annuaires, Salons, fichiers, Internet...). Bien évidemment cela ne se fait pas au hasard, une gestion rigoureuse est nécessaire au regard du fichier clients, du fichier prospects, définir une politique commerciale précise avec des objectifs opérationnels concrets également.

outils

- **Mailing, tract:** concevoir un contenu attractif, couleurs, images ou photos...
- **Téléphone:** construire un argumentaire et obtenir un rendez-vous.
- **Prospection active:** visite organisée chez les prospects
- **Prospection passive:** visite du client en magasin, local de vente ou bureau, créer un fichier pour chaque client reçu afin de le relancer le moment voulu.
- **Le suivi client:** par la relance et par la vérification des résultats, c'est un élément déterminant du succès de la prospection, donc de l'investissement réalisé, de la pérennité de l'entreprise.

Prospecter comment ?

Tout d'abord, il faut préciser qu'il n'y a pas de recette miracle pour prospecter. La prospection, c'est une histoire de bon sens, il faut se poser les bonnes questions (et écouter son client!), préparer son rendez-vous/son appel (argumentaire, identification des besoins du client...).

Tout cela repose sur une bonne technique de vente (réponse aux objections, relance, questions ouvertes, enchaîner les « oui » dans son questionnement...), et ce n'est qu'ensuite qu'intervient le « talent de vendeur », ce petit plus qui caractérise les bons commerciaux.

Cultiver la « positive attitude », garder le sourire pour ne pas « faire fuir »

Ai-je une attitude positive ?

Voilà la bonne question à se poser. La qualité de la préparation matérielle dicte la préparation psychologique. Il faut avoir une image positive de son interlocuteur. Réussir dans la vente, ce n'est pas seulement aimer ce que l'on fait, c'est aussi, et surtout, aimer son client.

Suis-je prêt à sourire ?

Bien évidemment oui, ce n'est pas parce que la crise est là qu'il faut faire la « tête des mauvais jours ».

Le sourire est primordial dans la vente. Cela a toujours été vrai partout, à toutes les époques et en toutes circonstances.

Le sourire est un signe de décontraction physique et c'est la raison pour laquelle il est très difficile de sourire lorsque l'on fait un effort musculaire.

Vis-à-vis de l'acheteur, le sourire signifie donc que l'on est détendu et comme le sourire est contagieux, il détend à son tour le client. Le sourire est également une marque de sympathie, il veut dire en somme « je suis heureux de vous voir », « j'ai du plaisir à vous rendre service ». Le sourire est un signal de bien-être, voire de sérénité, en même temps qu'un signal de bienvenue.

Il montre au client que nous le considérons comme un ami, la sympathie engendrant la sympathie, le client à son tour nous trouvera sympathique et à travers nous, ce sont nos produits et notre société qu'il trouvera sympathique.

Seulement de quel sourire s'agit-il ? Est-ce le sourire forcé, crispé, mécanique, auquel on a réservé la triste appellation de sourire « commercial » ?

Certainement pas, celui-là tient plus de la grimace que du sourire et le client ne s'y trompe généralement pas.

Non, le vrai sourire est naturel, spontané, sincère, il émane de l'ensemble de la personnalité. C'est un raisonnement du cœur et de l'esprit. Quel en est le secret ? L'équilibre, la détente, la joie intérieure.

Dans la vente le sourire est une force :

- lorsque l'on accueille le client,
- pour créer dès le départ un climat favorable en présentant ses arguments,
- pour qu'il soit dans un état réceptif,
- pour le rassurer, le mettre en confiance et l'amener à prendre sa décision.

C'est également notre sourire qui augmente notre force de persuasion. Enfin en prenant congés de lui et surtout s'il n'a pas acheté, si l'on reste détendu et souriant, le client, consciemment ou non, éprouvera un certain regret de n'avoir pas acheté à quelqu'un d'aussi sympathique et il est possible que, la prochaine fois, il nous réserve son achat.

“ L'homme qui ne sait pas sourire ne devrait pas tenir boutique ”

Proverbe chinois



P O R T R A I T

Gérard Dreneri, Bar-le-Duc

Ma petite entreprise n'attend pas la crise

C'est avec plusieurs casquettes que Gérard Dreneri nous accueille dans sa concession Toyota de Bar-le-Duc. Garagiste, Concessionnaire et Président de l'Union Professionnelle Artisanale de la Meuse... Ils ont chacun un avis sur cette période tumultueuse que nos entreprises traversent.



Un contexte moral

« Pour l'instant, même si on note un léger fléchissement dans l'activité, le constat est loin d'être alarmant. » Gérard Dreneri évoque, à ce sujet, les multiples occasions quotidiennes qu'il a d'entendre parler de la crise. « Il serait difficile de ne pas se croire en crise alors qu'on nous le rabâche quotidiennement! Les ventes automobiles n'ont pas chuté en nombre brut. Par contre, les clients orientent leur choix sur des véhicules plus petits, moins consommateurs d'énergie. La prime à la casse semble jouer son effet ce qui entraîne, de facto, un grossissement des stocks pour les plus grosses cylindrées. »

Concernant l'activité de réparation et de maintenance automobile, tout porte à croire que l'attitude des consommateurs, si elle a évolué dans certains aspects, ne marque aucun recul quant au travail qu'elle génère. Les clients ont même tendance à poursuivre l'entretien de leur voiture plutôt que d'en acheter une neuve.

Après la crise...

On le sait, le secteur automobile souffre au niveau national et la Meuse ne déroge pas à la règle. La vraie question à se poser consiste à savoir quelle est la part du struc-

turel ou du conjoncturel dans cette crise. Quoi qu'il en soit, Gérard Dreneri, son épouse et ses deux fils ont décidé de ne pas céder à la panique et d'anticiper dès aujourd'hui ce que sera l'après crise. Pour l'entreprise familiale, un projet de construction sur un autre département constitue le meilleur moyen d'être prêt et de rebondir.

Les banques : une vigilance accrue

À ce propos, Gérard Dreneri évoque l'attitude des banques qui portent une attention plus importante aux dossiers qui leur sont présentés. « Il est clair qu'elles développent un a priori sur les métiers qui subissent la crise. Mais, lorsque le projet est bon et supporté par une entreprise aux reins solides, cela passe! »

Une vision élargie

Prenant cette fois-ci sa casquette de Président de l'UPA départementale, Gérard Dreneri se situe dans une vision plus générale de l'Artisanat meusien.

« Le bâtiment est certainement le secteur le plus touché surtout dans le gros œuvre avec la baisse des permis de construire et du neuf. Pour autant, dans une vision à moyen terme, l'éco-construction peut servir

de bouée de sauvetage. Chez les coiffeurs, par exemple, on note un espacement des déplacements au salon et un panier moyen à la baisse. Les clients font attention à ce qu'ils dépensent.

Pour le reste des artisans, les chiffres restent stables. »

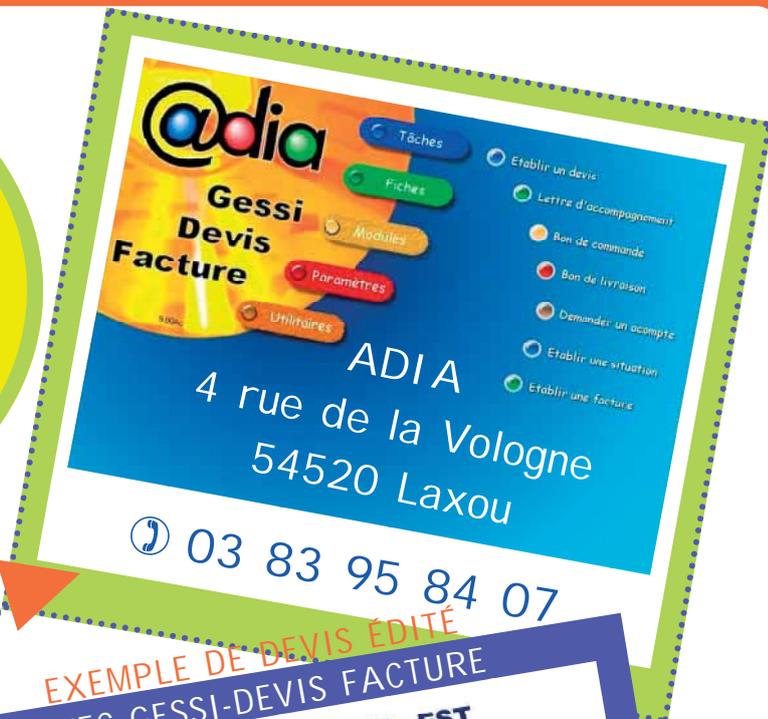
Et d'ajouter : « Il faut noter que l'Artisanat dans ses multiples facettes est surtout composé de petites entreprises qui se restructurent rapidement. Les artisans ont déjà prouvé par le passé leur capacité à anticiper.

Bien sûr, les entreprises déjà "en difficulté", sans trésorerie, ont et auront du mal à passer le cap. »

Une gestion au quotidien

Faire face à la crise, pour Gérard Dreneri c'est d'abord conserver un œil attentif à ses comptes. « Pour se maintenir, le chef d'entreprise doit développer des outils simples de gestion au quotidien. Un suivi très régulier de ses résultats lui permettra de mieux percevoir son marché et d'envisager alors les décisions à prendre. Ce qui est important c'est de savoir que l'on peut s'appuyer sur différents réseaux de partenaires pour être accompagné lorsque cela est nécessaire. »

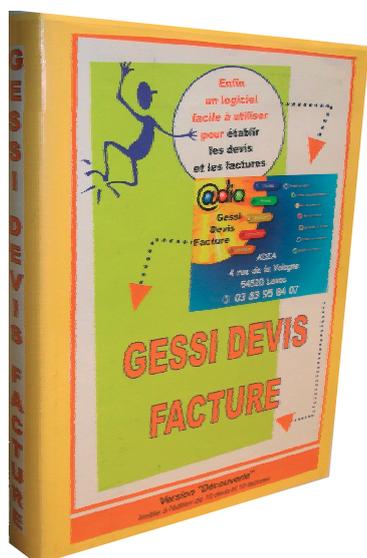
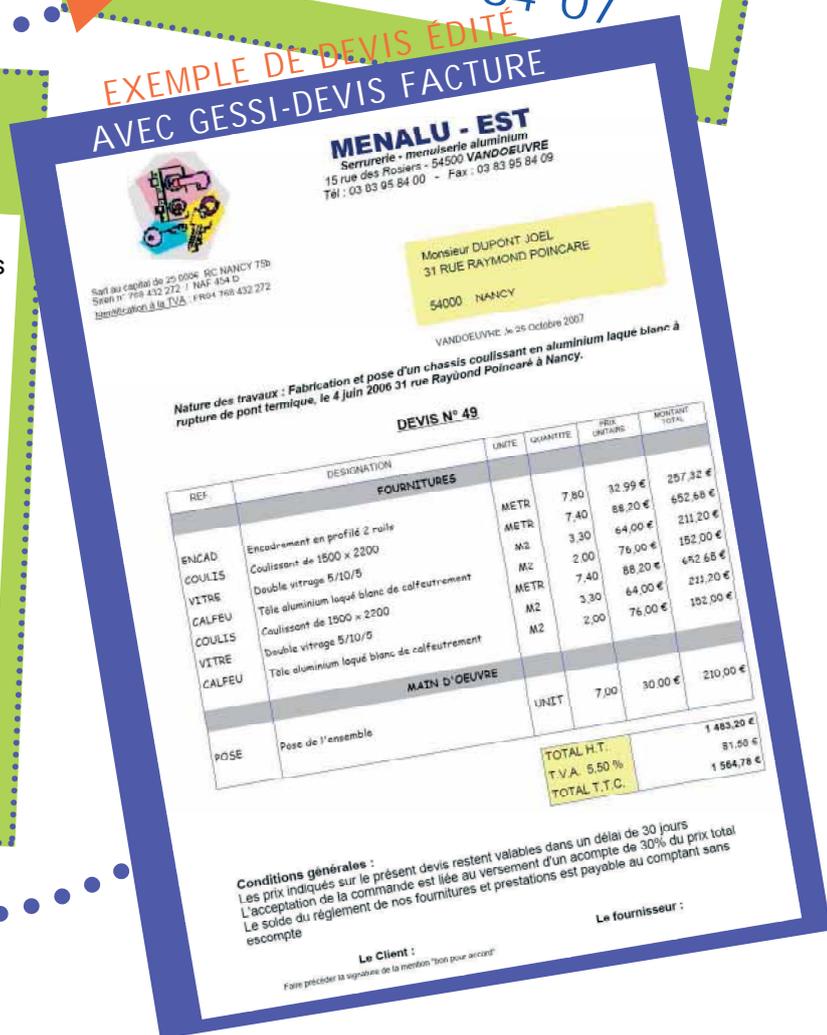
Enfin
un logiciel
facile à utiliser
pour établir
les devis
et les factures



03 83 95 84 07

Ses atouts parmi d'autres :

- Transfert automatique des devis en factures
- Édition automatique de l'attestation 5.50 %
- Déduction directe des situations de chantier
- Edition du constat de réception de chantier
- Courriers liés aux devis et aux factures
- Personnalisation de la fiche client
- Suivi des dûs clients, relances
- Analyse de l'évolution du chiffre d'affaires...



Téléchargez gratuitement
la version découverte* sur Internet
www.adia.asso.fr

* limitée à l'édition de 10 devis et 10 factures



Gestion globale

Ne laissez rien au hasard !

S'il est un point sur lequel il convient de mettre un coup de projecteur dans cette période de crise, c'est bien la nécessité pour votre entreprise artisanale d'analyser sa gestion globale. Si la problématique semble simple - « récupérer l'argent qui est dehors » -, la combinaison des contraintes rend les choses plus complexes. À la maîtrise des échéances sociales et fiscales s'ajoutent, entre autres, la planification des paiements fournisseurs, la confiance à instaurer avec son banquier, les prévisions d'activité de l'entreprise et la disponibilité de fonds propres suffisants.

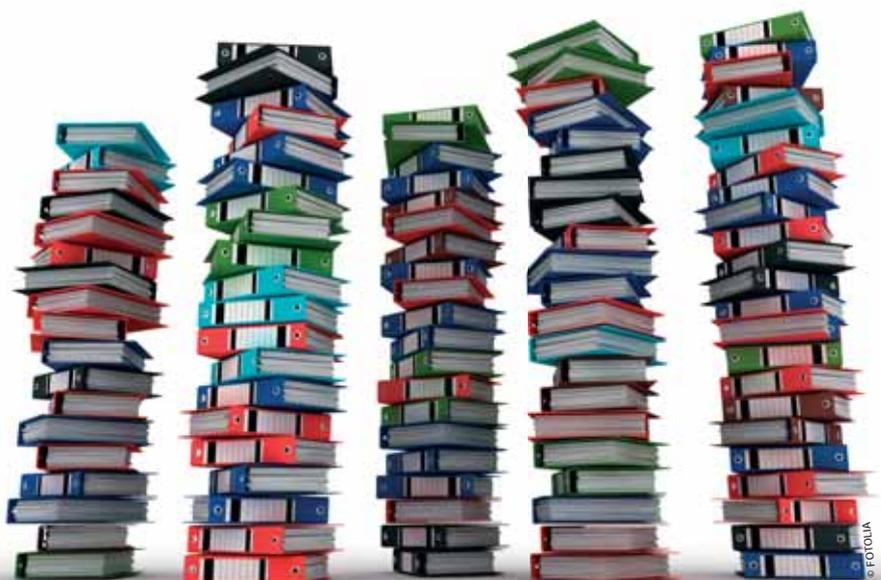
Optimiser la gestion de l'entreprise

- Ne laissez rien au hasard ! P 38
- Gérer les flux « entrants », 4 points essentiels à maîtriser P 39
- Gérer les flux « sortants », 4 règles incontournables P 40
- Le tableau de bord : Un moyen efficace pour piloter votre entreprise P 41
- Pierre Lebourgeois, directeur de l'Association de Gestion et de Comptabilité Gestelia Vosges : 10 bons points pour améliorer sa trésorerie P 42

Gérer, c'est être en permanence en prise directe avec les flux financiers réels et prévisionnels, entrants comme sortants, pour pouvoir effectuer rapidement les ajustements nécessaires.

Gérer, c'est avant tout anticiper. Maîtriser au quotidien la trésorerie (entrées-sorties), surveiller la rentabilité (marge dégagée), suivre l'activité commerciale (devis-ventes). Autant d'éléments essentiels à une bonne gestion de l'entreprise et par là même à sa pérennisation.

Cette **discipline du « bien acheter », « bien vendre », « bien mobiliser »** permet de se prémunir contre les impayés et pallier ainsi les problèmes de trésorerie.



4

Gérer les flux « entrants » points essentiels à maîtriser

Diversification de sa clientèle

Elle est aujourd'hui essentielle à la continuité économique des entreprises, mais pas à n'importe quel prix (il convient de s'informer de la solvabilité de ses clients et d'adapter une politique de délais de paiement en conséquence). On constate en effet que

la crise économique a « un effet domino » notamment dans le secteur des TPE ayant un seul ou un client principal, lui-même en difficulté car sous-traitant d'une Grande Entreprise qui a restreint ou tout simplement cessé ses commandes.



Politique de qualité

Elle met en avant l'écoute de son client et permet d'anticiper ses besoins tout en s'interrogeant sur l'évolution et les tendances du marché. C'est à cette condition que l'entreprise fera évoluer son offre et progresser ses ventes.



Politique d'achat

Elle met en exergue la qualité des fournisseurs (solidité financière entre autres) et la fiabilité de leurs produits ou services. À cette sélection s'ajoute le fait de tenir compte des délais de règlement négociés avec le fournisseur permettant d'optimiser la date d'achat et les volumes par rapport au prix. Il ne faut pas improviser le choix de ses fournisseurs mais au contraire chercher à les diversifier.

Politique de vente

Reposant sur des prix produits ou services conformes (garder une marge), des délais supplémentaires au moyen de l'affacturage ou l'assurance-crédit, des garanties, elle diminue la période d'exposition au risque de non-paiement.

Zoom

Quelques règles d'or

- Diversifier sa clientèle : attention au client unique.
- Faire attention au « client qu'on connaît ».
- Négocier un paiement comptant avec un client fragile.
- Vérifier la solvabilité d'un futur client avant d'accepter une commande.
- Le « bon délai » est avant tout celui qui est respecté.
- Le « bon prix » doit être déterminé en fonction des coûts et des marges, mais aussi en tenant compte des modalités de règlement (délai, mode de paiement...).

4 Gérer les flux « sortants » règles incontournables

Une **livraison du bien ou du service conforme à la commande** qui a été passée. Par ailleurs, la livraison doit être accompagnée des justificatifs adaptés à la clientèle (bon de livraison pour un bien, bon à payer ou attestation de réception de services). L'accusé de réception de votre prestation (bien ou service) représente pour vous une garantie et constitue un élément de preuve qui favorisera le paiement de votre facture en cas de litige.



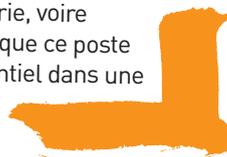
Une **facturation et des devis conformes** qui doivent comporter non seulement les mentions obligatoires (numéro de facture, date, nom, raison sociale, adresse des deux parties, Siret du vendeur...) mais également les éléments inhérents à la vente (dénomination précise du client et des prestations, prix unitaire HT, taux et montant de TVA) et enfin les conditions générales de vente... et celles-ci dès le devis. Enfin et surtout, le vendeur doit indiquer les délais et les modalités de règlement: date, mode de règlement, taux d'escompte etc. Bien facturer, c'est aussi bien comptabiliser ses factures (chaque facture doit être établie en deux exemplaires et porter un numéro pour les identifier).



Une **vision précise du « poste client »**: à tout moment, le chef d'entreprise doit disposer d'une vision précise de la situation de ses créances client. Un tableau de bord adapté permet ce suivi essentiel dans l'encaissement des factures, les relances clients en cas de retard de règlement, le recouvrement amiable, voire contentieux en cas d'impayés.



Disposant de ces informations, le chef d'entreprise est à même de contrôler sa situation de trésorerie, voire de l'anticiper, sachant que ce poste « trésorerie » est essentiel dans une gestion optimisée de l'entreprise.



Concomitamment à ce poste client, le chef d'entreprise doit intégrer les délais moyens de paiement (45 jours depuis la loi LME) dans le calcul de son Besoin en Fonds de Roulement. Il peut recourir, le cas échéant à des **solutions dites de « mobilisation » de son poste client** telles que l'escompte, la cession de créance professionnelle ou Dailly ou encore l'affacturage afin de disposer immédiatement de trésorerie. L'objectif prioritaire est de budgéter sa trésorerie durablement.



Le tableau de bord

Piloter votre entreprise

Suivre sa trésorerie, faire rentrer l'argent, gérer ses stocks, effectuer les relances commerciales, maîtriser ses marges... Autant d'actions indispensables pour gérer votre entreprise.

Cependant, encore trop d'entreprises se concentrent sur le chiffre d'affaires en oubliant l'essentiel : la gestion. Ainsi, la très grande majorité des dirigeants ne disposent pas **d'outil de pilotage** de leur affaire et se risquent à « naviguer à vue ». Pourtant, mettre en place un outil de suivi ne nécessite pas de construire une usine à gaz, ni de réaliser de coûteux achats de logiciels. **Mettre en œuvre des tableaux de**

bords simples à compléter et à interpréter est une des solutions. Ils doivent comprendre au minimum le chiffre d'affaires, la marge, la trésorerie et les charges, les encaissements. Cela permet par exemple de rapprocher la marge et les charges fixes pour vérifier la rentabilité de l'exploitation. Le tableau de bord doit aussi vous permettre de **répondre à trois questions essentielles pour votre trésorerie** :

- Que dois-je payer?

→ **Que dois-je encaisser?**

→ **Combien ai-je de disponibilités à la banque?**

Tirer parti de la situation actuelle pour réfléchir sur sa « façon de gérer » et pour mettre en œuvre des outils simples pour piloter votre activité, c'est certes un moyen de réduire ses risques d'impayés et de pallier ses problèmes de trésorerie... Mais c'est aussi un **travail qui sera profitable pour l'avenir de votre entreprise!**

Trois questions à...



Francis Gross, Directeur du marché des Professionnels à la BPLC et Directeur de la Socama Lorraine et Champagne

« Nous avons un rôle d'analyse et d'accompagnement »

Quels conseils donnez-vous au quotidien à vos clients artisans ?

Compte tenu du contexte de crise, il est primordial pour un artisan de détecter le plus en amont possible d'éventuelles difficultés, comme ne pas honorer ses échéances de prêts et/ou fournisseurs, de TVA ou d'URSSAF. Le premier conseil à apporter aux artisans est de trouver l'origine des problèmes qui peuvent être multiples : gestion des achats et des stocks, établissement de leurs devis, encaissement, masse salariale, défaillance des clients de ses propres clients, etc. L'artisan ne doit pas rester seul et doit se rapprocher de sa Chambre de Métiers et de l'Artisanat, de son banquier, de son expert-comptable, etc. pour évoquer sa situation. En tant que banquier,

nous avons un rôle d'analyse et d'accompagnement pour mettre en place des solutions. Un artisan sur deux trouve la solution à ses difficultés grâce à cette synergie bicéphale.

Quelles peuvent-elles être ?

La plus classique, dans la gestion de trésorerie, c'est le découvert. Il existe aussi la mobilisation des factures du client : l'artisan apporte les factures que ses clients n'ont pas encore réglées et la banque procède à une avance de la somme à hauteur de 90 %. L'affacturage fonctionne sur le même principe mais il est géré par Banque Populaire Factorem. Dans le cadre du plan de relance de l'économie mené par l'État, Oséo, en partenariat avec la BPLC, participe au renforcement de la trésorerie des entreprises, avec deux possibilités : transformer un découvert en crédit à moyen terme et garantir les crédits court terme confirmés.

Qu'en est-il de la gestion hors contexte de crise ?

La partie financement de l'investissement est importante. Avec les Sociétés de Caution Mutuelle Artisanales (Socama) créées il y a 41 ans par la BPL et les CMA, l'objectif est de se substituer à l'artisan en termes de caution pour garantir, dans certaines limites, ses investissements. Les prêts dans le cadre des Socama permettent de bénéficier de garanties des fonds européens d'investissement : par exemple, dans le cadre d'un investissement d'équipement limité à 30 000 €, aucune caution n'est demandée à l'artisan. Et puis le maître mot aujourd'hui, c'est préparer la transmission d'entreprise. Cela fait partie des trois étapes importantes, avec la création et le développement. Les artisans doivent se préparer à une éventuelle transmission / reprise au moins 3 à 5 ans à l'avance, en se rapprochant conjointement des Chambres consulaires et de la Banque Populaire Lorraine Champagne.

Pierre Lebourgeois,
directeur de l'Association de Gestion
et de Comptabilité Gestelia Vosges

10 bons points pour améliorer sa trésorerie

Pour éviter des difficultés de trésorerie, il existe des remèdes qui sont parfois plus simples qu'on croit : Pierre Lebourgeois, Directeur de Gestelia, pointe les bons réflexes à prendre pour éviter d'être dans le rouge



« En gagnant un petit peu sur tous ces points, vous assainirez la situation »

1

Règle N° 1

La facture succède à un devis en bonne et due forme, qui stipule bien les conditions de paiement. C'est dès le devis que commence la relation contractuelle. Travailler sans un devis signé donne droit à toutes les revendications possibles pour le client. Même rigueur pour les avenants pour des travaux supplémentaires.

2

Règle N° 2

L'entreprise peut demander des acomptes, quelle que soit sa relation avec le client. Demander un acompte permet aussi de vérifier que le client a bien les moyens de payer. S'il n'accepte pas, on peut en effet s'interroger sur sa capacité à régler ensuite la facture...

3

Règle N° 3

Facturer rapidement.

Eh oui, en remettant à plus tard : **1)** on allonge le délai du paiement, **2)** on prend le risque que le client devienne insolvable. En ce moment, les situations évoluent si vite...

4

Règle N° 4

Mettre en place une procédure systématique de relance. Commencer par un coup de téléphone (cela permet de faire le point et de déceler un éventuel frein : une petite insatisfaction suite à la prestation par exemple, qui sert de prétexte. On aura alors soin d'y remédier et il n'y aura plus d'excuse pour ne pas payer...). Suite à cet appel, passer aux trois relances écrites : amiable, musclée, début de procédure judiciaire (certains clients ne paient qu'à cette étape !). Trop souvent, on bat le rappel seulement quand les problèmes de trésorerie sont là.

5

Règle N° 5

Pratiquer les prix justes. Cela demande de connaître la marge que génère chaque activité. De savoir ce que la prestation va déjà coûter à l'entreprise. Privilégiez les activités qui rapportent, plutôt que celles qui dégagent du chiffre d'affaires sans marge...

6

Règle N° 6

L'échéancier de trésorerie est l'outil qui permet d'anticiper l'ensemble des entrées et sorties. Il doit être bien complet, personnalisé selon les particularités de l'entreprise. Un outil informatique adapté, de type tableur, peut permettre de traiter ces données sans que cela devienne l'usine à gaz.

7

Règle N° 7

Remettre en cause les relations fournisseurs et prestataires de service. Demander des devis, comparer (délais, prix, qualité...) Même auprès de vos plus fidèles serveurs : faites-leur savoir que vous avez d'autres propositions intéressantes...

8

Règle N° 8

Prioriser vos paiements. Payer d'abord ceux qui vous appliqueront des pénalités ou des intérêts en cas de dépassement de la date. N'hésitez pas à négocier des reports si vous en avez besoin, cela vaut mieux que de laisser filer la date... Utilisez les outils dématérialisés pour régler : les encaissements se font parfois plus tard que les modes de règlement traditionnels.

9

Règle N° 9

Tout cela nécessite de **suivre soi-même un minimum sa comptabilité** : plus vous déléguez à l'extérieur de l'entreprise, plus vous aurez du mal à voir sur quels éléments agir rapidement.

10

Règle N° 10

Ne cherchez pas à faire un « gros coup » sur l'un de ces points : jouez sur l'ensemble. C'est en gagnant un petit peu sur tous ces points que vous assainirez la situation : c'est une politique à long terme.





Crise économique Tenter de repartir du bon pied...



La crise est bel et bien là. Il ne faut pas se voiler la face : à l'heure où nous mettons sous presse, la crise économique existe et impacte déjà les entreprises dans leur fonctionnement voire leur pérennité.

Résultante bien réelle de décisions pourtant prises dans l'économie virtuelle, cette crise frappe tous les agents économiques. Entreprises, salariés, intérimaires... tous nous sommes touchés par ses conséquences...

À quand la fin ?

Tout a été dit sur la durée de la crise. Pour certains experts, la reprise est déjà amorcée. Pour d'autres, nous n'en sommes qu'au début et ceux-ci nous promettent des jours plus sombres. D'autres encore prédisent la fin de la crise pour le début 2010, certains avancent milieu 2010 voire fin 2010. Enfin, à écouter quelques spécialistes, on en arriverait à croire qu'ils sont en capacité de nous donner un jour voire une heure précise.

En clair, personne n'est en mesure d'affirmer quoi que ce soit. La seule certitude, c'est que tout à une fin et que la reprise finira bien par pointer le bout de son nez!

Ne restez pas seul face aux difficultés

Dans ce contexte particulièrement délicat, vous êtes ou serez amené à faire face à des difficultés.

Problèmes de trésorerie, allongement des délais de paiements clients, recrudescence des risques d'impayés, relations difficiles avec votre banque, baisse d'activité... dans tous les cas, vous ne devez pas rester seul.

Votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat met à votre disposition des conseillers d'entreprises pour vous aider à analyser votre situation, vous faire des préconisations et vous épauler dans vos démarches auprès de vos différents partenaires.

N'hésitez pas à faire appel à eux!

Préparer la reprise

Au travers de ce numéro spécial de votre magazine « Hommes et Métiers » nous avons voulu proposer un ensemble de pistes et de suggestions propres à atténuer les effets de la morosité économique ambiante voire à contrer cette morosité.

Les témoignages de chefs d'entreprises que vous avez pu lire dans ce numéro le prouvent : la réactivité est un atout

essentiel pour adapter la gestion de son entreprise à un contexte de crise notamment en matière de personnel, de fournisseurs et de clientèle.

La créativité est également un facteur d'adaptation à la crise puisqu'il permet de trouver des solutions originales, notamment en orientant l'activité de son entreprise sur des « niches » ou des marchés permettant de se démarquer de la concurrence.

Enfin une flexibilité propre à la taille de l'entreprise artisanale est également un gage supplémentaire de pouvoir anticiper et innover sur un marché économique en crise.

Réactivité, créativité, flexibilité mais aussi un accompagnement utile à la mise en œuvre des actions nécessaires à l'entreprise pour qu'elle s'adapte à son nouvel environnement.

C'est là que vos conseillers des Chambres de Métiers et de l'Artisanat sont en capacité de faciliter, par leur connaissance du terrain et des partenaires experts, la construction des outils qui vous permettront de prendre la crise « à contre-pied » et de mieux préparer la reprise!

Aux côtés de l'État et de la Région, les CMA mobilisées face à la crise

Pour favoriser l'accès au financement bancaire des entreprises touchées par les conséquences financières de la crise, l'État a mis en place dans chaque département un Comité constitué autour du Préfet, de la Banque de France et de la Trésorerie Générale. Les CMA participent à ce Comité qui se réunit chaque semaine et sont en mesure d'y présenter les dossiers d'artisans subissant directement les effets de la crise. De son côté, le Conseil Régional a mis en œuvre un dispositif spécifique : le DILA (Dispositif Lorrain d'Accompagnement). Dès le 4 février dernier, un numéro vert a été activé, et un programme intensif de phoning a été engagé avec pour objectif de contacter 3 000 TPE et PME

lorraines dans les six mois. L'objectif de ce dispositif est d'anticiper la sortie de crise en détectant des projets (d'investissements, de développement de produits, de formations...) susceptibles de bénéficier d'une accélération par la mobilisation des différents dispositifs d'intervention de la Région. Les CMA sont associées à ce dispositif, tant par la fourniture de fichiers d'entreprises-cibles, qu'en assurant un suivi individualisé des entreprises artisanales ayant fait état de difficultés particulières ou de projets. Cette mobilisation des CMA s'ajoute à leurs propres programmes de prospection et d'actions, qu'elles ont généralement intensifiés afin d'aller au-devant des préoccupations de leurs ressortissants.

C'est net spécial « Crise »

Cellules de soutien TPE/PME



Ce site, géré par la Medef, a pour objectif d'aider les chefs d'entreprise à traverser la crise actuelle en étant mieux accompagnés et informés. Ils peuvent ainsi y trouver des fiches pratiques sur les procédures existantes auxquelles ils peuvent faire appel en cas

de difficultés. Ils peuvent également y trouver les coordonnées de la cellule de soutien TPE/PME la plus proche de chez eux, mise en place par le Medef.

www.soutien-pme.fr

Zéro charges



Le gouvernement a ouvert un nouveau site Internet destiné à informer les dirigeants de petites entreprises sur la nouvelle aide à l'embauche qui leur est destinée en 2009.

www.entreprises.gouv.fr/zerocharges

Une deuxième chance pour les entrepreneurs



Ce site, géré par la Commission européenne, s'adresse aux entrepreneurs en difficulté. Il leur fournit informations et conseils pour les aider à surmonter les obstacles et rebondir. Il propose également des témoignages de chefs d'entreprise qui ont pris un nouveau

départ et présente un panorama des dispositifs nationaux mis en place pour prévenir la faillite

http://ec.europa.eu/enterprise/entrepreneurship/sme2chance/index_fr.html

Site du Médiateur du crédit aux entreprises



Ce site s'adresse aux chefs d'entreprise, artisans, commerçants, professionnels libéraux ou entrepreneurs individuels qui rencontrent des difficultés de financement ou de trésorerie et qui n'ont pas pu trouver

de solutions avec leur(s) banque(s). Il permet de constituer, en ligne, un dossier de médiation du crédit et de saisir le médiateur et ses équipes qui étudieront la situation de l'entreprise, en liaison avec sa ou ses banques, et l'aideront à trouver des solutions adaptées aux problèmes rencontrés.

www.mediateurducredit.fr

Agir pour nos entreprises, agir pour l'emploi



Ce nouveau site, géré par le ministère de l'Économie, de l'Industrie et de l'Emploi, présente les mesures contenues dans le plan de soutien à l'activité et aux PME.

Le site propose trois rubriques spécifiques : Aider au financement des PME - Soutenir l'investissement - Simplifier la gestion, la création d'entreprises. Chaque rubrique renvoie sur les sites d'acteurs impliqués dans ce plan, dont celui de l'APCE.

www.nosentreprisesnosemplois.gouv.fr

Plan de soutien et Oséo



Le dispositif de soutien aux entreprises est en place. La banque publique Oséo travaille avec les banques commerciales pour venir en aide à des petits patrons en difficultés plus ou moins passagères, plus ou moins aggravées par la crise.

www.planderelance.oseo.fr

La relance avec les entreprises



Le plan de relance, donne la priorité à l'investissement et crée ainsi de l'activité.

Il desserre les contraintes pesant sur la trésorerie des entreprises, et soutient les TPE et les PME. Les entreprises publiques accompagnent le plan de relance en accroissant leurs investissements. Ce plan procure de l'activité, et donc de l'emploi, il permet de renforcer la compétitivité du pays.

www.relance.gouv.fr

Les résultats de l'auto-diagnostic

Majorité de « Préoccupant »

Si vous avez coché une majorité de « Préoccupant », nous vous conseillons de mettre en place un certain nombre d'outils afin d'assurer le suivi de votre entreprise :

- un plan de trésorerie,
- un suivi de la facturation,
- un système de relance des encaissements plus systématique.

ATTENTION !

Si vous avez coché une majorité de « Grave », nous vous conseillons de prendre rendez-vous avec l'un de vos conseillers :

- votre expert-comptable,
- votre conseiller de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat,
- votre centre des impôts, banque, Urssaf, si votre dette essentielle relève d'un de ces organismes.

URGENCE : Vous devez agir vite !

Majorité de « Très grave »

URGENCE !

Si vous avez coché une majorité de « Très grave », vous devez vérifier si vous êtes en état de cessation des paiements avec l'aide de votre expert-comptable.

1 Vous êtes en état de cessation des paiements :

Vous devez retirer un dossier auprès du Tribunal de Commerce (Chambre Commerciale en Moselle) et le compléter avec votre comptable.

2 Vous n'êtes pas en état de cessation des paiements :

Il faut vous faire conseiller par :

- votre expert-comptable,
- votre conseiller de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat
- votre centre des impôts, banque, Urssaf, si votre dette essentielle relève d'un de ces organismes.

N'attendez pas pour agir. Plus tôt sont détectées vos difficultés, plus efficaces seront les mesures de correction !



Imaginons ensemble votre process

20-21-22 octobre 2009



Ingrédients
&
PAI

+



Équipements
&
procédés

+



Emballage
&
conditionnement

=

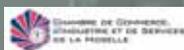
CFIA

Votre salon
«cœur d'usine»

250 exposants présents à l'unique événement 100% professionnel
pour les IAA du Grand Est

www.cfiaexpo.com

Partenaires
du salon



AGOR

B.P. 223
F47305 Villeneuve-sur-Lot Cedex

T +33 (0)5 53 36 78 78
F +33 (0)5 53 36 78 79
info@cfia-expo.fr

www.cfiaexpo.com

L'aide-mémoire

Smic horaire brut :

■ 8,71 € (JO du 01/07/2008)

Smic horaire net :

■ 6,84 €

Sécurité Sociale :

■ Trimestriel : 8 577 €

■ Mensuel : 2 859 €

Indice du coût de la construction INSEE :

■ 1^{er} trim. 2008 : 1497■ 2^e trim. 2008 : 1562■ 3^e trim. 2008 : 1594■ 4^e trim. 2008 : 1523

Indice national bâtiment BT01 :

■ Novembre 2008 : 799,7

Taux de l'intérêt légal :

■ 2008 : 3,79 % (JO du 11/02/2009)

C'est net...

Maelio, site de recherche des opportunités d'implantation d'entreprise

Ce site permet de consulter des annonces d'immobilier d'entreprise (bureau, bâtiment industriel, entrepôts...) ainsi que des annonces de terrains à vendre ou à louer. Les annonceurs sont des collectivités, des agences de développement économique, des agences spécialisées dans l'immobilier d'entreprise, des promoteurs et des propriétaires privés.

www.maelio.com

Ouverture d'un nouveau service de recherche marques en accès libre et gratuit par l'Inpi

À compter du 3 avril 2009, l'Inpi mettra en accès libre et gratuit sa base de données sur les marques. À cette occasion, l'Inpi mettra à disposition de ses utilisateurs de nouvelles interfaces de diffusion permettant d'effectuer des recherches simples et rapides sur les données brevets, marques, dessins et modèles et jurisprudence. Les services en ligne payants Icimarkes (Internet, minitel) et Plutarque seront arrêtés ce même jour.

Source : Communiqué de l'Inpi - mars 2009

www.icimarkes.com

Difficultés de paiement ? L'Urssaf vous accompagne en ligne !

Pour répondre à vos inquiétudes relatives aux difficultés de paiement de vos cotisations sociales, les Urssaf mettent en place un dispositif centré sur la prévention et l'anticipation et activent un service téléphonique : **0821 0821 33** de 8h à 18h30, du lundi au vendredi.

Ce numéro est dédié aux employeurs souhaitant s'informer des démarches à accomplir en cas d'éventuelles difficultés de paiement. Ce service est également en mesure d'enregistrer immédiatement les demandes de délai des entreprises et de les transmettre à l'Urssaf compétente. Le réseau des Urssaf renforce ainsi sa politique d'accompagnement des entreprises en difficulté dans l'actuel

contexte de crise économique. L'accord de facilité de paiement est accordé sous certaines conditions, lorsque les demandes d'échelonnement du paiement n'excèdent pas trois mois. Les employeurs peuvent demander des délais par anticipation, avant même d'avoir une dette vis-à-vis de l'Urssaf. Retrouvez également sur www.urssaf.fr une rubrique spécialement consacrée à l'accompagnement des démarches des employeurs confrontés à des difficultés de paiement. Les demandes de délai de paiement peuvent être formulées sur ce site qui comporte une aide en ligne et toutes précisions sur les justifications permettant un traitement rapide des demandes.



Plan de relance

Des aides à l'embauche pour les entreprises

Dans le cadre du « Plan d'urgence pour l'emploi des jeunes » annoncé le 24 avril dernier, l'État a conforté l'engagement des CMA pour le développement de l'apprentissage et a valorisé le rôle formateur de l'entreprise artisanale et de l'artisan. Ce plan estimé à 13 milliards d'euros, doit aider les employeurs en difficultés à faire face à la crise et favoriser les embauches. L'apprentissage et la professionnalisation, porteurs d'avenir, permettent déjà à plus de 70 % des jeunes d'obtenir un emploi, c'est pourquoi des aides ont été mises en place pour soutenir et favoriser l'embauche. D'ici à juin 2010, toutes les entreprises de moins de 10 salariés qui recruteront un apprenti seront exonérées de charges sociales pour l'année en cours. D'autre part, les entreprises de moins de 50 salariés qui embaucheront des apprentis supplémentaires en contrat d'apprentissage, recevront une prime de 1 800 €. En complément de ces contributions, l'État souhaite lancer un programme « Pas d'apprenti sans employeur » regroupant les CFA, le Pôle Emploi, et les chambres consulaires, pour prévenir et accompagner les ruptures d'apprentissage. Par ailleurs, les entreprises qui embaucheront un jeune en contrat de professionnalisation bénéficieront d'une aide de 1 000 € pour chaque nouvelle embauche d'un jeune de moins de 26 ans et de 2 000 € si la personne n'a pas le niveau bac. Les deux filières concernées pourront ainsi renforcer leurs résultats et créer des embauches supplémentaires, une manne non négligeable qui permet aux entreprises de relancer l'activité et de conforter leur trésorerie en période de crise.

Zéro Charges pour les embauches en 2009 !

En fonctionnement depuis quelques mois, la mesure perçue comme un encouragement chez les entreprises, a permis de créer de 60 à 70 000 emplois dans les petites entreprises et plus de 200 000 embauches ont été signalées par des artisans. Cette aide exceptionnelle permet désormais d'exonérer totalement de charges patronales toute embauche réalisée au niveau du SMIC depuis le 4 décembre 2008.

Mesures fiscales du plan de relance

Mensualisez le remboursement des crédits de TVA



Dans le contexte économique actuel, de nouvelles mesures fiscales ont été mises en place dans le cadre du plan de soutien annoncé par le Président de la République le 4 décembre 2008. Parmi elles, la possibilité de demander mensuellement le remboursement des crédits de TVA, proposée à l'ensemble des entreprises depuis le 1^{er} janvier 2009...

Dans le cadre des mesures adoptées, une entreprise peut désormais obtenir chaque mois, et non plus seulement chaque trimestre, le remboursement d'un crédit de TVA, si celui-ci est supérieur ou égal à 760 euros (150 euros pour les demandes relatives au mois de décembre).

Cette possibilité est toutefois soumise à la **condition de déposer des déclarations mensuelles de taxe sur le chiffre d'affaires**.

Pour les entreprises qui souscrivent déjà à ce type de déclaration, il leur suffit de déposer au titre du mois concerné une demande de remboursement de crédit de TVA n°3519. Pour les autres entreprises qui déposent habituellement des déclarations trimestrielles (CA3) ou annuelles (CA12), cette possibilité de remboursement mensuel nécessite leur option préalable pour le dépôt mensuel de déclarations de TVA. Outre les remboursements de crédits de TVA, les autres mesures concernant la restitution accélérée du crédit d'impôt recherche ainsi que des créances nées des reports en arrière de déficit et des excédents d'acomptes IS.

Pour toute information et pour obtenir les formulaires nécessaires, connectez-vous au site www.impots.gouv.fr, Espace « professionnels »

Pratique

Déclaration commune des revenus (DCR) **Faites-la sur le net!**

La DCR consiste à déclarer le revenu servant de base au calcul des cotisations sociales des travailleurs indépendants. Elle permet de déterminer le régime de sécurité sociale habilité à rembourser les dépenses de soins des personnes exerçant simultanément plusieurs activités. Elle vous est adressée par courrier par votre caisse RSI à laquelle elle doit être retournée au plus tard le 1^{er} mai de chaque année. Depuis 2002, vous ou votre expert-comptable pouvez effectuer votre DCR sur Internet via net-entreprises.fr. Grâce à un formulaire de déclaration prérenseigné dès la première utilisation, la saisie des données est rapide, le transfert vers vos organismes de protection sociale automatique. La DCR est accessible gratuitement, 7 jours sur 7, 24 heures sur 24. La confidentialité des données transmises est assurée par le protocole SSL. Un accusé de réception vous fournit par ailleurs la preuve que vous avez bien effectué votre déclaration.

Dirigeants lorrains, une question stratégique...

Chisior un eperx-clomptabe : pruoquoi, lueqel ??*

** Quelques secondes vous suffisent pour décrypter cette question... Votre cerveau déchiffre un mot dès que la première et la dernière lettre sont bien placées. Est-ce si facile dans la gestion de votre activité ?*

Choisir un expert-comptable : pour quoi, lequel ? C'est d'abord s'assurer les services d'un professionnel de référence. Ensuite, pour déchiffrer rapidement toute la complexité comptable, fiscale, sociale... un partenaire proche, réactif et d'expérience est un atout de plus pour votre activité.

La solution est à votre porte : la société d'expertise comptable Cridlig-Humé implantée à Metz depuis 40 ans met en œuvre ses valeurs ajoutées pour éclairer au quotidien TPE, PME, commerçants, associations...

> www.cridlig-hume.fr

**Nos 5 valeurs ajoutées : Expertise \ Ethique \ Ecoute \ Disponibilité \ Accompagnement **

Bénéficiez sans engagement des décryptages de notre expert-comptable. Rendez-vous immédiat au 03 87 389 630

**René Cridlig
Frédéric Humé**

Société d'expertise comptable

CFIA Metz, du 20 au 22 octobre 2009

Le 1^{er} événement agroalimentaire dans l'Est !

Le premier Carrefour des Fournisseurs de l'Industrie Agroalimentaire du Grand Est réunira plus de 250 exposants au Parc Expo de Metz, présentant une offre jamais proposée aux cadres et techniciens de l'usine, du 20 au 22 octobre prochain.

Depuis sa création à Rennes en 1997, le CFIA, Salon cœur d'usine, a suivi les évolutions des Industries Agroalimentaires tout en conservant sa dimension humaine. Le CFIA est l'unique Salon, en France, à proposer une offre globale au service de l'agroalimentaire.

Les nombreuses sociétés exposantes à la pointe de l'innovation sont réparties en trois catégories : équipements et procédés, emballage et conditionnement, ingrédients et PAI. Le CFIA permet de générer de nouvelles opportunités commerciales en établissant un maximum de contacts de qualité avec les principaux interlocuteurs des différentes filières.

À ce jour, plus de 200 exposants ont déjà confirmé leur intérêt pour cette région au potentiel croissant. Cette volonté de créer un CFIA Metz, qui répond aux attentes manifestées tant par les fournisseurs que par les industriels, a été bien accueillie par les organismes et institutions de la région ainsi que des industriels de l'agroalimentaire. Ce Salon est un très bon atout



“ Les 20, 21 et 22 octobre, venez assister à l'unique événement 100 % professionnel pour les industriels de l'agroalimentaire du Grand Est ”

pour faciliter la recherche d'information et les investissements des entreprises de la région.

Avec ce savoir-faire de la région Est, à travers des filières existantes et bien implantées, les industriels sont directement concernés par le CFIA qui sera également un puissant vecteur en termes de communication!

Zoom

Pourquoi un CFIA dans l'Est ?

→ Le concept du CFIA implique une proximité géographique pour les visiteurs essentiellement issus des fonctions de l'usine.

→ Metz a une position stratégique au cœur du Grand Est, idéalement située aux carrefours routier et ferroviaire de nombreux axes.

→ La région dispose d'un tissu économique très diversifié composé de plus de 5 000 entreprises de moins de 50 salariés mais aussi de grands groupes nationaux et internationaux, pour un total regroupant plus de 10 000 décideurs...

De plus, l'agroalimentaire représente l'un des principaux secteurs employeurs, notamment dans trois principales filières :

- ▶ les boissons (eaux de sources, vins...), dont une activité traditionnelle en brasserie.

- ▶ la transformation du lait est prédominante (fromages, produits laitiers frais).

- ▶ les viandes (abattage). Il existe aussi une tradition charcutière forte représentée par des acteurs ayant une implantation régionale et une activité nationale.

→ À ces trois pôles, on peut associer également celui du travail du grain... le nouveau port fluvial de Metz est le premier port céréalier européen !

→ Sa zone de chalandise s'étend sur l'ensemble du Grand Est y compris le Sarrelorlux, Benelux...

CHEFS D'ENTREPRISES ARTISANALES, CONJOINTS COLLABORATEURS OU ASSOCIÉS ET AUXILIAIRES FAMILIAUX

Rebondir face à la crise par la formation



- 1 FORMATIONS DIPLÔMANTES
- 2 INFORMATIQUE ET BUREAUTIQUE
- 3 GESTION COMPTABLE ET FINANCIÈRE
- 4 COMMERCIALISATION
- 5 RESSOURCES HUMAINES
- 6 ASPECTS JURIDIQUES ET RÉGLEMENTAIRES
- 7 SÉCURITÉ ET PRÉVENTION DES RISQUES
- 8 GESTION ENVIRONNEMENTALE
- 9 DÉVELOPPEMENT D'ENTREPRISE
- 10 DÉVELOPPEMENT PERSONNEL

+ Ces formations sont financées par le Fonds de Formation
géré par la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat:

- ▶ Prise en charge possible à 100 %*
- ▶ Aucun dossier préalable de demande de financement

* Dans la limite du barème d'intervention du Fonds. Ce taux de prise en charge pourra être révisé en cours d'année en fonction du volume des demandes et du budget disponible (information auprès de votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat).

+ Modalités d'accès et de prise en charge, dossier de demande...
Renseignements auprès de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de votre département:

- ▶ CMA de Meurthe-et-Moselle au 03 83 95 60 60
- ▶ CMA de la Meuse au 03 29 79 20 11
- ▶ CMA de la Moselle au 0820 857 057 (0,12 euro TTC/min)
- ▶ CMA des Vosges au 03 29 69 55 55

Le développement durable de l'entreprise passe par la formation.
Celle du chef d'entreprise est prépondérante pour la compétitivité
et le dynamisme de son entreprise.
En améliorant sa maîtrise des différentes fonctions liées au management,
elle contribue à renforcer sa capacité à conduire et à développer son entreprise.

COMPLÉMENTAIRE SANTÉ

**VOS CLIENTS PRÉFÈRENT TRAVAILLER
AVEC UNE ENTREPRISE EN BONNE SANTÉ.
Ça tombe bien ! Vous êtes bien couvert !**

**“95 %* DES CLIENTS MAAF
recommandent MAAF”**

*Baromètre Assurances 2007 SOFRES

Biorythm, la complémentaire santé à composer vous-même

Avec Biorythm, choisissez la tranquillité d'esprit : dans chaque module, vous choisissez le niveau de garantie qui correspond à vos besoins et à ceux de votre famille. Vous bénéficiez bien sûr des avantages fiscaux de la Loi Madelin. Choisir la référence qualité prix, c'est aussi choisir les pros de l'assurance des pros.



**Pour rencontrer un conseiller en clientèle
professionnelle et obtenir gratuitement
une étude personnalisée,**

appelez le

▶ N° Indigo 0 825 325 350

(0,12 € TTC/min depuis un poste fixe + surcoût selon opérateurs).

www.maaf.fr



la référence qualité prix