

SEMAINE NATIONALE DE L'ARTISANAT ÉDOUARD PHILIPPE DANS LE GRAND EST



RÉFORME DE L'APPRENTISSAGE :QUELS CHANGEMENTS ?
20 MESURES CONCRÈTES...

HOMMES METIERS

N° 286 AVRIL 2018



PACTE **ARTISAN**

MILLIONS D"EUROS POUR FINANCER L'ÉCONOMIE LOCALE



Parce qu'elle croit en leur avenir, la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne s'engage aux côtés des artisans et débloque une enveloppe de 100 M d'€ de crédits pour financer leur développement, dont 20 millions à 0%*.







* Limité à 20% du financement global plafonné à 15.000 €. Durée 60 mois maximum. Pas de frais de dossier. Sous réserve d'acceptation de votre dossier par la Banque Populaire.

Voir conditions en agence.
Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne, société anonyme coopérative à capital variable - 3 rue François de Curel - 57000 Metz - 356 801 571 RCS Metz.Orias n° 07 005 127 -Document à caractère publicitaire





ÉDITORIAL



Changer nos habitudes

ue l'on parle de numérique ou de digital, un même constat s'impose: l'émergence ultrarapide de nouvelles technologies qui changent notre rapport au monde et nos habitudes de consommation. Cette évolution est tellement exponentielle que le terme de révolution numérique paraît plus qualifier pour définir la situation actuelle.

Dès l'arrivée d'Internet en France il y a une vingtaine d'années, le secteur des métiers a entrepris de s'intéresser à ces nouveaux outils pour mieux se les approprier et pouvoir les utiliser comme levier de développement. Toutefois, ce qui se joue aujourd'hui est d'une toute autre teneur tant il est impossible, même aux spécialistes du sujet, de définir avec exactitude les changements qui s'opéreront dans les prochaines années. Seule certitude: nous sommes à l'aube d'une période qui nous conduira à modifier radicalement nos usages.

Aussi, pour vous permettre de partir du bon pied, nous avons jugé utile de construire le numéro spécial de votre revue *Hommes & Métiers* sur le thème de « la transition numérique dans l'artisanat ».

Par la force de l'exemple, vous découvrirez au fil des pages comment sur le volet administratif, commercial, productif et communicant, il est d'ores et déjà possible d'amorcer des changements dans l'organisation de vos entreprises.

Sommaire

ACTUALITÉ

- 4 SEMAINE NATIONALE DE L'ARTISANAT 2018 5 personnalités deviennent artisans
- 5 « PRODUIT MOSELLE PASSION » devient MOSI
- 7 METZ 17 MAI 2018 soirée professionnels du bâtiment
- 8 PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE 12 bonnes pratiques à adopter
- 11 L'APPRENTISSAGE part en campagne
- 13 **RÉFORME 1^{ER} JANVIER 2019** comprendre le prélèvement à la source

EN RÉGION

- **46 TOUR DU GRAND EST**Bernard Stalter sillonne le Grand Est
- 47 SEMAINE NATIONALE DE L'ARTISANAT Édouard Philippe dans le Grand Est
- **48 RÉFORME DE L'APPRENTISSAGE**Quels changements?
- **50 LES 18^{es} RENCONTRES** sénatoriales de l'apprentissage



14 | LATRANSITION NUMÉRIQUE UNE SOURCE D'OPPORTUNITÉS!

Artisans, ne passez pas à côté des nombreux avantages qu'offrent les nouvelles technologies: gain de temps, réduction des coûts, simplification des démarches administratives, amélioration de la qualité, fidélisation des clients, conquête de nouveaux marchés... Si de petites révolutions impliquent de nouvelles pratiques qui vous laissent parfois perplexes, trouvez dans ce dossier quelques pistes pour booster votre digitalisation.

RETROUVEZ L'ENSEMBLE DES NUMÉROS D'H&M SUR WWW.CMA-MOSELLE.FR



Magazine édité par l'Association pour la Promotion de l'Artisanat Lorrain. Chambres de Métiers et de l'Artisanat de Meurthe-et-Moselle, de la Meuse, de la Moselle et des Vosges. Rédacteurs en chef: I. MOLIN - L. FEDERSPIEL - D. SIMON - PE. PICHON. Édition déléguée: Édimétiers. Rédaction graphique: Pixel Image-Metz. Maquette: TEMAlpresse. Photo de couverture: © Fotolia.com - Dépôt légal: N° 1.042 - Avril 2018. ISSN: 0290-1633. Impression: Socosprint imprimeurs / 88000 Épinal.







Semaine Nationale de l'Artisanat 2018

5 PERSONNALITÉS



DEVIENNENT ARTISANS

À l'occasion de la Semaine Nationale de l'Artisanat, la CMA 57 a mis en place une opération intitulée « Artisan d'un jour » qui consistait à mettre une personnalité mosellane en immersion dans une entreprise artisanale. Retour sur cette initiative.







De l'humoriste Julien Strelzyk au footballeur Georges Mandjeck, en passant par la députée européenne Nathalie Griesbeck ou encore le maire de Thionville Pierre Cuny, tous les « artisans d'un jour » ont fait part de leur admiration pour le savoir-faire artisanal de leur formateur.

ollicités par la CMA 57, ils ont tous accepté de révéler le métier de l'artisanat qui les attirait et desquels ils auraient souhaité connaître les b.a.-ba:

- **I Julien Strelzyk** (humoriste) chez un tailleur de pierre (Marbrerie Sommen - Jean-Charles Sommen - Hombourg-Budange).
- I Georges Mandjeck (milieu de terrain du FC Metz) chez un boucher-charcutier-traiteur (Au Veau d'Or - Jacques Heitzmann - Metz);
- Nathalie Griesbeck (députée européenne) chez une fleuriste (Quelques Fleurs - Patricia Schrotzenberger - Metz);
- Pierre Cuny (Maire de Thionville) chez un pâtissier (Pâtisserie Fischer Philippe Fischer Uckange);
- Nicole Trisse (députée de la Moselle) chez un confiturier (La Corbeille Lorraine - Régis Kriegel - Montdidier);

Avec « Artisan d'un jour », la CMA 57 a ainsi proposé de découvrir le secteur de l'artisanat de manière ludique et originale. Immergées une demi-journée, ces personnalités ont été initiées au métier et au savoir-faire de l'artisan. Un dialogue de qualité a pu s'instaurer et a permis



de faire passer des messages qui ont été relayés dans des reportages vidéos diffusés sur Mirabelle TV et la chaîne YouTube *cma57*.

Pour découvrir ces expériences inédites, rendez-vous sur le site www.cma-moselle.fr



Scannez ce QR Code avec votre téléphone portable pour accéder aux vidéos

« PRODUIT MOSELLE PASSION »

DEVIENT MO

e 19 janvier 2018, le département

de la Moselle dévoilait la marque de territoire « MOSL - Moselle Sans Limite » afin de fédérer derrière une même bannière l'ensemble des acteurs mosellans attachés à leur territoire et soucieux d'accroître la notoriété du département.

Dans cette démarche, il est apparu nécessaire de simplifier les informations transmises aux consommateurs en uniformisant tous les labels qui visaient à valoriser notre territoire. Aussi, concernant l'artisanat, le label « Produit Moselle Passion » lancé avec succès en 2014 devient désormais une déclinaison du logo MOSL. Ce nouveau visuel, appelé à prendre rapidement une forte visibilité, devient donc un marqueur de qualité et d'origine, un signe distinctif et valorisant.

La cinquantaine d'entreprises artisanales ayant obtenu le label PMP depuis 4 ans, pour un ou plusieurs de leurs produits voire leur savoirfaire particulier, bénéficie *de facto* de ce nouvel agrément. Et, comme pour l'ancien label, des comités de sélection seront mis en place dans



les prochains mois pour permettre d'allonger la liste des artisans faisant rayonner le secteur des métiers de la Moselle.

Plus d'infos: CMA 57 - François KARST - 0387393168 fkarst@cma-moselle.fr

NOUVEAUX ÉPISODES « ARTISANS & COMPAGNIE »

Depuis le début de l'année 2018, la CMA 57 a initié sur Mirabelle TV et sur YouTube une série d'émissions d'un format de 15 minutes dédiées à la vie quotidienne des entreprises artisanales.

Intitulé « Artisans & Compagnie », ce programme court est envoyé par mail chaque 3° semaine du mois aux 19000 artisans de la Moselle. Les 3 premiers numéros ont été consacrés à l'innovation, au dévelonnement durable, puis à l'apprentissage

L'épisode n° 4 qui sera diffusé d'ici quelques jours évoque quant à lui le thème de la communication. Basé sur le témoignage d'artisans du département, « Artisans & Compagnie » se veut être un concept qui vous permette de vous projeter par rapport à votre activité, et vous inciter à transposer dans votre entreprise les conseils et exemples donnés.

Vous pouvez retrouver la totalité des épisodes sur le site www.cma-moselle.fr et sur la chaîne YouTube (cma57) de la CMA 57



Scannez ce QR Code avec votre téléphone portable pour accéder à tous les épisodes des émissions





Question énergies, j'ai choisi le fournisseur de ma région

Producteur et fournisseur local d'énergies depuis plus d'un siècle, nous mettons chaque jour notre expertise au service de votre activité, pour vous proposer des solutions performantes, fiables et respectueuses de l'environnement.

Entre professionnels, nous parlons le même langage: celui de la satisfaction client!

Contactez votre partenaire énergies : 03 87 34 37 37

ÉLECTRICITÉ / GAZ



Metz - 17 mai 2018

SOIRÉE **PROFESSIONNELS DU BÂTIMENT**

L'Agence Locale de l'Énergie et du Climat (ALEC) du Pays Messin, en partenariat avec la CMA 57, la CAPEB Moselle et la Fédération BTP Moselle, organise une soirée à destination des professionnels du bâtiment qui œuvrent dans le domaine de la rénovation énergétique (isolation et étanchéité, menuiseries, ventilation, chauffage, énergies renouvelables) et qui travaillent dans le secteur de Metz et jusqu'à 100 km autour de Metz.

Cette rencontre aura lieu le jeudi 17 mai à 18 heures à la CMA 57 (5 boulevard de la Défense, Metz Technopôle).

PROGRAMME:

- De 18 h à 18h30: point informatif sur le traitement des interfaces en rénovation énergétique, avec rappel de quelques points de vigilance.
- De 18h30 à 19h30: présentation d'un partenariat entre l'ALEC et les artisans/entreprises du bâtiment. L'objectif de ce partenariat est la valorisation, auprès des particuliers accompagnés par l'ALEC, de professionnels qui s'impliquent



pour une qualité de pose et une prise en compte globale du logement lors de chantiers de rénovation énergétique.

À partir de 19h30: suite des échanges autour d'un apéritif dînatoire.

L'accès à cette soirée est gratuit, mais l'inscription obligatoire en amont.

Plus d'infos: ALEC du Pays messin Amélie SPIELDENNER - 0387508221 amelie.spieldenner@alec-paysmessin.fr www.alec-paysmessin.fr

1^{RE} ÉDITION DU SALON MADE IN LORRAINE

C'est une réalité incontestable: les Français sont de plus en plus sensibles à l'origine des produits qu'ils achètent. Selon un récent sondage IFOP, 62 % des consommateurs français y attachent de l'importance. Il suffit de s'en convaincre de constater comment le logo « Fabriqué en France » est devenu un véritable argument commercial.

Fort de ce constat, l'association Boumchaka organise pour la première fois en Moselle le Salon « Made In Lorraine ». Il se tiendra à la Salle Jean-Burger de Thionville le samedi 5 mai (14 h à 21 h) et dimanche 6 mai (10 h à 18 h). Le mot d'ordre de cette manifestation qui favorise les productions



locales est de relocaliser les pro-

notamment en avant le savoir-faire artisanal. Aussi, de nombreux artisans (alimentaire, artisanat d'art, mode, habitat, équipement de la maison et de la personne, loisirs, etc..) seront présents dans les allées du Salon, permettant ainsi l'échange entre exposants et visiteurs

En parallèle, des conférences et des ateliers seront organisés, en partenariat avec des associations, institutions et acteurs du département.

Infos: Parking gratuit Prix d'entrée: 2 euros (gratuit pour les mineurs) www.salon-madeinfrance.fr



Propriété intellectuelle

12 BONNES PRATIQUES À ADOPTER

L'INPI fait partie de ces acronymes que les Français connaissent, sans cerner réellement son champ d'intervention. Aussi, l'institut vous dévoile aujourd'hui douze bons conseils pour votre entreprise.

- Conservez la confidentialité du développement de vos produits ou savoir-faire par tous moyens physiques et contractuels pour garder votre avance et vous laisser la possibilité de déposer un brevet - solution technique nouvelle et inventive.
- 5 Garder votre savoir-faire secret : procédés, tours de main, formules de fabrication, toutes les connaissances qui font votre force et votre différence, fruit de votre expérience. Pensez à le formaliser et à le dater pour pouvoir le transmettre.
- 2 Marque, faites le bon choix. Mot inventé ou non, slogan, logo, dessin, couleurs, forme de produit, son... encore faut-il que le signe choisi soit distinctif. Il ne doit pas non plus être trompeur ni être utilisé ou protégé par ailleurs dans le cadre d'une activité similaire.
- Vos créations esthétiques sont protégées sans formalité. Toutefois, veillez à les dater avant toute divulgation pour être reconnu comme auteur en cas de litige. L'enveloppe Soleau* est un moyen simple et peu coûteux pour dater une création. Vous pouvez conforter votre droit en déposant un dessin et modèle, notamment pour une exploitation à l'étranger.
- Déposez vos marques car le simple usage ne vous donne aucun droit. La marque valorise vos produits et votre savoir-faire et peut être protégée indéfiniment, vous donnant ainsi un avantage concurrentiel important : essor de votre notoriété et fidélisation de votre clientèle.
- Consultez les bases de données de propriété industrielle. En accès gratuit, elles sont riches en informations techniques, juridiques et concurrentielles. La base des marques de l'INPI par exemple vous permet d'identifier les marques déjà déposées en France dans votre domaine d'activité.
- 4 Vérifiez la disponibilité des signes que vous utilisez pour communiquer : marques, noms de domaine, enseignes, noms commerciaux... sachez qu'aucune vérification n'est réalisée lors de leur adoption. Outre le risque d'être attaqué en justice, c'est surtout le préjudice commercial résultant du changement qui peut s'avérer gênant et vous faire perdre des clients.
- 8 Mettez en place une stratégie de propriété intellectuelle adaptée à votre entreprise. Identifiez les possibilités de protection de vos créations et de vos marques et faites vos choix en fonction de votre projet commercial. Pensez aussi à sécuriser votre patrimoine par contrat dans vos relations avec des tiers partenaires, sous-traitants et aussi avec vos salariés et stagiaires.

^{*} L'enveloppe Soleau, du nom de son inventeur Eugène Soleau, est une preuve d'antériorité d'une création que l'on peut utiliser en France pour obtenir de façon certaine la date d'une invention, d'une idée, d'une œuvre en la déposant à l'INPI. Il est possible d'acheter en ligne cette enveloppe sur le site Internet www.service-public.fr





- 9 Respectez les droits des tiers, que ce soit les droits d'auteur sur les images, la musique, les contrats que l'on peut reproduire en un seul clic, mais veillez également à ne pas porter atteinte aux marques, brevets et modèles de vos concurrents.
- Contactez l'INPI dont la mission est l'enregistrement des titres de propriété industrielle mais aussi l'accompagnement des entreprises. Sur le terrain, les agents de l'INPI sensibilisent les entreprises aux enjeux de la propriété intellectuelle, les informent gratuitement de façon personnalisée lors de visites dans l'entreprise et proposent un accompagnement spécifique en fonction de leurs besoins.
- Sécurisez vos partenariats par contrat lors de co-développements ou lorsque vous faites appel à un prestataire extérieur. Pensez aussi à gérer le droit des créations réalisées par vos salariés et/ou stagiaires.
- Défendez vos droits. Si un concurrent reproduit un de vos titres de propriété intellectuelle, vous pourrez faire valoir votre droit et agir devant les tribunaux grâce à l'action en contrefaçon.

C'EST QUOI L'INPI?



L'Institut national de la propriété industrielle, abrégé par le sigle INPI, est un établissement public à caractère administratif, créé en 1951, et placé sous la tutelle du ministère français de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique.

L'INPI est chargé de la gestion des marques et des brevets. C'est auprès de l'INPI que doit notamment se faire la recherche d'antériorité préalable au dépôt d'une marque car l'organisme gère le registre national des marques qui comptabilise près d'un million de marques sur les différentes classes de produits au sein desquelles s'effectuent les dépôts de marques.

L'INPI a aussi pour mission de recevoir les dépôts et délivrer les titres de propriété: brevets, marques, dessin, modèles, savoir-faire...

Contact: INPI Grand Est - Sylvie CALIGARA 0387178702 - scaligara@inpi.fr





METZ NANCY TOUL EPINAL LUXEMBOURG



Vous fournir les **meilleurs** conseils. Vous **décharger** de vos obligations de gestion. Vous donner accès à vos données **dématérialisées**.



Composez le: 03 87 66 77 33

L'APPRENTISSAGE PART EN CAMPAGNE

u 28 mars au 5 avril dernier, la CMA 57 a orchestré sur les bassins de Metz, Thionville et Forbach une vaste campagne d'affichage afin de promouvoir ses 3 Centres de Formation d'Apprentis à l'occasion de ses Journées Portes Ouvertes d'avril.

Une opération qui s'inscrit dans la continuité d'une sensibilisation organisée tout au long de l'année auprès des établissements scolaires et centres d'information et d'orientation, mais aussi par l'accueil du public au sein du Centre d'Aide à la Décision de la CMA 57.

L'arrivée du printemps marque généralement le démarrage des préinscriptions dans les CFA des métiers de l'artisanat, et correspond aux premiers contacts avec les entreprises pour l'accueil d'un(e) apprenti(e). En votre qualité d'artisan, plus vous anticiperez cette démarche, plus forte sera votre possibilité de trouver un jeune motivé pour démarrer à vos côtés la rentrée scolaire 2018/2019.



Ne tardez donc pas à vous faire connaître auprès de la CMA 57 si vous vous inscrivez dans cette dynamique.

Plus d'infos: CMA 57 - 03 87 39 31 00 serviceclient@cma-moselle.fr

Agenda de la Présidente ...

CMA de la Moselle, de France et de la Grande Région

I 09.04.2018 - Paris

Commission des affaires économiques et sociales à l'APCMA

I 17.04.2018 - Paris

Commission des formations à l'APCMA

I 18.04.2018 - Metz

Commission d'appel d'offres de la CMA 57

I 25.04.2018 - Metz

Comité directeur de la CMA 57

I 22.05.2018 - Metz

Commission des affaires générales de la CRMA Grand Est

I 23.05.2018 - Paris

Commission du personnel à l'APCMA

I 28.05.2018 - Metz

Bureau de la CRMA Grand Est

I 28.05.2018 - Metz

Assemblée Générale de la SOCOMA Alsace Champagne Lorraine

I 31.05.2018 - Metz

Comité directeur de la CMA 57

I 14.06.2018 - Metz

Séance plénière du CESER Grand Est

I 18.06.2018 - Metz

Bureau de la CRMA Grand Est

I 20.06.2017 - Paris

Assemblée Générale de l'APCMA

I 26.06.2018 - Metz

Assemblée plénière de la CMA 57

I 28.06.2018 - Metz

Assemblée Générale de la CRMA Grand Est

Vie des Associations et Organisations professionnelles

I 06.04.2018 - Metz

Rencontre de M^{me} MUSSLER, Présidente de la CNAIB Moselle

Économie

I 12.04.2018 - Metz

Assises Nationales du Centre-Ville – Rencontre de M. CREUZET de l'Association Centre-Ville en mouvement

Formation

I 11.04.2018 - Sarreguemines

Remise des prix du 22° concours « Charles Hermann » du meilleur apprenti de Moselle en cuisine et en Salle

I 13.04.2018 - Metz

Rencontre M^{me} SLINGER-CECOTTI, directrice de l'Institut National des Jeunes Sourds de Metz

I 18.04.2018 - Thionville

Visite inaugurale du Salon de l'apprentissage

I 02.05.2018 - Sarreguemines

Participation à l'émission « Les dossiers de Mosaïk » consacrée à l'apprentissage et un focus sur l'apprentissage transfrontalier

Réceptions – distinctions – manifestations diverses

I 04.03.2018 - Coblence (Allemagne)

Inauguration du Championnat du Chocolat

I 23.03.2018 - Saint-Avold

Inauguration du 20° Salon de l'Habitat

I 11.04.2018 - Farébersviller

Inauguration du centre commercial B'EST

I 13.04.2018 – Metz

Réception de départ de M. Alain CARTON, Secrétaire Général de la Préfecture de la Moselle



Bourse des métiers

UN OUTIL À VOTRE SERVICE

Hommes & Métiers vous propose des annonces d'entreprises artisanales mosellanes à reprendre. Sachez que vous pouvez figurer dans cette rubrique si vous envisagez de vendre votre entreprise. Pour ce faire, contactez la CMA 57.



RÉPARATION

171000057 – FREYMING-MERLEBACH CORDONNERIE – SERRURERIE

Cède fonds rénové en 2014 – Surface: 60 m² Chiffre d'affaires: 90 000 euros.

1180300015 - THIONVILLE GARAGE AUTOMOBILE

Cède fonds de commerce (éventuellement murs) avec ateliers réparation, carrosserie et peinture – Bâtiment en très bon état avec showroom et 3 bureaux – 3 employés – Forte notoriété de plus de 40 ans.

SOINS À LA PERSONNE

1180100001 - SARREGUEMINES SALON DE COIFFURE

Cède fonds et possibilité pour les murs Surface: 160 m² – Places de parking à proximité.

180100002 - GROSBLIEDERSTROFF SALON DE COIFFURE

Cède fonds de commerce situé dans un centre commercial Surface: 70 m².

180100006 - METZ

INSTITUT DE BEAUTÉ

Vends fonds d'un institut de beauté de 106 m² dans appartement entièrement rénové au 1er étage d'une petite copropriété sur rue principale – Clientèle fidèle – Matériels professionnels en bon état et de bonne qualité (cellu M6, photothérapies leds, ultrason, électrostimulation, dermopigmentation) avec 4 cabines – Prix : 45 000 euros.

180200008 - METZ

INSTITUT DE BEAUTÉ

Axe passant avec 5 cabines, 1 hammam traditionnel, 2 places avec balnéothérapie et douche, et poste de manucure – Forte notoriété depuis 12 ans – Possibilité d'accompagnement par le cédant.

180200011 - BOULAY SALON DE COIFFURE

Cède fonds de commerce avec possibilité de rachat des murs Superficie: 80 m² – Prix: 107 000 euros – Parking gratuit à proximité.

ALIMENTATION

180100003 - METZ

BOULANGERIE – PÂTISSERIE

Vends fonds dans le Quartier Impérial – Superficie de 200 m² comprenant un appartement F3 (260 m²), un laboratoire (120 m²) et un magasin (220 m²). Matériel en bon état avec congélateur, batteur, laminoir et vitrine réfrigérée – Pas de

personnel à reprendre - Prix du fond: 90 000 euros.

1180100004 – PHALSBOURG-SARREBOURG BOULANGERIE – PÂTISSERIE

Cause réorientation professionnelle vends fonds et immeuble avec salon de thé – Espace de vente-production et matériel en bon état – Surface: 1200 m² – Prix de vente fonds: 100 000 euros – Prix de vente immeuble: 270 000 euros.

180100005 - WOIPPY-VILLAGE

POISSONNERIE

Installée depuis 25 ans dans la rue commerçante – Cession suite à départ en retraite – Accompagnement possible par le cédant – Pas de salarié – Surface: 30 m² – Matériel en bon état.

1802000007 - METZ-VILLE

PIZZERIA

Cause retraite vends fonds pizzeria en très bon état général et situé à proximité immédiate du tout nouveau quartier de l'Amphithéâtre et du centre commercial Muse Pas de personnel à reprendre.

180200009 - AMNÉVILLE

BOUCHERIE-CHARCUTERIE-TRAITEUR ET ALIMENTATION GÉNÉRALE

Vends fonds artisanal au centre-ville avec parking à proximité Cession cause retraite – Surface: 100 m² – Prix: 50 000 euros Personnel expérimenté et autonome.

180200014 - AMNÉVILLE

RESTAURATION-PLATS À EMPORTER

Cause retraite, cède fonds au centre-ville avec parking – Matériel en bon état – CA : 230 000 euros – Prix : 90 000euros.

PHOTOGRAPHIE

180200010 - METZ MAGASIN DE PHOTO

Boutique et studio créés en 1996 – Situé sur axe principal en entrée de ville dans quartier résidentiel et commerçant Pas de travaux à prévoir car magasin refait à neuf en 2013 Matériel de développement photo – Machine à livre photo Traceur – Matériel de prise de vue studio – 1 salariée en CDI avec 17 ans d'expérience – Distributeur exclusif Grand-Est de la marque LEICA – Prix : 300 000 euros.

COMMERCE DE FLEURS

1180200012 - CHÂTEAU-SALINS MAGASIN DE FLEURS

Cède fonds de commerce de fleurs existant depuis 20 ans en centre-ville avec parking à proximité – Adhérent Interflora Surface: 180 m² (boutique, atelier, réserve et bureau) CA: 90 000 euros – Prix: 30 000 euros.

Pour consulter et répondre aux annonces, rendez-vous sur **www.bnoa.net** Plus d'infos: CMA 57 - 0387393100 - vbodereau@cma-moselle.fr

Réforme - 1^{er} janvier 2019

COMPRENDRE **LE PRÉLÈVEMENT À LA SOURCE**

Le prélèvement de l'impôt à la source, élaboré par François Hollande mais reporté par Emmanuel Macron, entrera finalement en vigueur début 2019. Explications.

objectif de cette réforme est de supprimer le décalage d'un an entre la perception des revenus et le paiement de l'impôt sur le revenu correspondant.

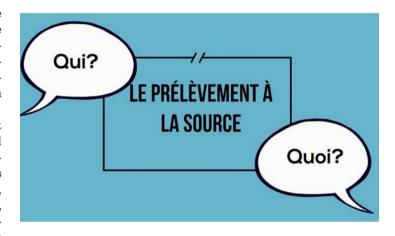
Le recouvrement de l'impôt s'adaptera ainsi en temps réel aux changements de la situation des contribuables, dans leur vie personnelle (mariage, pacs, naissance divorce, décès...), dans leur vie professionnelle qu'ils soient salariés ou indépendants (retraite, chômage, congé parental...).

Pour les salaires et les pensions de retraite, toutes les opérations seront assurées par le verseur de revenu via la Déclaration Sociale Nominative (DSN)*.

Le verseur de revenu assurera les opérations suivantes :

I la collecte de la retenue à la source sur la base du revenu net imposable versé et du taux transmis par l'administration fiscale;

le reversement, mensuel voire trimestriel auprès de l'administration fiscale des sommes qu'il aura collectées. Ces opéra-



DES RENDEZ-VOUS PRATIQUES

Pour vous accompagner dans cette réforme, la Direction Départementale des Finances Publiques (DDFIP) de Moselle organise prochainement 3 réunions d'information sur les Pôles des Métiers de la CMA 57 :

- ➡ à Metz Le mardi 5 juin à 8 heures 30.
- ⇒ à Forbach Le jeudi 7 juin à 8 heures 30.
- → À Sarrebourg Le jeudi 14 juin à 8 heures 30.

Plus d'infos: DDFIP Moselle - 0387386868 - ddfip57@dqfip-finances.gouv.fr

tions seront totalement automatisées dans les logiciels de paie. Un dispositif d'assistance est mis en place pour les collecteurs, il s'appuie sur la base de connaissances du site DSN-info.fr hébergées sur le portail Net-entreprises.fr. Ce dispositif prend également appui sur des plateformes téléphoniques joignables du lundi au vendredi de 8 h 30 à 18 h 00.

Pour toutes réponses à vos questions juridiques ou techniques, vous pouvez consulter le site www.prelevementalasource.gouv.fr



*La DSN est un fichier mensuel produit à partir de la paie destiné à communiquer les informations nécessaires à la gestion de la protection sociale des salariés aux organismes et administrations concernées permettant de remplacer l'ensemble des déclarations périodiques ou événementielles et diverses formalités administratives adressées jusqu'à aujourd'hui par les employeurs à une diversité d'acteurs (CPAM, Urssaf, AGIRC ARRCO, Organismes complémentaires, Pôle emploi, Centre des impôts, Caisses régimes spéciaux, etc). La DSN repose sur la transmission unique, mensuelle et dématérialisée des données issues de la paie et sur des signalements d'événements.

Dossier

LA TRANSITION ON NUMÉRIQUE

UNE SOURCE D'OPPORTUNITÉS!

Le client qui cherche une entreprise ira sur Internet, les entreprises ne peuvent plus s'épargner, au minimum, une réflexion quant à leur visibilité sur la toile et sur les outils qu'elle génère. Pourtant à ce jour, une entreprise française sur deux enregistre un retard significatif dans ce domaine. 1 TPE sur 8 vend en ligne, quand 7 consommateurs sur 10 achètent en ligne! Artisans, ne passez pas à côté des nombreux avantages concurrentiels et non concurrentiels qu'offrent les nouvelles technologies: gain de temps, réduction des coûts, simplification des démarches administratives, optimisation de l'organisation du travail, amélioration de la qualité et services, fidélisation des clients, conquête de nouveaux marchés... Si Smartphones. réseaux sociaux, nouveaux moyens de paiement et autres petites révolutions impliquent de nouvelles pratiques qui vous laissent parfois perplexes, les chambres de métiers et de l'artisanat vous proposent de nombreuses formations, des actions spécifiques, un accompagnement personnalisé... renseignez-vous! Voici en attendant « quelques indispensables » à mettre en place.

Dossier

Transition numérique et artisanat



AXF 1

À l'heure du numérique, dites stop à la lourdeur du carcan **administratif** qui vous encombre, boostez votre gestion interne...



La démarche commerciale à l'heure du numérique... Avec la petite cocotte, les ventes s'envolent...



AXE 4

Communication
digitale, l'heure
du (dé)clic!
Une aubaine pour
le secteur artisanal
qui conjugue au
futur, ses valeurs
de proximité...



AXE 3

La fabrication numérique pour donner corps à ses projets : virage à 360° dans les ateliers!



FRÉDÉRIC SCHNUR,
PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION
GRAND EST NUMÉRIQUE......



ESSAYEZ-VOUS À NOTRE **QUIZ**

P.20



Le grand entretien

FRÉDÉRIC SCHNUR, PRÉSIDENT DE L'ASSOCIATION GRAND EST NUMÉRIQUE







Frédéric Schnur, directeur de publication de plusieurs médias d'information (régionale et thématique) visités par plusieurs centaines de milliers d'internautes chaque année, est aussi consultant et conférencier en référencement, Web marketing et stratégie réseaux sociaux.

DANS QUELLE MESURE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE IMPACTE-T-ELLE LES ARTISANS ET PLUS SPÉCIFIQUEMENT LES ARTISANS DU GRAND EST?

La révolution numérique touche aujourd'hui les artisans sur quasiment tous les « secteurs de jeu » de leur activité. On parle d'impact sur l'innovation, la vente, la communication, le travail collaboratif, la gestion, les recrutements, la fidélisation des clients... la liste est forcément très longue.

Certains processus, purement « métier », sont encore épargnés pour le moment, mais ce n'est qu'une question de temps avant de pouvoir exploiter le numérique dans des segments qui en surprendront plus d'un. Objets connectés, miniaturisation de circuits numériques simples, normes de sécurisation, données... c'est la période qui veut cela: tout le monde cherche, partout dans le monde, à faire basculer l'activité, qu'elle soit artisanale ou non, dans le monde numérique. Et tous les jours, on apprend de nouvelles réussites, qui touchent à leur tour de nouveaux acteurs ou secteurs. Mondialisation et facilité de partage des informations obligent, si ces innovations trouvent leur marché, elles se répandent partout à grande vitesse. D'où l'idée que

Dossier

Transition numérique et artisanat

nous défendons dans l'association Grand Est Numérique: dégainer soi-même pour — accessoirement ne pas rester passif, et surtout générer de nouveaux canaux de chiffre d'affaires à marge confortable.

Dans le Grand Est, les artisans ont en plus cette particularité frontalière, qui permet aux clients locaux de découvrir immédiatement les innovations ou nouveautés à caractère numérique des pays voisins.

QUELS SONT LES OUTILS DIGITAUX INDISPENSABLES AUX ARTISANS? **OUELS DÉFIS ONT-ILS À RELEVER?**

Le plus important de tous: un bon ordinateur. Trop lent, il fait perdre des dizaines d'heures par mois et par collaborateur. Imaginez le coût de cette perte de temps! Il faut changer régulièrement son matériel. La lenteur tous les jours pendant des années coûte cent fois plus cher que du matériel neuf tous les 24 mois.

Au quotidien, il faut un logiciel de gestion moderne, adapté à la taille de sa structure, mais surtout connecté et évolutif pour pouvoir aussi travailler en déplacement ou de chez soi. L'ensemble pourra être relié au site Internet.

Ensuite un système « cloud* », de messagerie, de travail collaboratif et de stockage des fichiers. Avec ca, on travaille en mobilité seul ou à plusieurs, et on change de matériel informatique sans perdre de fichiers, ni de temps à transférer les données. Pour les artisans en mobilité, un téléphone mobile de moins de 2 ans et un abonnement « datas » puissants* pour servir de modem.

Le défi principal consiste à basculer et à accélérer vers le numérique, de faire ce choix comme une vraie opportunité de développement, et d'accepter le temps d'apprentissage et d'adaptation. Y aller en traînant des pieds, c'est s'assurer de louper sa transition numérique. Croire que cela n'est pas grave s'apparente à refuser de regarder la réalité en face. Un peu de veille, des tests et des échanges réguliers avec des jeunes ou des professionnels pour parler de ses besoins ouvriront des perspectives, et éviteront de se retrouver de plus en plus vite isolé et inapte. Au moment de céder son entreprise ou d'embaucher des jeunes, la transition digitale devient de plus en plus prépondérante.

COMMENT ACCOMPAGNER LES ARTISANS DANS LA TRANSITION **NUMÉRIOUE? OUELLES SOLUTIONS EXISTENT POUR LES ARTISANS?**

Il ne faut pas uniquement attendre que les informations arrivent à eux, il faut provoquer les choses. La nécessité de comprendre ce qu'est réellement la transition numérique est un préalable. Certains pensent, et c'est une grave erreur, qu'avec un site Internet, une boîte mail, un logiciel de gestion, un smartphone et un jeune stagiaire, que le cap est passé. Au contraire: ce n'est pas parce que l'on a 5 ingrédients d'un plat qui en compte 10 que l'on peut cuisiner, encore moins si l'on n'a pas la recette, et que l'on a jamais vraiment su cuisiner.

La première chose à faire est donc de chercher à comprendre. Pour débuter, il faut de la formation, les Chambres de Métiers en proposent, mais il existe aussi d'autres acteurs qui permettent d'améliorer sa culture numérique pour être plus à même de se poser les bonnes questions dans son entreprise. On doit regarder ce qui se fait dans chaque spécialité, mais chaque cas est un minimum particulier. L'essentiel est donc de trouver la bonne personne ou le bon organisme, qui aide l'artisan à se poser les bonnes questions. Muni de celles-ci, le reste du parcours est une simple mise en œuvre des réponses et des solutions qui en découlent. Il ne faut pas se reposer aveuglément sur un accompagnement sans disposer des clés essentielles pour décider et agir. D'où la nécessité de progresser avec ses collaborateurs en même temps: même avec la recette et les ingrédients, on peut faire de l'immangeable ou ne pas réussir une cuisson...

QUELLES SONT LES PISTES DE DÉVELOPPEMENT À EXPLORER DANS LE NUMÉRIQUE POUR L'ARTISANAT?

Du côté des produits et des services, le développement via le numérique varie énormément selon les spécialités artisanales. Il me sera donc difficile de résumer ou d'adapter ici un discours utilisable tel quel. C'est là que la veille et les échanges avec les professionnels du numérique prennent tout leur sens. Je peux cependant éclairer certains chemins. Du point de vue de la vente déjà, il y a un réel potentiel de développement à exploiter. Certains artisans réalisent plus de chiffre d'affaires avec les nouveaux circuits qu'avec les processus traditionnels. On parle d'e-commerce notamment, mais encore une fois la mécanique du digital est bien plus complexe que cela, et se limiter à une réponse aussi simple n'est absolument pas suffisant.

Il y a par exemple les pistes des objets connectés ou connectables, l'utilisation des données comme

arguments de vente (fraîcheur des produits, authenticité, normes, usure... le champ est très vaste), les systèmes de réservation ou de promotion des invendus via Internet.

Autre très gros potentiel du côté de la communication. Les valeurs d'authenticité, de qualité et de proximité de l'artisanat voyagent bien, et sont génératrices de chiffre d'affaires en hausse si on est bien accompagné, et d'autant plus si l'artisan est lui-même un émetteur.

Derrière cette transition digitale mise en œuvre, on touche des pistes moins attendues, par exemple en augmentant l'intérêt des jeunes pour le métier.

LES ARTISANS ONT-ILS INTÉRÊT À CRÉER DES MARKET PLACES* DANS LES PETITES VILLES OU PETITS TERRITOIRES **VIA DES COLLECTIFS D'ARTISANS?**

La réponse est clairement oui, dès lors que ces market places sont également construites pour être également tournées vers l'extérieur de ces territoires. À l'heure du retour en force des circuits courts, et de la prise de conscience de l'importance de conserver emplois et interlocuteurs en proximité, on pourrait oublier que les clients

ont changé et changent encore du fait des outils numériques. Avis, comparatifs, photos, vidéos, les market places extérieures rivalisent d'ingéniosité pour transformer toutes les étapes liées à l'acte d'achat... et elles récupèrent ainsi un chiffre d'affaires qui pourrait très bien être généré en local par les artisans.

Le maillage territorial est un échelon intéressant, qui doit s'adapter à la vie des clients: rythme et horaires, consommation et commande en mobilité, choix de la facilité... tout ceci s'exploite bien dans une market place à échelle humaine. Et lorsque les différentes market places d'un territoire se maillent

> entre elles, elles peuvent faire un malheur!

> Seul écueil, et il peut être de taille: que la vision étriquée de la concurrence ou des histoires locales viennent compliquer la mise en place du processus, en orientant certains choix vers des décisions ubuesques ou des processus trop alambiqués pour les clients qui n'en ont que faire. Tout ceci laisserait un boulevard à des entités comme Amazon, qui profitent de ces situations pour venir concurrencer les artisans locaux jusque dans le



canapé des clients!



LES ARTISANS DOIVENT-ILS ET PEUVENT-ILS JOUER LA CARTE DU WEB-TO-STORE*?

Les clients cherchent des informations sur Internet. C'est un préalable systématique dans les décisions d'achat. Ne pas en tenir compte serait une erreur, et ne pas en profiter serait bien dommage. Les réponses sont donc oui et oui. Mais là encore, il faut se garder d'avoir une vision trop simpliste du webto-store. Le point de vente doit s'adapter face à ces nouveaux comportements d'achat. On parle des moyens proposés en ligne et de leur écho en magasin, des horaires modifiés ou des possibilités de récupérer sa commande en dehors des

Transition numérique et artisanat

Lorsque les différentes market places d'un territoire se maillent entre elles, elles peuvent faire un malheur!

horaires traditionnels, de l'aménagement même des boutiques, permettant l'interaction, la découverte, etc.

Bien imaginés, les processus web-to-store peuvent augmenter le panier moyen des clients, en améliorant leur expérience dans et en dehors du point de vente, et en leur laissant la possibilité d'exécuter leur paiement au moment où ils le décident. Tout ceci agit aussi sur leur fidélisation. Il y a d'ailleurs un vrai coup à jouer en imaginant des processus spécifiques aux produits impliquant un achat redondant qui, en outre, permettent d'ajuster plus précisément ses prévisions d'achats et de stock.

Si tout ceci est connecté aux *market places* et aux espaces de vente partagés sur le territoire, on déplace les curseurs d'avantages de son côté, et on laisse des miettes à Amazon. Sur ce dernier point, j'exagère un peu, méfiez-vous d'Amazon comme de la peste, et agissez vite, sinon cela va vous faire tout drôle dans peu de temps.

LES ARTISANS DEVRAIENT-ILS FRÉQUENTER DES ESPACES DE COWORKING* QUI TOUCHENT SOUVENT UN ÉCOSYSTÈME MÊLANT JEUNES ET PASSIONNÉS DU NUMÉRIQUE?

Le numérique, cela change vite, cela implique une culture, des outils et des comportements qu'il est compliqué de garder en ébullition lorsque l'on doit déjà se concentrer sur le quotidien, entre la gestion et l'opérationnel. La facilité serait de ne rien faire, ou de ne fréquenter que les lieux et personnes liées à ces métiers.

Les espaces de *coworking* sont à fréquenter régulièrement, car l'entraide y est souvent érigée en principe de base, mais attention, on y va pour travailler! Plus généralement ce sont les espaces numériques tels que les bâtiments french tech ou les fablabs* qu'il faut aussi fréquenter, ainsi que

les événements organisés un peu partout.

Les passionnés du numérique sont friands de ces échanges, et les réponses sont parfois déconcertantes tant tout ceci leur paraît simple, voir inné... Aller à leur rencontre, c'est certes imaginer de nouvelles façons de travailler, mais c'est aussi prendre un vrai bain de fraîcheur, une vraie claque parfois, mais toujours la sensation de reprendre le contact avec le contemporain.

Le numérique est hautement stratégique. Cela vaut donc le coup d'y passer plus que quelques minutes de temps en temps. L'association que je préside organise #GEN, un très grand événement dédié à ces échanges dont la 6º édition se déroule les 13 et 14 septembre 2018 à Metz. Venez vous poser à #GEN, vous en repartirez changés, inspirés, motivés, et surtout, vous y trouverez des réponses à vos questions.

Glossaire

I Système Cloud: Système qui utilise des ressources de stockage et de travail (messagerie, fichiers...) à distance à travers Internet

l Abonnement mobile « datas » puissants : Abonnement mobile permettant un accès à Internet à fort usage de données notamment en vue d'un partage de connexion.

I Market place: Site qui rassemble un ou plusieurs acheteurs et fournisseurs pour optimiser les procédures de sélection et d'achat.

l Web-to-store: Désigne le comportement d'achat par lequel le consommateur fait précéder son achat en point de vente d'une recherche d'informations en ligne.

l Coworking: Espace de travail partagé entre plusieurs travailleurs indépendants.

l Fablab: Laboratoire de fabrication ouvert au public mettant à disposition des outils, notamment des pilotés par ordinateur, pour la conception et réalisation d'objets.



QUIZ

FAITES LE TEST

« LE NUMÉRIQUE ET VOUS... »

Tel un fruit défendu, le digital suscite crainte et fascination mais qu'importe vos états d'âme, l'artisanat est entré dans le monde connecté. Et vous ? Où en êtes-vous ? Plutôt hésitant ou artisan 3.0 ? Évaluez, grâce à cette série de questions, l'avancée numérique de votre entreprise et découvrez à l'issue de ce quiz quelques solutions adaptées à votre degré de maturité digitale.



1 QUELLE PROPOSITION DÉCRIT LE MIEUX LA NOTION DE DIGITAL SELON VOUS ?

- ▲ Être présent sur les réseaux sociaux
- Un projet de transformation interne et externe (clients, partenaires...)
- Avoir un fan page Facebook

POUR VOUS, UN SERVICE DIGITAL QUI MAINTIENT LA RELATION DE PROXIMITÉ AVEC LE CLIENT C'EST:

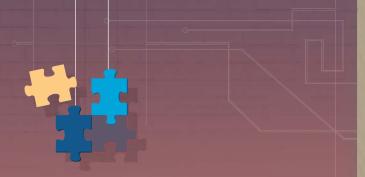
- △ complémentaire, un investissement largement amorti
 - impossible, les meilleurs outils ne remplaceront jamais les relations humaines
 - incontournable, le click & collect n'a plus de secret pour vous

A LA DIGITALISATION DES BULLETINS DE PAIE...

- c'est déjà mis en route
- une nouveauté parmi d'autres qui ne fait hélas pas partie de mes priorités
- qu'est-ce que c'est ?

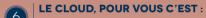
METTEZ-VOUS DES SOLUTIONS À DISPOSITION DE VOS CLIENTS POUR GÉRER VOS INTERACTIONS ?

- Nous répondons aux mails, aux appels
 - ▲ Nous animons notre boutique (démonstration, vidéo sur écran TV, présentation de produits et projets sur tablette, achat de logiciel métier pour aider une cliente à choisir sa nouvelle coiffure, simuler les plans de la cuisine équipée...)
 - Nous avons ouvert une boutique en ligne





- Vous travaillez un peu avec Google Drive ou Dropbox mais Excel continue à avoir votre ferveur
- Smartphones, tablettes, portables: utilisation d'applications mobiles oblige!
- Vous avez récemment investi dans un logiciel de formation. Information et formation en ligne sont d'une aide précieuse pour monter en compétence



- ▲ l'activité des moteurs de recherche
- le stockage en ligne d'informations
- des rencontres en ligne

NOTRE VISIBILITÉ SUR INTERNET...

- On vous trouve en 1 clic... sur les Pages Jaunes
- ▲ Votre site a le mérite d'exister mais avouez-le, son renouvellement et son animation laissent à désirer
- Site Internet, réseaux sociaux, e-reputation, référencement : vous maîtrisez!

LA GESTION DE VOTRE ENTREPRISE ET LE NUMÉRIQUE ?

- Vous ne voyez pas bien le rapport
- ▲ Un gain de temps et de sécurité (archives, comptabilité à jour et bien ordonnées)
- ■Vous avez grâce à son usage récolté des fonds et bénéficié de dispositifs d'accompagnement public

SI ON VOUS DIT RGPD ?

- Vous froncez les sourcils... la RG quoi ?
- Vous attendez son entrée en vigueur avec impatience
- ▲ Un rapport avec les données personnelles peut-être?



UNE MAJORITÉ DE « ROND » •

PLONGEZ-VOUS DANS LE NUMÉRIQUE SANS PLUS ATTENDRE

Votre entreprise marche bien, vous ne voyez pas la nécessité de vous engager dans le numérique, perdu et réticent par rapport à certaines notions vous penserez à vous y mettre à la prochaine baisse de régime... Erreur! Il faut anticiper, voire, en tant que retardataire, prendre le train en cours de route. Mais par quoi commencer? Quelles sont les étapes qui permettent de réussir sa transformation digitale? Quelques pistes vous attendent dans les pages suivantes.

UNE MAJORITÉ DE

DÉVELOPPEZ VOTRE CULTURE DU NUMÉRIQUE

Vous êtes au fait des avancées mais ne maîtrisez pas non plus complètement l'outil.

Entre la prise de conscience et le passage à l'acte, un véritable décalage s'opère. Votre entreprise a démarré sa transformation digitale de manière pragmatique en identifiant des projets dans lesquels le digital avait un vrai rôle à jouer : pas question d'essuyer les plâtres. Votre entreprise est donc prête à transformer l'essai, si elle peut obtenir des informations tangibles quant aux bénéfices financiers et opérationnels apportés par le digital.

UNE MAJORITÉ DE

VOUS ÊTES EXPERT!

Vous avez levé toutes les barrières et franchi le cap de la révolution digitale.

Votre entreprise est en bonne voie d'être digitalement mature. D'ailleurs, le digital est un élément clé de votre stratégie, porté par plusieurs expériences fructueuses, qu'il s'agisse d'optimisation des pratiques internes, externes, de traitement des données ou encore de travail collaboratif. Votre entreprise est en mesure d'identifier ce que le digital peut lui apporter! Reste peut-être à identifier des usages et opportunités permettant d'augmenter encore votre efficacité opérationnelle...





TRANSITION DIGITALE LA GESTION ADMINISTRATIVE FACILE!

La vision traditionnelle du monde de l'Artisanat est en train de disparaître, l'artisan d'aujourd'hui n'est plus celui d'hier, les mutations de plus en plus rapides de nos sociétés apportent avec elles leurs lots de changements, la gestion en fait partie.

informatisation est un gain de temps et un facteur de compétitivité. En premier lieu, la maîtrise du pack Office est indispensable. Devis, factures... tout peut être fait avec Excel! Un simple fichier clients sur Excel permet la collecte d'informations sur les clients ou les bonnes pratiques liées aux e-mailings. Cette première étape mène naturellement au logiciel. N'hésitez pas à trouver conseil auprès de votre CMA à ce sujet (gestion de la relation client, établissement de devis/facture, etc.). Faites également attention aux logiciels libres.

Ils disposent d'un socle commun, libre d'accès, facilitant la personnalisation. Toutefois, le temps passé à la personnalisation et à la recherche de compléments spécifiques n'est pas gratuit (achat de certains modules).

À un troisième niveau, le Progiciel de gestion intégré, également nommé ERP, (Sage, Clipper) unifie tout le système d'information d'une entreprise, en intégrant les différentes composantes fonctionnelles autour d'une seule base de données. Un devis chiffré peut y être transformé en

Dossier



Transition numérique et artisanat

commande, puis en planification. Ces données migrent ensuite vers un suivi chronologique, puis vers la facturation et la paye des salaires. Avant de choisir votre système d'information intégré, identifiez bien votre stratégie de pilotage et les indicateurs qui vous intéressent: chiffre d'affaires, marge par activité, coût de revient...

DES AIDES PERSONNALISÉES

Les CMA dispensent des aides multifacettes qui répondent à chaque besoin. Ateliers, coaching personnalisé, formations en ligne... Chacun peut trouver chaussure à son pied. À noter que les tarifs des formations des CMA défient toute concurrence. N'hésitez donc pas à vous renseigner auprès de votre Chambre de Métiers.



EMMANUEL URSCHEL

EXPERT FORMATEUR NUMÉRIQUE

SUR QUELS DOMAINES DE LA NUMÉRISATION LES ARTISANS SONT-ILS OPÉRATIONNELS?

Beaucoup ont des bases intéressantes sur les réseaux sociaux, mais souvent superficielles. L'importance du site Web et de la visibilité sur Google est généralement claire, afin de bien identifier l'entreprise. Sur le plan de la gestion, la plupart des structures sous société ont pris le virage de la dématérialisation, ce qui permet un bon taux de détention de bases de données.

SUR QUELS DOMAINES NE LE SONT-ILS PAS?

L'utilisation des prospectus numériques n'est pas encore entrée dans les mœurs, les artisans n'ayant souvent pas conscience de la disponibilité des logiciels (sauf ceux ayant des logiciels de caisse dernière génération), telle que la plateforme. Ou ils ne savent pas toujours quoi afficher en termes de contenu. De même, l'utilisation des réseaux sociaux manque encore de professionnalisme et donc d'efficacité.

QUELLE IMPORTANCE EST ACCORDÉE À LA NUMÉRISATION ADMINISTRATIVE?

Ils y sont sensibles, sauf encore pour certaines microstructures; surtout pour la gestion des devis factures ou la relation avec leur comptable. En termes de sécurité, il y a une prise de conscience forte des dangers du piratage, avec une utilisation standard d'antivirus.

QUELS SONT LES OUTILS DE LA NUMÉRISATION AUJOURD'HUI?

En hardware, PC, tablettes et smartphones bien sûr. Sur le plan logiciel, les logiciels de caisse, les outils de gestion comptabilité, les sites Web avec ou sans e-commerce. L'interactivité démarre mais reste encore peu répandue.

OUTILS DE DEMAIN?

L'interactivité et la percussion commerciale sont les clefs des magasins ouverts au public: bornes interactives, tablettes d'échange client, écrans grande taille... Après-demain, films sur vitrines connectées, hologrammes, réalité augmentée, fonctions 3D, tout est à venir!

PENSEZ-VOUS QUE LES OUTILS SOIENT ADAPTÉS?

Pour les sédentaires, oui. Pour les nomades, il reste encore des solutions à inventer, afin de développer leur communication sur site.

LE NUMÉRIQUE TOUCHERA-T-IL TOUTES LES PROFESSIONS?

Oui, à des degrés et des rythmes divers. Pour les artisans en magasin, c'est certain. Pour le bâtiment, l'enjeu est de trouver les sujets, notamment sur leurs qualités institutionnelles, à mettre en avant. C'est pour les microstructures, et surtout l'auto-entreprise, que le challenge est important, avec l'obligation d'allier des coûts limités, une facilité et rapidité d'utilisation, que ce soit en communication ou en gestion. L'évolution de l'auto entreprenariat en terme législatif devrait accélérer les choses en fin d'année.

5 QUESTIONS À...

CONSTANTIN NARGHESCU

REPAR AUTO TONY

DEPUIS QUAND UTILISEZ-VOUS LE NUMÉRIQUE DANS LE CADRE DE VOTRE ACTIVITÉ?

J'ai commencé six mois après le début de mon activité en 2012, en créant une page Facebook, ainsi qu'en m'inscrivant sur Le Bon coin.

QUELLES ACTIONS AVEZ-VOUS MENÉES JUSQU'À PRÉSENT?

En réalité, je ne mène pas d'actions particulières. J'effectue un travail de veille, j'observe ce qui se passe. Pour le moment, je n'ai pas encore de fichier clients.

QUELS BÉNÉFICES COMPTEZ-VOUS RETIRER DE CES ACTIONS?

Je veux augmenter mon chiffre d'affaires. Pour le reste, je ne sais pas encore.



QUELLES SONT, D'APRÈS VOUS, LES CONTRAINTES DE LA MISE EN PLACE DU NUMÉRIQUE?

Je ne vois pas de contraintes particulières quant à la mise en place du numérique.

COMMENT PEUT-ON AMÉLIORER L'APPROCHE DU NUMÉRIQUE, PENSEZ-VOUS QUE L'ON PUISSE FACILITER LE FRANCHISSEMENT DES ÉTAPES DU NUMÉRIQUE?

Je ne vois pas comment améliorer ce passage, si ce n'est par du soutien, comme le font les Chambres de Métiers

CYRILLE LEROY - MEMENTO FLORI

DEPUIS QUAND UTILISEZ-VOUS LE NUMÉRIQUE DANS LE CADRE DE VOTRE ACTIVITÉ?

Je me suis mis au numérique au début de mon activité. J'ai tout de suite lancé un site vitrine, ainsi qu'une page Facebook.

QUELLES ACTIONS AVEZ-VOUS MENÉES JUSQU'À PRÉSENT?

J'ai réalisé une véritable politique de sauvegarde de mes données et je tente aujourd'hui le zéro papier en numérisant un maximum de documents, comme les factures par exemple. En parallèle, je tiens un fichier clients, auquel je fais parvenir des photos mais sans démarche commerciale réelle.

QUELS BÉNÉFICES COMPTEZ-VOUS RETIRER DE CES ACTIONS?

J'espère collecter des informations qualitatives auprès de mes clients, acquérir un gain de productivité, notamment sur les aspects comptables. Je veux gagner du temps et le consacrer à mon activité. J'espère également que le numérique me permettra de suivre l'évolution de mon chiffre d'affaires en temps réel.

QUELLES SONT, D'APRÈS VOUS, LES CONTRAINTES DE LA MISE EN PLACE DU NUMÉRIQUE?

À mon sens, le coût peut représenter une contrainte. Je pense également que la maîtrise de l'outil peut être un frein. Il faut

Dossier

Transition numérique et artisanat

ALEXANDRE LALISSE

ENTREPRISE ELECTROCART

DEPUIS QUAND UTILISEZ-VOUS LE NUMÉRIQUE DANS LE CADRE DE VOTRE ACTIVITÉ?

J'utilise surtout la dématérialisation des factures et le côté numérique dans le cadre de l'administratif, mais pas à des fins commerciales.

QUELLES ACTIONS AVEZ-VOUS MENÉES JUSQU'À PRÉSENT?

J'ai effectué quelques vidéos, mais je ne dispose pas de fichier clients.

QUELS BÉNÉFICES COMPTEZ-VOUS RETIRER DE CES ACTIONS?

J'espère pouvoir obtenir plus de notoriété et pouvoir montrer mon savoir-faire à mes clients potentiels. Je souhaite que le numérique devienne un atout commercial pour mon entreprise.

QUELLES SONT, D'APRÈS VOUS, LES CONTRAINTES DE LA MISE EN PLACE DU NUMÉRIQUE?

Je pense que le temps de formation peut rapidement devenir une contrainte, notamment si celui-ci s'ajoute au temps alloué à faire vivre l'outil numérique.

COMMENT PEUT-ON AMÉLIORER L'APPROCHE DU NUMÉRIQUE, PENSEZ-VOUS QUE L'ON PUISSE FACILITER LE FRANCHISSEMENT DES ÉTAPES DU NUMÉRIQUE?

Je n'ai pas de position particulière sur le sujet, j'essaie de m'adapter au fur et à mesure de mes capacités.

que nous puissions disposer de méthodes simplifiées et/ou de mutualisation en termes de numérique. Le temps à consacrer à l'outil peut également devenir un frein.

COMMENT PEUT-ON AMÉLIORER L'APPROCHE DU NUMÉRIQUE, PENSEZ-VOUS QUE L'ON PUISSE FACILITER LE FRANCHISSEMENT DES ÉTAPES DU NUMÉRIQUE?

Je pense que nous sommes suffisamment avertis quant à l'usage du numérique, mais les changements sont tellement rapides que nous avons du mal à nous y retrouver. Je ne vois pas comment on pourrait améliorer ce franchissement, compte tenu des spécificités de nos entreprises.

L'ARTISAN 3.0

GÈRE SON ENTREPRISE PLUS FACILEMENT GRÂCE AU NUMÉRIQUE

Il stocke et sauvegarde ses archives, ses factures, ses données: pour plus de sécurité, pour gagner du temps dans la recherche de documents, mais aussi pour répondre aux obligations légales en matière de dématérialisation.

Il partage les informations au sein de l'entreprise: pour ses collaborateurs « nomades », c'est un avantage; l'ensemble de l'entreprise y gagne en temps, en organisation, en confiance.

Ill gagne du temps dans sa comptabilité: il simplifie la gestion des devis et des factures; ses comptes sont à jour en temps réel, autant de risques d'erreurs en moins quand il s'agit d'apporter des justificatifs.

Il trouve des financements privés complémentaires pour certains projets: il repère facilement les possibilités du financement participatif et la meilleure façon de récolter des fonds, en exposant un projet pour susciter l'adhésion du plus grand nombre.

Ill s'informe sur les aides dont il peut bénéficier, au plan local, national ou international: en matière notamment de financement public, d'innovation ou de reprise/transmission d'entreprise, plusieurs sites lui présentent l'ensemble des dispositifs d'accompagnement public offerts aux chefs d'entreprise.

Extrait du « Recueil des bonnes pratiques du numérique dans l'artisanat ».





🖎 À vous de jouer !

COMMENT RECEVOIR ET ÉMETTRE DES FACTURES ÉLECTRONIQUES?

À partir de 2018 pour les PME et 2020 pour les TPE, la facturation électronique deviendra obligatoire pour tous¹. D'où l'intérêt de s'y préparer dès à présent...

GARANTIR L'AUTHENTICITÉ DE LA FACTURE ÉLECTRONIQUE

L'origine, la bonne lisibilité et l'intégrité du contenu de la facture numérique doivent être authentifiées pour la valider. Cette garantie peut se faire en utilisant une signature électronique (via un certificat qualifié), l'échange de données informatisées (EDI) pour télétransmettre les factures, une norme permettant l'automatisation du traitement de la facture (comme l'utilisation d'un logiciel de gestion intégrée ou d'un fichier PDF).

À noter que, pour les professionnels qui répondent aux marchés publics, l'État a mis en place la plateforme Chorus qui permet aux entreprises de déposer, réceptionner, transmettre et suivre gratuitement les factures adressées à un acheteur public.

INSCRIRE DES MENTIONS OBLIGATOIRES

La facture électronique doit contenir les mêmes mentions obligatoires que celles qui sont actuellement établies en papier. Il convient donc d'y indiquer l'identité des deux parties (nom et dénomination sociale) et leur adresse. L'artisan doit aussi indiquer le numéro au répertoire des métiers (n° Siren + RM + n° du département d'immatriculation). Doivent

aussi y être inscrites l'adresse du siège social (et non de l'établissement) ainsi que la forme juridique de la société (EURL, EIRL, SARL, etc.); la date d'émission et le numéro de la facture; le détail des produits ou services concernés, ainsi que leur date de livraison ou d'exécution; le coût HT et le montant des taxes payables. Si l'e-facture est adressée à un professionnel, la date ou le délai de paiement ainsi que le taux des pénalités de retard doivent également v figurer.

CONSERVATION DES E-FACTURES

Les pouvoirs publics conseillent de numériser déjà les factures papier² dès leur réception ou leur envoi afin de réduire les coûts d'archivage. Elles pourront ainsi être gardées pendant au moins six ans. Cependant, la reproduction doit être faite sous format PDF et établie à l'identique, y compris les couleurs s'il y en a. Quant aux factures envoyées directement par voie électronique, elles se conservent sur support informatique pendant trois ans, puis sur tout autre support pendant les trois années suivantes.

1. Le décret n° 2016-1478 du 2 novembre 2016 relatif au développement de la facturation électronique. 2. Arrêté du 22 mars 2017 fixant les modalités de numérisation des factures papier en application de l'article L. 102 B du livre des procédures fiscales.



Le 25 mai 2018 entrera en vigueur le Règlement général sur la protection des données personnelles (RGPD).

Qu'est-ce qu'une donnée personnelle?

Toute information permettant de reconnaître ou identifier une personne, directement ou indirectement: nom, prénom, adresse postale et électronique, téléphone, numéro de sécurité sociale, de carte bancaire, revenus, plaque d'immatriculation, mots de

passe, adresse IP, historique de navigation web, de tchat, de géolocalisation, photo... Leur divulgation ou leur mauvaise utilisation peut porter atteinte aux droits et libertés des personnes et à leur vie privée. En entreprise, ces données figurent notamment dans les contrats, fiches de paie, formulaires, documents relatifs à la santé, casiers

judiciaires, trombinoscopes, badges d'accès, matériels informatiques pro, répertoire mail interne de l'entreprise, documents commerciaux (devis, factures...), documents bureautiques, bases de données clients...

Sauf autorisation préalable, ces données doivent être stockées en Europe. En cas de fuite de données, l'entreprise devra le signaler dans les 72 heures à la Cnil.

Dossier

Transition numérique et artisanat

NE NÉGLIGEZ JAMAIS LA CYBERSÉCURITÉ!

La simple installation d'un antivirus sur son ordinateur ne suffit plus à freiner les cyberdélinquants. Le vol de données ou les escroqueries financières touchent désormais toutes les entreprises, y compris les microstructures.

EN QUOI UNE PETITE ENTREPRISE POURRAIT-ELLE FAIRE L'OBJET D'UNE CYBERATTAQUE ?

Même si le piratage des grandes entreprises défraie la chronique, les cyberattaques de petites structures, moins médiatisées, restent fréquentes. Le risque de piratage du système informatique concerne aussi les travailleurs indépendants. Dès lors que vous possédez un ordinateur, un smartphone ou un objet connecté, vous pouvez devenir la cible d'un hacker. Ce cyberdélinquant s'attaque plus aisément à une petite entreprise, ne serait-ce que pour « se faire la main ». Car faute de moyens, cette dernière ne dispose généralement pas de système d'information ultra-sécurisé.

QUELS SONT LES RISQUES ENCOURUS?

Les exemples de piratage ne manquent pas. Ainsi, ouvrir une pièce jointe piégée ou un lien corrompu peut entraîner l'installation d'un virus malveillant sur votre machine qui facilite l'accès à la base de données de votre clientèle. Ou encore, ne pas sécuriser la borne d'accès à Internet de votre boutique donne la faculté à un hacker d'utiliser ce point d'accès pour attaquer d'autres sites. Outre les pertes financières qu'entraîne une cyberattaque, le dirigeant risque de voir sa responsabilité engagée s'il

ne met pas en œuvre les mesures adéquates pour préserver la sécurité des données informatiques à caractère personnel dans son entreprise^{*}. Sans compter que si le dommage touche un client, ce dernier pourra se retourner contre vous.

QUE FAIRE POUR PROTÉGER SON SYSTÈME AVEC PEU DE RESSOURCES FINANCIÈRES ?

Certes, une petite entreprise dispose rarement des services d'un responsable système d'information. Pour autant, il reste possible de limiter les risques d'attaque en appliquant des règles simples. L'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information (Anssi) a édité un Guide des bonnes pratiques de l'informatique à destination des TPE/PME. Il y est par exemple conseillé de choisir avec soin ses mots de passe, mettre à jour régulièrement ses logiciels, bien connaître ses utilisateurs et prestataires, effectuer des sauvegardes régulières, sécuriser l'accès Wi-Fi de votre entreprise, être aussi prudent avec son smartphone ou sa tablette qu'avec son ordinateur, etc.

* Au visa des articles 226-16 à 226-24 du Code pénal.

Guide téléchargeable gratuitement sur www.ssi.gouv.fr

Quelques chiffres...

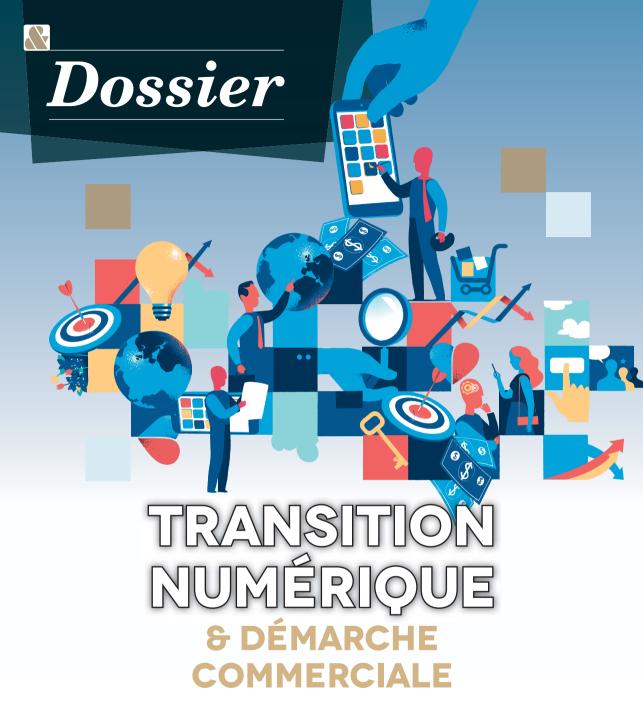
I 62 % des artisans disposent d'un site Internet. Proportion intéressante, mais pas suffisante.

195 % des entreprises interrogées

déclarent être connectées à Internet, 73 % disposent d'un réseau ADSL et 72 % d'un réseau 4G.

142 % des chefs d'entreprise déclarent utiliser un agenda électronique consultable à distance, c'est peu compte tenu de son utilité.

I 58 % des artisans ignorent complètement les obligations juridiques des entreprises vis-à-vis de la Commission Nationale de l'informatique et des libertés (CNIL).



Et si le numérique était un atout pour miser sur le retour à la consommation locale, aux produits authentiques et aux services de nos territoires. Une sorte de modernité qui nous permettrait cette fois de prendre une revanche face aux tendances lourdes de la mondialisation, de la standardisation et de la production massive de piètre qualité. Les poids lourds de la vente en ligne grignotent régulièrement des parts de marché sur l'activité

jusque-là couvertes par les commerçants et artisans de nos territoires. En livrant gratuitement en moins de 24 heures dans des points relais ou même à domicile, ils se placent de plus en plus sur les marchés de la proximité. Ils estompent les délais d'attente, les charges liées au déplacement, apportent une convivialité et une facilité pour réaliser des achats sans contrainte de temps et de lieu.

Transition numérique et artisanat



Pour autant, se lancer dans une démarche de commercialisation peut être chronophage. Il faudra certainement faire des choix en définissant des priorités par rapport à vos contraintes.

Les grandes surfaces reprennent les codes de la fabrication et de la distribution artisanale. Au sein même de l'espace de vente, certains magasins érigent pour les fêtes de fin d'année, une boulangerie-pâtisserie, une échoppe traiteur... conçues sur les marqueurs traditionnels de ces métiers.

Sans pour autant s'engouffrer dans les visions pessimistes de la mort du petit commerce et de l'artisanat dans les territoires, il est à noter que les grands groupes n'ont de cesse de progresser et de s'inviter sur des segments de marché de plus en plus nombreux, en mobilisant des ressources commerciales et technologiques très rationalisées. Les entreprises locales subissent une concurrence vive sur des activités qu'elles représentaient jusque-là majoritairement. Il est pourtant possible de s'inspirer de leurs techniques commerciales et de développer des outils numériques qui intègrent les atouts de la fabrication et de la vente locale.

De la même façon, accompagner des petites entreprises dans la création de sites Internet « vitrine » ou de vente en ligne est une première étape, mais insuffisante pour accéder à de nouveaux marchés. Ces mises en ligne doivent être accompagnées de véritables démarches marketing et de techniques de commercialisation évolutives. Il faut considérer qu'une boutique en ligne obéit à peu près aux mêmes exigences que celles des magasins physiques (achalandage, décoration, promotion, qualité des photos, informations utiles et claires, simplicité d'achat, confiance, convivialité, rapidité de livraison...).

Inutile de se placer sur les mêmes créneaux que les multinationales de la vente ou du service en ligne. Vos atouts maîtres, c'est justement votre présence physique à proximité de votre clientèle, bien souvent le sur-mesure de qualité et le service après-vente sur place. À partir du Web, inciter le prospect à prendre contact ou à se rendre à votre magasin (Le Web to store) est plutôt votre priorité.

Pour autant, se lancer dans une démarche de commercialisation peut être chronophage. Il faudra certainement faire des choix en définissant des priorités par rapport à vos contraintes. Et surtout ritualiser votre travail avec une certaine discipline. Poster par exemple sur Facebook à telle heure et à tel jour, envoyer des offres commerciales par e-mailing en début de mois ou définir à l'avance un planning des offres ou manifestations de l'année. Et vous manifester avec une certaine régularité.

Il faudra aussi se familiariser avec quelques outils (les CMA vous proposent des formations gratuites pour maîtriser des outils numériques) et adopter une ligne de conduite et une charte graphique.

Évidemment toutes les entreprises n'ont pas les mêmes intérêts à développer leur démarche commerciale en s'appuyant sur le numérique. Il est cependant largement recommandé d'avoir une présence minimale sur le Web ne serait-ce que pour permettre à vos clients ou futurs clients de disposer de quelques informations sur votre activité et votre entreprise. Il est parfois surprenant d'apprendre qu'un maçon, un tailleur de pierre ou un tapissier réalise 30 % de son CA grâce à des visites sur leur site Web. On ne saurait trop vous recommander de présenter un site actualisé et réalisé avec professionnalisme.

Pour les plus convaincus et les plus à convaincre, ces quelques pages vous présenteront des initiatives, des outils, des démarches et quelques bonnes adresses pour vous inspirer et définir en fonction de vos besoins et de vos attentes une démarche commerciale à partir de l'environnement numérique.

NE PERDEZ PLUS DE VENTES À CAUSE D'UN MOYEN **DE PAIEMENT** DORÉNAVANT VOTRE TERMINAL DE PAIEMENT TIENT DANS VOTRE POCHE ET VOUS SUIT PARTOUT

Vous êtes sur une foire, un marché, un Salon... et en plus loin d'un distributeur. Le client est décidé, il veut acheter et sort sa carte bancaire. Évidemment vous ne vous promenez pas forcément avec votre TPE. C'est bien connu, s'il vous dit qu'il revient avec un chèque ou qu'il va retirer de l'argent, vous risquez de ne plus le revoir.

Toutes les banques proposent maintenant des solutions pour les itinérants. Elles vous proposent de louer un TPE et prennent une commission



sur les ventes. Sophie Réato, artisan céramiste, participe à de nombreux Salons, elle a trouvé une solution qui la

satisfait pleinement. Une solution un peu plus numérique. Elle explique : « J'ai trouvé une formule sur Internet proposée par une sart-up. J'ai acheté leur TPE environ 75 €, j'ai ensuite téléchargé une application sur mon smartphone. Ils prennent une commission tout à fait raisonnable et en plus dégressive en fonction de la somme. Après la transaction, l'application envoie un ticket par SMS ou par email. Je l'utilise depuis plusieurs années. C'est très pratique et ca marche bien. »

GOOGLE MY BUSINESS LE MINIMUM SYNDICAL SUR LE WEB

Si votre entreprise n'est pas présente sur Internet. En revanche, vous devez à vos clients ou prospects un minimum d'informations pour qu'ils puissent vous trouver, vous téléphoner, connaître vos horaires d'ouverture, vous écrire... Il y a une solution simple et gratuite, c'est Google my business. C'est un jeu d'enfants, tapez Google my business dans Google et laissez-vous guider, il y en a pour 5 minutes. Ensuite lorsqu'une personne tapera le nom de votre entreprise sur Google, elle saura si vous êtes ouvert, pourra vous téléphoner en un clic, être guidée grâce à un itinéraire, visiter votre site... En plus, chaque mois vous recevrez un rapport comme celui-ci:

1 610 PERSONNES VOUS ONT TROUVÉ SUR GOOGLE

- 46 ont demandé un itinéraire
- **1** 48 % PAR RAPPORT À JANVIER 2018
 - 38 ont visité votre site Web 46 % PAR RAPPORT À JANVIER 2018
- 49 vous ont appelé - 35 % PAR RAPPORT À JANVIER 2018
- Publiez un post sur votre établissement pour vous démarquer auprès de vos clients potentiels.

COMMENTAIRES DES CLIENTS 2 sur Google



Gardez le contact avec vos clients. Veillez à répondre à leurs avis et à leurs commentaires.

LIRE LES AVIS





Transition numérique et artisanat



Petit prodige de Facebook, sa créativité, son humour et ses posts punchy n'ont rien à envier aux meilleurs youtubers. Mais attention, elle ne cherche pas à faire le spectacle, elle vise toujours en plein dans le mille. Les ventes décollent à chaque fois qu'elle pose ses yeux malicieux sur l'écran et ses doigts sur le clavier.

AVEC LA PETITE COCOTTE, LES VENTES S'ENVOLENT SUR FACEBOOK



s' il faut prendre des leçons de quelqu'un, avec Claire Gross nous sommes à bonne école. Avant de commencer, Claire nous rappelle quelques bases. La bienséance tout d'abord. Toujours utiliser une page professionnelle et non un profil perso. Ne jamais aborder sa vie privée, la page doit rester un outil de communication professionnelle. Supprimer les commentaires parasites et en bloquer les auteurs. Ne pas publier plus de trois fois par semaine. Il ne faut pas être lourd et envahissant. Plus technique maintenant. Éviter de poster plus de 3 photos, au-delà, les images sont rétrécies et peu visibles. En fonction de la cible, choisir les heures pour poster. Pour des femmes actives qui cuisinent, 7 h 30 semble être la bonne heure. Il faut éviter les heures de rush pour ne pas être noyé dans un fil d'actu souvent surchargé et trop rapidement réactualisé.

LA CLAIRE TOUCH C'EST BIEN SÛR UNE IMAGINATION PARFAITEMENT MAÎTRISÉE.

Sa page Facebook a été créée le jour de l'ouverture de sa boutique. Elle récolte au passage plus de 1 000 abonnés. Un démarrage déjà fort! Une page pro, il faut la faire vivre. Alors Claire photographie une montagne de petites cocottes en émail et écrit « Promo de dingue, la petite cocotte à 20 € au lieu de 60 € ». Les clients se les arrachent à la boutique, les 144 pièces partent dans la journée. À 16 h 45, il n'en reste plus une. Elle fait une nouvelle commande et en vend 444 dans la semaine. Époustouflant! En décembre, nouvelle photo d'une pile de guillotines à saucisson. Les abonnés, doivent deviner le nombre de pièces pour en gagner une. Elle filme en direct le tirage au sort et explose le compteur des ventes. L'opération recueille 1 210 commentaires et touche 52826 personnes sur FB. Bref, une guillotine à couper le souffle.

Elle publie les photos des préparations culinaires de ses clients appelés uniquement sur FB, ses poussins. « Ben oui » quand on est une petite cocotte. Elle poste des vidéos de démonstration de l'utilisation de ses produits. Dernière en date, la presse à biscuit, génial! Inutile de vous reparler des niveaux de vente qu'elle atteint ensuite. Tout aussi pertinent, la publication des vidéos qu'elle réalise lorsqu'elle visite les usines de ses fournisseurs. Elle filme la fabrication d'une casserole, d'un couteau, d'une marmite... un gage de qualité qui justifie les prix de ses articles.

Dernier conseil, il ne suffit pas de créer une page FB, encore faut-il la faire vivre et puis ce n'est pas parce que c'est gratuit qu'il ne faut rien faire.



PLACE AUX EXPERTS

LA COMMERCIALISATION PAR LE NUMÉRIQUE

PAR NICOLAS DUPONT - ORANGE

Environ 50 % des entreprises sont présentes en ligne à travers les réseaux sociaux ou via un site Web, selon une récente enquête menée par Orange (Observatoire de l'internaute projuin 2017). En revanche, si 7 consommateurs sur 10 achètent des produits sur Internet et paient directement en ligne, seule 1 PME sur 8 dispose d'une solu-

tion e-commerce, (rapport Deloitte sur la transformation digitale - février 2017). Être présent sur Internet et intégrer l'univers digital dans sa stratégie est donc devenu incontournable. Les flyers et autres prospectus sont-ils pertinents et suffisamment lus ? Complétez par du emailing! Quid de la pub de votre semaine anniversaire dans le gratuit local, pensez à votre fil d'actualité sur votre site Web, relayez sur vos réseaux sociaux! Augmentez le nombre d'abonnés à votre fil d'actualité où les « amis » de vos « amis » vont « liker » partager et repartager de façon virale l'info que vous avez postée. 88 % de vos nouveaux clients vous recherchent sur le Net où vous êtes désormais répertorié et géolocalisé,



suffit de cliquer pour connaître vos horaires d'ouverture, les avis de vos clients, vous contacter et suivre l'itinéraire jusqu'à votre boutique. Vous avez élargi votre zone de chalandise potentielle à l'ensemble du Web, mais 80 % des recherches concernent des informations très locales. Vos nouveaux clients vous choisissent à

90 % en fonction des recommandations trouvées sur le Web, vous devez être réactifs et maîtriser ce qu'on dit de vous. Internet, votre site Web, relayé sur vos réseaux sociaux, vous permet de booster vos ventes dans votre magasin et les applications dématérialisées vous permettent d'être plus agile et réactif, de n'importe où et n'importe quand, que ce soit pour partager vos données, envoyer des courriers postaux, accéder aux formalités d'entreprises ou s'assurer d'un paiement avec votre TPE mobile. Vous hésitez encore ? Vous ne savez pas par où commencer ? Et la sécurité dans tout ca ?

Contactez votre Chambre de métiers et de l'artisanat et inscrivezvous aux ateliers numériques Orange, c'est gratuit, grâce aux partenariats CMA 88 – Orange et CMA 55 - Orange



JULIEN DIDRY, PRÉSIDENT DE LA COMMUNAUTÉ DE COMMUNES DU PAYS DE VERDUN

« Si l'on tape chaussures sur Google, c'est toujours

une enseigne nationale ou internationale qui sortira en premier, le site proposera un choix infini et des délais de livraison extrêmement courts. Ce n'est pas la peine d'essayer de se battre sur ce terrain. En revanche, nos commerces et artisans offrent une présence physique de proximité et peuvent développer des services. Même si tous ne sont pas concernés par la vente directe, beaucoup ont intérêt à miser sur le Web to store, c'est-àdire inciter les gens à se rendre chez le commerçant ou l'artisan ou à le contacter par le biais d'Internet. Évidemment la question de la visibilité sur Internet est alors essentielle. Une market place, un site qui regroupe les artisans et commerçants d'un même territoire avec une animation commerciale et du

marketing en ligne, est peutêtre la solution. C'est du moins ce que nous tentons de faire avec la plateforme « côté-meuse. fr ». Certaines activités comme celle du maçon ont juste besoin d'être visibles, de renvoyer vers leur site, d'autres chercheront à vendre en ligne ou jouer le Web to store. La priorité est à mon sens d'être surtout visible sur le Web avec des contenus de qualité. Être visible seul c'est extrêmement difficile. »

Transition numérique et artisanat

CÉDRIC MASSON, DIRIGEANT DE FESTMAPPER, PRESTATAIRE DE SERVICES EN COMMUNICATION

« Pour être vu sur le Web en général ou sur les réseaux sociaux ou être lu dans les campagnes d'e-mailing, il faut se frayer un chemin dans un flux d'information surchargé. Le seul moyen, c'est évidemment de retenir l'attention. Et la première chose à faire est de toucher sa cible, celle à qui vous



apportez une solution à un ou plusieurs de ses besoins. Inutile d'arroser et d'agacer les gens avec des contenus ou messages qui ne les concernent pas. Dans le numérique comme dans toutes démarches commerciales, il faut bien identifier ses prospects et récupérer leurs adresses mail ou les inciter à vous abonner à votre page pro sur FB. Si les gens trouvent un intérêt, ils vous donneront leurs coordonnées. Sur FB, il faut s'assurer d'avoir un réseau de base dont vous êtes à peu près sûr qu'il relayera vos publications.

À vous de le faire grandir en cherchant vos prospects sur FB. Pour toucher l'ensemble de vos abonnés sur FB, il faut payer. Le post gratuit n'est diffusé qu'à 25 à 30 % de vos abonnés. Avec les mails, vous pourrez faire des newsletters et attendre l'ensemble de vos contacts directement. Il existe

de nombreuses solutions pour récupérer des adresses mails. Avec des formulaires sur votre site ou un jeu concours... Typeform ou googleforms sont gratuits et très simples à exploiter. Pour créer vos visuels, avec « Canva » c'est un jeu d'enfants. La version de base est gratuite. La vidéo sera bientôt le support le plus utilisé pour présenter des contenus. Enfin pour être lu, il faudra faire travailler votre imagination et trouver la forme et les messages qui interpelleront votre cible. À vous de jouer. »

5 IDÉES FAUSSES SUR LA VENTE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Les artisans ne sauront jamais quoi dire. Astuces, photos de vos produits, vidéos d'un tour de main... Vous avez tant de choses à partager avec vos clients!
- C'est réservé aux jeunes. Les réseaux sociaux, c'est une affaire d'état d'esprit plus que de génération. Comprendre les fonctionnalités, même les plus avancées, peut s'avérer être un jeu... d'enfants!
- Ça va prendre trop de temps. Avec un peu de méthode et d'organisation et en ayant une idée très précise de ce que l'on veut communiquer, un post sur les réseaux sociaux ne prend que

- quelques minutes. À vous de choisir la fréquence de vos publications... puis de vous y tenir.
- On ne pourra jamais mesurer l'efficacité. Le nombre d'abonnés, de commentaires et de vues est un bon indicateur de votre popularité. Alors, interagissez, faites vivre votre page et, surtout, misez sur l'authenticité.
- On n'a jamais rien vendu. Ne comptez pas sur les réseaux sociaux pour vendre à tout prix. Il s'agit surtout d'y développer de bonnes relations avec votre clientèle, basées sur la confiance, la réactivité et la convivialité. Si le client est séduit, les commandes suivront...



Les métiers sont en continuelle évolution: ils se transforment au fil des innovations technologiques et sociales. les artisans contribuent tous les jours à cette marche en avant. la transition numérique a déjà révolutionné bien des domaines d'activités artisanales...

Le numérique influence l'ensemble des métiers! De la brosse à cheveux intelligente qui informe sur l'état du cheveu et son humidité... aux moules à pâtisserie aux formes révolutionnaires par impression 3D; de la maquette numérique pour gérer les chantiers... au distributeur de baguettes fraîches qui avertit le boulanger quand les compartiments sont vides; de l'outil numérique qui révolutionne la réalisation d'un organigramme de clés à la réalité virtuelle qui permet de montrer leur future cuisine aux clients; du prototype en impression 3D pour un bijou à la fabrication d'une dent via l'impression 3D sans oublier les révolutions en réparation automobile... ou les nouveaux métiers qui se créent: imprimeur 3D... On ne soupçonne pas l'étendue du numérique dans l'univers de l'artisanat.

Les artisans s'informent, se forment, intègrent avec pragmatisme et discernement ce qui peut dans la transition numérique faire gagner du temps, améliorer la pratique de leur métier, la qualité de leurs prestations, la rentabilité...

Ils ont à leur côté différents organismes qui les aident dans cette veille et dans le transfert de technologie: les donneurs d'ordres et les clients, les fournisseurs, les organisations professionnelles, les centres de formation/centres de ressources, les pôles d'innovation, leur chambre de métiers et de l'artisanat. Les magazines professionnels, les newsletters consacrent des nombreux articles sur

les innovations. Personne ne peut passer à côté de l'information, particulièrement les artisans qui sont des passionnés de leur métier.

Les entreprises artisanales ont pour atout une réactivité et une souplesse qui facilitent leur adaptation à tous les changements en cours. Quelque part, ce sont les grosses entreprises qui encourent le plus grand risque de louper l'entrée dans une nouvelle ère technologique. On a vu des exemples incroyables comme le ratage du passage de l'argentique au numérique en photo pour certains fabricants...).

Les petites entreprises ont cependant leurs faiblesses: la lourdeur de certains investissements; la formation des équipes; l'attachement au métier et à ses traditions; le lobbying de grosses entreprises menaçant l'équilibre des petites à travers de normes non pensées pour le small business; la transmission de l'entreprise compromise si les technologies nouvelles n'ont pas été intégrées...

S'il est un conseil à retenir, c'est d'être toujours en veille et curieux; ne pas vivre sur ses acquis, ne pas rester au bord de la voie à regarder le train passer même si on arrive en bout de carrière professionnelle. Se former, travailler en réseau, se regrouper, quand les investissements sont lourds et qu'un matériel peut être partagé... Collaborer lorsque le savoir-faire d'un autre peut être complémentaire au sien. Ne pas rester isolé en se disant que ça nous dépasse.



Transition numérique et artisanat



Designer, concepteur en DAO, Maxime Cailliez, dirigeant de 3D Make Art à Épinal, met ses compétences au service des entreprises désireuses d'utiliser la fabrication numérique. Il met en œuvre son savoir-faire pour ses propres créations: sa MiniBee qui allie tradition et innovation est plébiscitée par des vaporteurs de toute la planète.

LA FABRICATION NUMÉRIQUE POUR DONNER CORPS À SES PROJETS

Arts de Lyon, une spécialisation en infographie 3D à l'ARIES, Maxime Cailliez est l'homme à connaître si vous voulez passer à la fabrication numérique, car il conçoit les modèles 3D indispensables pour l'impression 3D de vos pièces et objets (cf. page 38 Parole d'expert /Pôle ATEN). Il propose ses services dans son atelier 3D Make Art au Centre d'Affaires, place du Général de Gaulle à Épinal. « Je pars d'un dessin, d'un plan, voire d'une pièce existante, et je crée le modèle en volume avec différents logiciels. »

Installé depuis plus de deux ans, Maxime s'est fait connaître auprès d'architectes et d'entreprises susceptibles d'avoir besoin de DAO (Dessin assisté par ordinateur). La demande reste encore timide: les plus grosses entreprises gèrent cette étape elles-mêmes et les petites sont encore à convaincre. Il faudra que l'impression 3D soit bien intégrée par les artisans pour qu'elle entre complètement dans leur processus de fabrication, générant alors le besoin: « Pour que le coût de la prestation ne soit pas un frein, il faudra que l'artisan trouve un gain réel dans cette technologie », considère Maxime.

FACILITÉ DE FABRICATION

En attendant, le designer exploite la fabrication numérique pour ses propres créations. Il a conçu une box pour les vapoteurs, la « MiniBee » et s'est fait une renommée internationale dans ce créneau de niche. Son modèle de cigarette électronique vise trois qualités: être à la fois pratique, fiable et esthétique. Il allie pour ce bel objet, les techniques de l'impression 3D et un travail traditionnel de la matière.

Ainsi, le « corps » de la box est réalisé en fabri-

cation additive: il a créé le modèle en volume et confie la production à un prestataire en impression 3D industriel. « L'intérêt de l'impression 3D est surtout dans la facilité de fabrication pour des petites séries et dans la légèreté du produit que confère cette technique. L'inconvénient, modère-t-il, ce sont de très légers écarts de cotes d'une pièce à l'autre, nécessitant à la suite des finitions personnalisées. »

Pour la porte de la box, Maxime revient aux procédés classiques, en usinant des plaques de bois stabilisé (diverses essences de bois, peuplier, érable ondé, injectées de résine colorée Époxy sous vide). « C'est une matière qu'on utilise en coutellerie », précise le designer. Il façonne le bois pour ajuster les « portes » au corps (à cause des écarts cités plus haut). Il le polit, faisant ressortir les dessins naturels du bois, qu'il relève, révèle... La box acquiert le raffinement d'un objet artisanal. Chaque modèle est unique.

Affinée, peaufinée entre les mains de l'artisan designer, la Minibee 3D MakeArt séduit de nombreux vapoteurs. Un article d'experts vantant ses qualités est sorti sur le net. Une très belle reconnaissance et un coup de boost inespéré pour le concepteur qui confie que ce marché est très encombré, notamment par des producteurs chinois. Lui vend uniquement sur son site Web et communique via les réseaux sociaux, développant des techniques de marketing adaptées, avec un groupe de fans auquel il réserve des offres exclusives. Il a réalisé des ventes en Australie, aux USA!

Pour consolider son activité, Maxime a pu, grâce à l'expertise qu'il a développée dans ce produit, trouver des marchés complémentaires en fabriquant des box pour d'autres marques.

LES RESSOURCES D'UN FABLAB... DÉMONSTRATION À SAINT-DIÉ

Un FabLab permet à des entreprises et des créateurs de concrétiser des projets rapidement et à coût abordable: c'est ce constat qui a amené la pépinière d'entreprises de Saint-Dié des Vosges à initier la mise en place un atelier numérique, FabLab Vosges, association de loi 1901. Il s'adresse également au grand public (artiste, bricoleur du XXIe siècle, designer, étudiant...) désireux d'expérimenter et d'enrichir leurs connaissances pratiques en CFAO*, en électronique, et en design produit. L'association aide grâce à ses moyens à passer rapidement du concept au projet.

Emmanuelle Cuny-Rovel, tapissière-décoratrice et designer à Saint-Dié, utilise les ressources du Fablab Vosges:



« Je suis adhérente et pour moi qui aime développer des idées nouvelles, il y a du bon matériel pour travailler. Mes recherches portent sur le textile mais j'ai aussi des projets sur le bois...

Nous avons également, avec mon mari Julien Cuny, artiste, réalisé l'étagère installée au Fablab, et un prototype d'assise « La Main » Cela reste des essais, que je souhaite à l'avenir approfondir ».

Le FabLab Vosges a compté parmi ses adhérents un autre artisan, Julien Claudel, charpentier-couvreur: « Le fablab est très intéressant avec ses machines innovantes: ça m'a permis de découvrir d'autres procédés comme l'impression 3D. Les équipements ne sont pas dimensionnés pour les métiers de la charpente bois et je ne suis pas allé plus loin. Mais je pense que ça pourrait intéresser des artisans, ébénistes, métalliers, etc. ».



LE MODÈLE POUR **RÉALISER LA PIÈCE**...



François Buvry chargé des relations avec les entreprises au Pôle d'innovation pour l'artisanat ATEN, pôle spécialisé dans l'accompagnement des entreprises artisanales dans la transition numérique, attire l'attention sur un point essentiel pour pouvoir fabriquer avec une machine numérique: « En amont des possibilités techniques offertes par les procédés de fabrication numérique type impression 3D, découpe laser, usinage par machine à commande numérique, il y a une phase importante et indispensable: disposer du modèle de l'objet ou de la pièce. Pour cela, il est nécessaire d'utiliser un logiciel de conception en 2D ou en 3D selon la machine utilisée derrière pour réaliser le modèle. Je conseille de se rapprocher des FabLabs, lieux très intéressants où les artisans pourront découvrir ce genre de logiciels et acquérir la compétence de façon à créer des modèles qu'ils vont pouvoir ensuite utiliser pour la fabrication. En alternative à l'utilisation d'un logiciel de conception 3D, il existe deux autres possibilités pour disposer d'un modèle numérique: télécharger un modèle sur Internet, ou utiliser un scanner 3D pour pouvoir numériser une pièce déjà existante. »

Transition numérique et artisanat

PORTRAIT TYPE DE L'ARTISAN 3.0.



L'artisan 3.0 intègre le numérique dans son processus de création et de production « sans pour autant renoncer à son savoir-faire, aux gestes qui font toute la différence, sans renier sa personnalité, ses valeurs, sa proximité avec sa clientèle ».

oici en 6 points le Portrait type de l'artisan connecté qui a pris le virage du numérique dans son métier...

- Il participe à un FabLab: dans ce lieu d'échanges, il booste sa créativité, trouve des partenaires, des solutions techniques et logistiques pour imaginer, concevoir et fabriquer un nouveau produit...
- Il investit dans les outils numériques: une imprimante 3D va lui permettre de fabriquer des prototypes; une découpe laser va améliorer la précision de ses travaux, va lui faire gagner du temps, va limiter les pertes. Dopées et mise en valeur par l'apport de la technique, la maîtrise du geste et la compétence professionnelle ouvriront de nouvelles perspectives.
- Il s'équipe en logiciels métiers: aider une cliente à choisir sa nouvelle coiffure ou une nouvelle paire de lunettes, simuler les plans de la cuisine équipée, améliorer le design de ses produits: autant de possibilités pour innover et développer ses affaires, en accompagnant le client dans ses choix. Il s'informe et se forme en ligne
- Il s'informe sur la réglementation: sur les règles d'hygiène et de sécurité, sur les aides à l'embauche et à l'apprentissage, sur la prévention des risques, etc. Un clic, une application et l'information est là.
- Il se forme, sans avoir à se déplacer, sur les évolutions de son métier, sur les nouvelles technologies; il vérifie ses connaissances:

- e-learning et didacticiels sont une aide précieuse pour monter en compétence. Il gère son entreprise plus facilement.
- Il s'intéresse de près aux avancées numériques dans son métier. Par exemple, s'il travaille dans le bâtiment, il s'informe sur la mise en œuvre du BIM et ses applications dans l'artisanat du bâtiment...

Extrait du « Recueil des bonnes pratiques du numérique dans l'artisanat » réalisé par la Direction générale de l'entreprise (DGE), en liaison étroite avec les Directions régionales des entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du travail et de l'emploi (DIRECCTE), l'Institut supérieur des métiers (ISM), l'Institut national des métiers d'art (INMA) et l'Assemblée permanente des chambres de métiers et de l'artisanat (APCMA).

Boîte à outils

LES PÔLES D'INNOVATION ET **LE NUMÉRIQUE:**

Les pôles d'innovation pour l'artisanat jouent un rôle déterminant d'interface avec les organisations professionnelles représentatives de leur champ d'activité, l'Assemblée permanente des chambres des métiers et de l'artisanat, les structures de soutien à l'innovation, les centres et les laboratoires de recherche, pour développer des synergies et des coopérations autour de l'innovation dans l'artisanat. Pour retrouver le pôle d'innovation propre à votre activité: http://ism.infometiers.org/ISM/Poles-d-Innovation-pour-l-Artisanat/Poles-d-Innovation-pour-l-Artisanat

DEUX PÔLES D'INNOVATION POUR L'ARTISANAT SONT SPÉCIALISÉS DANS L'ACCOMPAGNEMENT À LA TRANSITION NUMÉRIOUE :

Le Pôle ATEN à Caen: ce pôle est spécialisé en technologies numériques et a comme objectif principal de faciliter l'appropriation et l'accompagnement à l'usage des technologies numériques par les entreprises artisanales et les TPE. Le numérique s'intègre à tous les niveaux de la chaîne de valeur de l'entreprise artisanale du processus de fabrication à la commercialisation. Priorité en matière d'innovation: proposer une offre ouverte à tous présentant les technologies dites de rupture (puces RFID, NFC, réalité augmentée, MOOC, impression 3D, objets connectés...) afin de faciliter leur intégration dans les processus de production, gestion ou communication; proposer une offre métiers en apportant une méthodologie et des conseils dédiés (état de l'art, maquette numérique, diffusion spécialisée, ateliers métiers,

accompagnement de projet); Accompagner de manière individualisée l'artisan dans la mutation de la chaîne de valeur, par l'intégration des outils numériques en leur proposant un appui sur mesure et méthodologie de projets adaptés.

Le CTAI à Colmar: expert en technologies et usages numériques, le CTAI, pôle d'innovation pour l'Artisanat, dans le domaine des technologies et usages numériques, réalise des applications mobile, des sites Internet, de la communication digitale sur les réseaux sociaux, des vidéos et propose des services de créations graphiques pour accompagner les artisans dans leur transition numérique.

Mais tous les pôles d'innovation ont placé la transition numérique au cœur de leur travail et leurs

Situé en Meurthe et Moselle, le Cerfav, Centre européen de recherches et de formation aux arts verriers, devenu la référence en matière de formation (continue ou par apprentissage) et de dévelopment des arts et techniques du verre, s'est également doté d'un FabLab. Les équipements du Glass Fablab sont classiques (imprimantes 3d, fraiseuse 3 axes à commande numérique, découpe laser, scanner 3D, plotter de découpe), s'y ajoutent un bras de modelage haptique, des ordinateurs, des logiciels, des formations certifiantes

reconnues, et une expérience des métiers d'art et de leurs procédés avancée. Ajoutons bien sûr une plateforme verrière complète avec atelier de moulage, bois, mécanique, sablage, reprographie propre à servir les projets. Des formateurs, ingénieurs informaticien, plasticien et designer eux-mêmes formés aux métiers artisanaux.

Des collaborations originales et très innovantes se mettent en place entre le Cerfav et des artisans lorrains. « Au travers de notre programme SPEED FABLAB (nous par la mission Métiers d'art de la Région, nous avons eu des échanges fructueux avec une bonne vingtaine d'artisans d'art lorrains. L'innovation est apparue à différents niveaux (dans les procédés de mise en œuvre artisanaux qui ont évolué et dans les formes et les concepts d'objets qui sont apparus), » explique Philippe Garenc au CERFAV. «La formation Concepteur-Créateur accueille aussi des artisans d'art en herbe qui bénéficient aussi d'une formation approfondie à la conception et la fabrication numérique ».

Dossier

Transition numérique et artisanat

recherches pour apporter aux artisans des informations, formations, accompagnements dans leur propre métier.

Par exemple, **PIBOIS**, Pôle d'innovation des entreprises de deuxième transformation du bois, filière qui réunit les métiers de charpentier, constructeur bois, menuisier, ébéniste et agenceur et a vocation à être un acteur majeur de la transition énergétique et numérique. Le pôle travaille notamment sur la démocratisation de l'utilisation des outils numériques dans leur globalité, de la conception de l'ouvrage à sa mise en œuvre, en passant par la production et l'organisation de l'entreprise;

L'INBP, Pôle d'Innovation pour l'Artisanat des filières « blé-farine-pain » et « sucre », met en œuvre des actions innovantes qui soutiennent la performance de l'entreprise de boulangerie-pâtisserie artisanale. Un de ses axes de travail est l'innovation commerciale et marketing pour s'adapter aux nouvelles formes de concurrence en termes de prix, de distribution et de communication, en tirant parti des outils issus de la transition numérique.

DES FABLABS PRÈS DE CHEZ VOUS

Familiarisez-vous avec les outils de fabrication numérique et les multiples possibilités offertes par les FabLab près de chez vous:

- Meurthe-et-Moselle http://nybi.cc/ https://www.fablabs.io/labs/theglassfablab https://www.fablabs.io/labs/lf2l
- Meuse: https://www.fablabs.io/labs/numrifab
- Moselle: http://graoulab.org/ https://mdesign57.wordpress.com/ http://tcrm-blida.com/les-residents/4_Fablab-MDesign http://www.thilab.fr/ http://wiki.fablab.is/wiki/OpenEdge/fr https://www.fablabs.io/labs/fabulis
- Vosges: http://fablab-vosges.fr/



BÂTIMENT & INFORMATIONS MODÉLISÉES

C'est quoi le BIM? Le BIM, en anglais « Building Information Modeling », peut se traduire en français par Bâtiment & Informations Modélisées. C'est le partage, via une maquette numérique, d'informations fiables tout au long de la durée de vie d'un bâtiment ou d'infrastructures, de leur conception jusqu'à leur démolition. La maquette numérique constitue une base de données technique, standardisée, partagée. Elle contient les objets composant le bâtiment, leurs caractéristiques physiques, techniques et fonctionnelles et les relations entre ces objets comme la composition détaillée d'un mur ou la

localisation d'un équipement dans une pièce. Le BIM permet de transmettre les bonnes informations, aux bons interlocuteurs, au bon moment. (Information Pôle ATEN)

C'est pour qui? Tous les acteurs de la filière bâtiment / construction / maintenance.

En savoir plus: http://artisans.chefdentreprise.com/ Thematique/digital-innovation-1061/Breves/BIM-PTnBlance-service-choisir-ses-outils-numeriques-314182.htm

Démarche BIM en vidéo: https://www.youtube.com/watch?time_continue=6&v=5fwIBvIIPVI https://www.youtube.com/watch?v=2qKJV7FdYL8



L'HEURE DU (DÉ)CLIC

Avec l'essor d'Internet, le client a vu son périmètre s'étendre au-delà de l'acte d'achat. Particulièrement actif sur la toile, il exprime le désir d'être informé, rassuré, séduit, interpellé, choyé... et promet en échange d'agir, de réagir voire d'interagir en ambassadeur spontané d'un produit coup de cœur. Une aubaine pour le secteur artisanal qui conjugue au futur, en version digitale, ses valeurs de proximité, de savoir-faire et de relationnel. À ceux qui ont déjà franchi le pas et à ceux qui s'apprêtent à le faire, quelques perspectives sur un champ qui n'a pas fini de fleurir.

18 heures par semaine, c'est le temps moyen que consacrent les Français à Internet. Parmi eux quantité d'artisans connectés, convaincus de l'intérêt d'y promouvoir leur activité pour augmenter leurs ventes, fidéliser leurs clients, élargir leur clientèle... La place de l'artisanat sur la toile évolue favorablement, toutefois les chiffres montrent des disparités. Alors que 80 % des particuliers qui ont besoin d'un artisan interrogent le Net, tous les artisans n'ont pas encore adopté de stratégie. De fait, ils sont 51 % à posséder un site Internet et 25 % à avoir une page Facebook (étude +Simple, OpinionWay, 2016). Pourtant un

simple test sur un moteur de recherche permet de se convaincre que la manifestation digitale d'une entreprise précède toute initiative de sa part et s'alimente de façon autonome. La liste des liens qui résulte d'une recherche révèle sa visibilité sur le Net, dite « e-réputation », orchestrée ou non par celle-ci. Laissée en friche, elle comportera des défauts : imprécisions sur la fiche Google My Business, photo peu flatteuse ou avis négatif d'un client. En 2018, gérer sa e-réputation n'est plus une option pour l'artisan qui, reprenant la main sur sa communication en ligne, bénéficiera de retombées positives sur son activité.



Pierre Lorin, orfèvre-joaillier à Metz.



SE FORMER POUR FRAPPER JUSTE

Comme le constate Régis Moritz, formateur de la CMA 57 et dirigeant de l'agence CR2 agency, il existe encore quelques freins à lever pour optimiser la transition numérique du secteur des métiers. « En début de formation, les artisans me font part de leur appréhension de se voir dépasser par l'outil, rapporte-t-il. Mais à la fin, ils repartent enthousiastes, à même d'agir sur la notoriété de leur entreprise. » Compte tenu de l'offre gratuite conséquente, le manque de budget n'est plus un argument valable pour s'en passer. Faut-il encore avoir les compétences pour s'adresser aux bonnes personnes sur le média adéquat. C'est afin d'accompagner les artisans dans cette démarche que le réseau des CMA a conçu des formations pratiques et personnalisables. Pour des besoins

es différents réseaux sociaux Régis Moritz, formateur de la CMA 57 et dirigeant de l'agence CR2 agency.

plus ponctuels, les tutoriels en ligne fournissent un complément d'aide intéressant. Il convient enfin de rappeler que l'on peut intervenir selon différents paliers, selon ses objectifs et son degré de maîtrise, de la vitrine de magasin statique au champ relationnel élargi multi-entrées.

POUR NE PAS SE PERDRE SUR LA TOILE

Site, blog, newsletter, réseaux sociaux... les possibilités sont nombreuses et obéissent chacune à une logique propre. Pour déterminer sa stratégie digitale, il importe en premier lieu de se centrer sur l'humain en se penchant sur les usages et besoins des clients et prospects pour être certain de les toucher. Pierre Lorin, orfèvre-joaillier à Metz, prête notamment attention aux critères d'âge et de pouvoir d'achat: « Sur Facebook, je m'adresse à une tranche d'âge supérieure qui a les moyens d'acquérir mes bijoux. Les jeunes, plus présents sur Instagram, contribuent à étendre mon réseau car ils ont la culture du partage. » Le facteur temps, non des moindres, arrive en second lieu : les canaux sont multiples et le risque de s'y éparpiller demeure. « On ne peut pas partir tous azimuts, cela serait trop chronophage pour un résultat peu probant », témoigne Jean-Luc Poncin, dirigeant de la Brasserie de Nettancourt. Il observe qu'« il est contre-productif de laisser

Portraits



des pages à l'abandon, cela donne une mauvaise image. » De fait, la régularité et la constance sont deux vertus à honorer sur le Net pour bâtir une communauté sur la durée. Le contact (publication, envoi de newsletter...) qui respecte une fréquence inscrit la relation dans le durable et atteste aussi de la fiabilité de son émetteur. Le temps consacré à l'entretien de cette relation avec les internautes se verra récompensé par la qualité de l'audience réunie, composée de clients fidèles et réactifs.

INSTALLER LA CONFIANCE

Sur Internet comme dans la vie, c'est souvent la première impression qui prime et qui préside à la suite de la relation. En conséquence de quoi le reflet de l'entreprise sur le Net se trouve rapidement associé, à tort ou à raison, à la qualité intrinsèque d'une entreprise. Influencé par ce jugement biaisé, l'internaute insatisfait passera son chemin. Le site Internet, y compris en configuration basique, constitue donc une entrée idéale que l'entreprise peut modeler pour informer, porter ses valeurs et mettre en avant son savoir-faire. Pierre Lorin, orfèvre-joaillier à Metz confirme l'impact décisif du site sur son activité en magasin. « Mon site a aussi pour fonction de rassurer, remarque le jeune homme. Les clients s'y attardent pour se faire une idée de mon travail avant de se déplacer à l'atelier. » C'est sur sa propre expérience d'utilisatrice que Laetitia Lhermite, photographe basée à Marieulles, s'est appuyée pour concevoir sa stratégie digitale. « Quand on doit faire appel à un prestataire, on veut savoir à qui on s'adresse, quel est son parcours, son univers et ses références », indique-t-elle. Ainsi elle s'attelle à gagner la confiance du client en insérant sur son site toutes les informations nécessaires, « Pour conserver l'intérêt de l'internaute un site doit répondre à deux critères essentiels, explique Régis Moritz. D'une part, il doit être responsive (déclinable sur



Transition numérique et artisanat

Des artisans 5 étoiles

Qui n'a pas choisi un restaurant, un hôtel ou un ordinateur en parcourant les commentaires afférents ? Les notes étoilées constellent les plateformes d'achat et de réservation. Google et Facebook aussi proposent aux internautes de laisser un avis. Nouvelle expression du puissant « bouche-à-oreille », les recommandations de clients forgent la réputation d'une entreprise, rassurent le client potentiel et sont susceptibles de motiver son acte d'achat. Ne manquez pas cet important argument commercial et pensez à choyer le client qui aura laissé un commentaire positif (promo, offres...). Une crainte pourtant... celle de voir poindre une remarque désagréable d'un client mécontent et qui le fait savoir... Avant toute chose, résistez à la tentation de supprimer cet avis et prenez en compte la plainte exprimée. En accordant du temps pour y répondre avec des arguments factuels et en proposant une solution, vous pourrez de la sorte désamorcer son effet négatif et retourner l'incident en votre faveur en montrant votre réactivité et votre attention au client.

GSM) vu que 49 % des recherches Internet se font sur mobile. Et d'autre part, il faut qu'il soit bien référencé pour qu'il apparaisse en priorité dans le résultat des recherches. »

ALIMENTER LA RELATION, DÉCLENCHER L'ENVIE

La communication numérique fonctionne en partie sur la relation privilégiée nouée entre une entité et sa communauté. Sans perdre de vue la dimension commerciale à court ou à moyen terme, l'internaute attend de cette relation qu'elle lui

procure une forme de satisfaction l'incitant au partage et à la recommandation. Elle se construit au fil du temps et des publications qui donnent « corps et âme » à une entreprise. Cette incarnation assume aussi le rôle d'élément de différenciation vis-à-vis de la concurrence. Pour cela, les contenus, texte et image, viennent « raconter » l'activité, son histoire, ceux qui la composent, ses produits et réalisations... Promotions, concours, conseils et astuces ou encore photos, toutes les idées servent à alimenter la relation, dans le respect d'un rythme indiqué (ni trop... ni trop peu!) et d'une ligne éditoriale cohérente et sincère. Une mise en scène de soi et de son activité qui ne dépasse cependant pas les limites de la vie privée. Enfin, pour que la séduction opère et qu'elle déclenche l'envie, et/ou l'acte d'achat, un soin particulier doit être porté aux illustrations comme en témoigne Pierre Lorin : « Les photos de mes bijoux véhiculent mon univers artistique et le fait main. » Il s'est aussi essayé à la vidéo sur YouTube et reconnaît que « pour que cela fonctionne, il faut capter le regard de l'internaute dès les premières secondes ». Pour entretenir le lien avec ses clients, La Brasserie de Nettancourt a opté pour une page Facebook comme 25 % des entreprises artisanales. Elle diffuse également une newsletter mensuelle. « La newsletter, précise Jean-Luc Poncin, sert à provoquer une action alors que Facebook me permet d'élargir mon réseau de proximité grâce au partage des fans. » Aux artisans qui font leurs premiers pas, Régis Moritz, expert et formateur à la CMA 57, conseille de s'appuyer sur leurs cercles de connaissance en leur demandant de relayer leurs annonces.

Financement participatif et coup de communication

Un autre volet de la communication digitale empreinte la voie du financement participatif ou crowdfounding. Le modèle porté par kisskissbankbank.com, signataire d'une convention de partenariat avec l'APCMA en 2015, s'est montré propice aux

artisans. Ils voient leurs projets d'investissement soutenus par des particuliers soucieux d'animer la vie de leur quartier ou de leur village ou encore de favoriser des initiatives personnelles. Pour être concluant, l'appel aux dons passe par une campagne

de communication en ligne visant d'une part, à récolter la somme escomptée, et d'autre part à accroître sa notoriété. Conquis par l'idée, des internautes pourront la relayer et se faire prescripteurs auprès de leurs cercles de proches.

A vous de jouer!

L'ARTISAN AUX MANETTES

Les métiers de l'artisanat ont tout à gagner à s'emparer du digital dans le but de se rendre visible de tous et d'aller à la rencontre des clients et prospects. Tous les voyants sont au vert : le marché est en attente de ce type de communication et le travail de communicant/administrateur n'aura jamais été aussi précis, facilité par la récolte de données et basé sur leur analyse. Rien de figé et d'irrémédiable sur un média qui laisse place aux tâtonnements et aux expérimentations. « Je teste différents types de publication puis j'étudie les résultats obtenus pour affiner mon plan d'action », relate la photographe Laetitia Lhermite qui a créé sa page professionnelle sur Facebook il y a moins d'un an. Enfin, qu'il s'agisse de prendre le train en marche ou d'approfondir sa démarche, adopter une stratégie digitale s'impose à tout artisan qui souhaite prospérer. Elle deviendra même rapi-

Aide en ligne

Pour les néophytes et pour ceux qui voudraient passer au cap supérieur. Internet fourmille de tutoriels et de support d'autoformation, à l'image de *Google Ateliers* Numériques et Facebook business pour ne citer qu'eux. Les sites spécialisés, Outilstice.com ou Leptitdigital. fr par exemple, sont des sources utiles de veille. On y trouvera des conseils en tous genres, des astuces pour la création de site en ligne ou l'utilisation de système de mailing et encore des liens vers des banques d'images libres de droit.

dement vitale, y compris dans une politique de proximité. Sans compter que l'avenir proche nous prépare des avancées encore insoupconnées dans le domaine, notamment par la combinaison des données et de l'intelligence artificielle desquelles l'artisanat pourra se saisir pour se développer.

SUR OUEL **RÉSEAU SOCIAL MISER?**

 Le temps est une précieuse denrée... Surtout pour vous, artisans, qui êtes sur-sollicités. Alors, pour optimiser l'énergie déployée à gérer les réseaux sociaux, il vous faut faire des choix stratégiques : le bon réseau, pour la bonne activité. Voici quelques conseils.



FACEBOOK, LE PLUS UNIVERSEL

Avec 33 millions d'utilisateurs actifs en France, difficile d'échapper à Facebook qui s'impose comme le fer de lance des réseaux sociaux. Pour quels secteurs? Toutes les branches de l'artisanat. Quelle fréquence de publication? Au moins deux fois par semaine. Que poster? Photos de vous et de votre équipe, des chantiers, réalisations, produits... Vidéos « native » (publiées directement sur la page) ou « en direct »: coulisses de votre atelier, du process de fabrication. Promotions et renvois vers votre site marchand. Informations pratiques (adresse, horaires...).

Nos conseils: depuis peu, Facebook privilégie les publications de comptes personnels, au détriment de celles des pages. Créer un compte « pro » depuis lequel vous reposterez le contenu de votre page vous permettra d'être mieux vu. Utiliser la fonction « filmer en live »peut aussi être une solution, car une notification alerte vos abonnés.

Transition numérique et artisanat

INSTAGRAM, LE PLUS VISUEL Basé sur l'image et fédérant 16,4 millions d'abonnés en

France, Instagram progresse de manière spectaculaire pour deux raisons: il est très apprécié des jeunes et permet de retravailler facilement ses photos. Pour quels secteurs? L'artisanat d'art, les métiers de la mode, de bouche, les services (coiffure, esthétique, toilettage...), toute activité liée au design. Quelle fréquence de publication? Au moins une fois par semaine, sinon quotidiennement. Que poster? Vidéos, photos avec et sans filtre de vos réalisations et projets en cours. N'hésitez pas à vous mettre en scène avec vos produits. Accompagnez chaque publication d'une série de mots-dièses pertinents (15 maximum). Par exemple: « Démonstration de rapiécage d'un sac de #cuir #artisanat #maroquinerie #JEMA #France #metiersdart ».

Nos conseils: Pour bâtir un réseau cohérent, ne vous abonnez pas à n'importe quel compte. N'hésitez pas à rédiger des hashtags en anglais. Pour toucher une cible de particuliers, vous pouvez aussi alimenter un compte Pinterest, basé sur un principe de galerie photos.

YOUTUBE, LE MÉDIA DEVENU SOCIAL

Avec 33 millions d'utilisateurs actifs en France, difficile d'échapper à Facebook qui s'impose comme le fer de lance des réseaux sociaux. Pour quels secteurs? Toutes les branches de l'artisanat. Quelle fréquence de publication? Au moins deux fois par semaine. Que poster? Photos de vous et de votre équipe, des chantiers, réalisations, produits... Vidéos « native » (publiées directement sur la page) ou « en direct »: coulisses de votre atelier, du process de fabrication. Promotions et renvois vers votre site marchand. Informations pratiques (adresse, horaires...).

Nos conseils: Une fois rodé à l'exercice, pourquoi ne pas monter votre propre websérie, avec ou sans sponsor? Vous ferez alors d'une pierre deux coups: vous donnerez envie à d'autres de se lancer dans la même activité et ferez parler de votre entreprise. Vous pouvez également créer votre propre campagne publicitaire (formats InStream, InDisplay ou Masthead).

TWITTER, LE PLUS INSTITUTIONNEL

Pour l'artisan, Twitter permet à la fois d'effectuer une veille sur son secteur et de valoriser son entreprise. Parmi les 15 millions d'utilisateurs (« twittos »), nombreux sont des acteurs institutionnels, soit un bon réseau pour toucher les prescripteurs. Pour quels secteurs? Toutes les branches de l'artisanat. Quelle fréquence de publication? Idéalement quotidiennement, sinon au moins trois fois par semaine. Le tout est de ne pas y être absent trop longtemps. Que poster? Des photos de vos réalisations, des retweets d'infos intéressant votre branche. Vous assistez à un Salon, une conférence? Postez quelques photos ou vidéos « en direct » (attention au droit à l'image: l'événement doit être public et les commentaires ne doivent pas détourner le sens de l'image).

Nos conseils: Sur Twitter, le ton est en général neutre. Pour vous démarquer, n'hésitez pas à utiliser un ton décalé (gifs, humour...) et à rebondir sur les rendez-vous de Twitter: #FF (follow Friday), #MardiConseil, #JeudiConfession, #VendrediLecture, etc.

AVANT DE VOUS LANCER...

- ✔ Idenfiez vos besoins. Pourquoi animer une page? Pour attirer des clients? Pour fédérer autour de votre marque?
- ◆ Évaluez le temps dont vous disposez. Cela conditionnera le choix du nombre de réseaux sociaux.
- Pensez à promouvoir vos comptes. Dans tous les cas, parlez-en de vive voix dès que l'occasion se présente.
- ▼ Faites des tests. Rien de plus probant pour décider quels seront vos réseaux sociaux idéaux.

TOUR DU GRAND EST

Troyes, Nancy, Reims, Bar-le-Duc... Bernard Stalter sillonne le Grand Est depuis le début de l'année pour rencontrer les acteurs de terrain, celles et ceux qui agissent au quotidien pour l'intérêt des 92 000 entreprises artisanales de notre Région.

ne visite qui se complète systématiquement d'un échange constructif et nécessaire sur l'avenir du réseau. L'objectif : créer un nouveau modèle économique pour les Chambres de Métiers qui renforce encore davantage la proximité et le service aux artisans.

À CHAOUE VISITE. SA THÉMATIQUE

Différents enjeux animent le réseau des chambres de métiers, que ce soit au plan national ou régional. Apprentissage, transition numérique, orientation, ruralité... à chaque déplacement, une thématique précise est développée: l'occasion d'aller au cœur du sujet de manière concrète, face à la réalité du terrain





Semaine Nationale de l'Artisanat

ÉDOUARD PHILIPPEDANS LE GRAND EST

Le 23 mars dernier, Édouard Philippe était dans le Grand Est, à Mulhouse au Centre de Formation des Apprentis. Accueilli par le Président Bernard Stalter pour visiter l'établissement et aller à la rencontre des enseignants et des apprentis, le Premier Ministre a ainsi clôturé officiellement la Semaine Nationale de l'Artisanat.

UNE MATINÉE MULHOUSIENNE

Dans le cadre des actions de politique de la ville menées par le Gouvernement, le Premier ministre Édouard Philippe, accompagné du ministre de la Cohésion des territoires Jacques Mézard, et de son secrétaire d'État Julien Denormandie, s'est rendu le 23 mars dans le quartier des Côteaux de Mulhouse.

UN SIGNAL FORT

Celui-ci s'est ensuite rendu au centre de formation d'apprentis de l'artisanat de la CMA d'Alsace. Avec Bernard Stalter, le Premier ministre a pu échanger avec les jeunes en formation automobile et leurs maîtres d'apprentissage rassemblés dans le cadre de la finale Grand Est des Olympiades des métiers. À quelques semaines de la présentation en Conseil des ministres de la réforme de l'apprentissage, la présence du chef du Gouvernement conforte le réseau des CMA comme partenaire privilégié dans l'élaboration de la réforme de l'apprentissage.

« C'est un signal fort du chef du Gouvernement adressé au secteur de l'artisanat qui forme chaque année 35 % des apprentis en France avec l'appui des chambres de métiers et de l'artisanat et de leurs centres de formation Rappelons que 80 % d'entre eux trouvent un emploi pérenne dans les six mois qui suivent la fin de leur formation, ce qui fait de l'artisanat, première entreprise de France, un secteur exemplaire en la matière », Bernard STALTER.

ESSENCES & MATIÈRES 2018 S'INSTALLE À NANCY

Il y a eu Thaon-les-Vosges, Metz et Reims... Cette année c'est à Nancy que le Salon Essences & Matières va s'installer, dans les prestigieux salons du Palais du Gouvernement, du 16 au 18 novembre. Une nouvelle édition pour cette manifestation dédiée à l'excellence des métiers d'art qui signe également la venue d'un nouveau concept : une invitation aux pays des métiers d'art...

Ils sont luthiers, ébénistes, verriers, ferronniers ou encore tapissiers... Ils possèdent une technicité, une finesse et une précision du geste exceptionnelle. Ce savoir-faire est encore trop peu connu ou reconnu, leurs créations restent encore trop souvent rares au sein de nos intérieurs, dans notre quotidien et pourtant...

Le nouveau concept d'Essences & Matières veut emmener le public au pays de ces artisans-artistes, leur faire découvrir leur métier, leurs créations au sein d'une mise en scène originale et spectaculaire.



Vous êtes artisan du Grand Est et exercez dans les métiers d'art? La CRMA Grand Est vous propose d'intégrer le nouveau concept d'Essences & Matières.

Nos services vous accompagneront, conseilleront et formeront : pour connaître toutes les informations, les modalités pratiques autour d'Essences & Matières 2018 ou pour télécharger un dossier de candidature

Rendez-vous sur www.crma-grandest.fr ou contactez-nous au 03 87 20 36 80

RÉFORME DE L'APPRENTISSAGE : OUELS CHANGEMENTS ?

Le 9 février dernier, Muriel Pénicaud annonçait les 20 mesures qui composent la réforme nationale de l'apprentissage. Une réforme à laquelle le réseau des chambres de métiers a activement contribué en remettant à la Ministre du Travail en novembre 2017, le Livre Blanc de l'apprentissage, duquel plusieurs préconisations ont été reprises. Présentation.



POURQUOI RÉFORMER L'APPRENTISSAGE : LES 10 RAISONS

- 1,3 million de jeunes en France ne sont ni en formation ni en situation d'emploi
- Aujourd'hui, **l'adaptation d'un diplôme** à la réalité du marché de l'emploi demande plusieurs années
- La durée du contrat d'apprentissage était jusqu'alors rigide pour les jeunes, les entreprises et les CFA
- L'accès à l'information sur la voie de l'apprentissage (déroulement, débouchés...) n'est pas identique pour tout le monde
- 7 apprentis sur 10 trouvent un emploi dans les 7 mois qui suivent leur apprentissage
- Le développement des CFA pour répondre aux besoins en compétences des entreprises ne se fait pas de manière libre
- Le système de l'apprentissage était complexe et décourageait CFA, apprentis et entreprises
- Seulement 6 800 apprentis partent en Erasmus en Europe contre 43 000 étudiants pour les autres filières.
- Seulement 7 % des jeunes sont en apprentissage contre 15 % dans les pays européens où le chômage est bas
- 10 II y a peu de passerelles pour passer d'une filière générale à l'apprentissage.
 Les jeunes sont peu nombreux à passer ce cap.

« NOUS NOUS SOMMES DONNÉ LES MOYENS DE RÉUSSIR, IL FAUT MAINTENANT

ABOUTIR >> bernard stalter

« Le réseau des CMA a été présent tout au long de la phase de concertation avec le Gouvernement et les acteurs concernés. Nous souhaitons être force de propositions et avoir une démarche constructive pour faire entendre les besoins et les attentes des artisans. C'est pour cela qu'un Livre Blanc de l'Apprentissage a été remis à Muriel Pénicaud fin 2017. Il apporte une contribution ambitieuse et réfléchie à cette réforme. Nous avons été entendus : plusieurs de nos propositions sont reprises dans cette nouvelle stratégie en faveur de l'apprentissage. »

S'il se félicite de la conclusion de cette phase de concertation, Bernard Stalter rappelle que le réseau sera un partenaire actif mais vigilant pour la suite du processus : « Nous sommes à pied d'œuvre pour transformer en actions les résultats de cette concertation. C'est maintenant un travail de construction qui débute. Il devra aboutir à des mesures concrètes. Nous nous sommes donné les moyens de réussir, il faut maintenant aboutir. L'à encore, comme dans la phase précédente, le réseau des chambres de métiers et de l'artisanat sera force de propositions. »

UN NOUVEAU STATUT DE L'APPRENTI : 20 MESURES CONCRÈTES

- Tous les jeunes de 16 à 20 ans en apprentissage verront leur rémunération augmenter de 30 € nets par mois
- 2 Tous les jeunes d'au moins 18 ans en apprentissage percevront une aide de 500 € pour passer leur permis de conduire
- Tous les apprentis dont le contrat de travail est interrompu en cours d'année ne perdront plus leur année
- Tous les jeunes qui souhaitent s'orienter vers l'apprentissage, mais ne disposent pas des connaissances et des compétences requises, auront accès à des prépa-apprentissages
- Tous les jeunes et leurs familles bénéficieront d'une information transparente sur la qualité des formations en apprentissage qu'ils peuvent choisir
- Tous les jeunes bénéficieront de plusieurs journées annuelles d'information sur les métiers et les filières en classe de 4°, 3°, 2^{de} et 1^{re}
- Zapprentissage sera ouvert aux jeunes jusqu'à 30 ans, au lieu de 26 ans aujourd'hui
- 8 | Tout contrat en alternance sera financé
- Les campus des métiers seront favorisés et développés
- 10 15 000 jeunes en apprentissage par an pourront bénéficier du programme Erasmus de l'apprentissage pour effectuer plusieurs mois de formation dans un autre pays d'Europe.
- Les partenaires sociaux co-écriront les diplômes professionnels avec l'État Tous les freins levés pour permettre aux entreprises de s'engager dans l'apprentissage
- Les aides à l'embauche seront unifiées et ciblées sur les TPE et PME et les niveaux bac et pré-bac



- Le passage obligatoire et préalable devant les prud'hommes pour rompre le contrat d'apprentissage après
 45 jours sera supprimé
- La réglementation des conditions de travail sera revue afin de faciliter l'intégration des jeunes apprentis dans l'entreprise
- 15 La procédure d'enregistrement du contrat d'apprentissage sera réformée
- La durée du contrat d'apprentissage pourra rapidement et facilement être modulée pour tenir compte du niveau de qualification déjà atteint par le jeune
- 17 L'embauche d'apprentis pourra se faire tout au long de l'année, et sera beaucoup moins contrainte par le rythme scolaire
- La certification des maîtres
 d'apprentissage, par voie de formation
 ou de reconnaissance des acquis
 de l'expérience, sera encouragée
- Les CFA pourront développer rapidement et sans limite administrative les formations correspondant aux besoins en compétences des entreprises
- La qualité des formations dispensées par les CFA sera renforcée par un système de certification

Vous avez entre 18 et 29 ans?

Vous avez un projet de création d'entreprise ? Vous résidez dans le Grand Est ?

Le dispositif "Entreprenariat des jeunes" est conçu pour vous! La Région soutient, accompagne et valorise les jeunes porteurs d'un projet entrepreneurial (entreprise, structure de l'Économie



Sociale et Solidaire, Start-up...) grâce à une aide financière de 5000 € maximum. Véritable fonds d'amorçage, ce dispositif soutient la créativité, l'innovation et vous permet de concrétiser votre projet de création d'entreprise.

Toutes les infos sur www.grandest.fr

LES 18^{ES} RENCONTRES

SÉNATORIALES DE L'APPRENTISSAGE



Le 16 avril, au Palais du Luxembourg à Paris, se sont déroulées les 18^{es} Rencontres sénatoriales de l'apprentissage sur le thème « Apprentissage & Artisanat : porteurs d'avenir et d'emploi dans nos territoires ».

Ce rendez-vous, coorganisé par le réseau des Chambres de Métiers et le Sénat, a accueilli une centaine d'apprentis et leurs formateurs qui ont pu débattre au cours des 3 tables rondes proposées:

« Adapter les parcours d'apprentissage et l'offre de formation aux nouveaux publics, aux nouvelles pédagogies »;

« Mieux préparer les futurs apprentis avant leur entrée en entreprise », et

« Intensifier le lien apprentissage, emploi et économie ».

Pour Bernard Stalter, cette journée met en avant une réalité: au cœur de tous les territoires, il existe pour tous des possibilités de se lancer dans un projet avec, à la clé, l'épanouissement professionnel et personnel.

#Le saviez-vous?



Le Conseil de la Formation

UN PARTENAIRE FINANCIER POUR VOTRE FORMATION

Le Conseil de la Formation de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat du Grand Est accompagne tous les chefs d'entreprises artisanales dans leur développement en prenant en charge financièrement différentes actions de formation.

EXPLICATIONS

Vous êtes chef d'entreprise inscrit au répertoire des métiers ? Conjoints collaborateurs, associés ou auxiliaire familial ? Créateurs ou repreneurs ? Micro-entrepreneurs ?

Les aides du Conseil de la Formation vous sont destinées et peuvent financer jusqu'à 100 % de vos frais de formation*.

Ces formations, diplômantes pour certaines, de courte durée, aussi bien collectives que dans le cadre d'un parcours individualisé... ciblent de nombreux domaines au cœur des principales préoccupations de la vie d'une entreprise : management, informatique, ressources humaines, communication, juridique, environnement ou encore sécurité.... Les dispositifs du Conseil de la Formation permettent ainsi à l'artisan et à son équipe de progresser dans leurs compétences et leurs fonctions de management, des atouts majeurs pour le développement et la réussite d'une entreprise.

* Pour connaître les modalités d'accès et de prise en charge, établir un dossier de demande... Renseignez-vous auprès de votre Chambre de Métiers.



FORMEZ-VOUS

avec le soutien financier du Conseil de la Formation de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat :

Formations diplômantes ■ Informatique et bureautique ■ Gestion comptable et financière ■ Commercialisation ■ Ressources Humaines ■ Aspects juridiques et réglementaires ■ Sécurité et prévention des risques ■ Gestion environnementale ■ Développement d'entreprise ■ Développement personnel ■ Reprise d'entreprise

Envoyez votre demande à l'aide du formulaire téléchargeable sur www.crma-grandest.fr en l'adressant à CRMA GRAND EST | 2 rue Augustin Fresnel | WTC | 57082 METZ CEDEX 3

POUR CONNAÎTRE LES MODALITÉS D'ACCÈS ET DE PRISE EN CHARGE, ÉTABLIR UN DOSSIER DE DEMANDE... RENSEIGNEZ-VOUS AUPRÈS DE VOTRE CHAMBRE DE MÉTIERS DÉPARTEMENTALE

CMA de Meurthe-et-Moselle : 03 83 95 60 60

CMA de la Meuse : 03 29 79 20 11

CMA de la Moselle : 03 87 39 31 00

100%*

► CMA des Vosges: 03 29 69 55 55

Si votre formation est de nature technique (professionnelle) ou fait l'oobjet d'un refus de prise en charge par le Conseil de la Formation, le FAF CEA est l'organisme habilité à étudier votre demande pour l'obtention d'un financement (14 rue Chapon | CS81234 | 75139 Paris Cedex 03 | Tél. : 01 53 01 05 22 | accueil@fafcea.com | www.fafcea.com)

*Dans la limite des modalités de prise en charge et du barème d'intervention du fonds. Le taux de prise en charge pourra être révisé en cours d'année en fonction du volume des demandes et du budget disponible

Entre PROS une histoire de CONFIANCE !

Assureur depuis plus de 60 ans MAAF PRO est à vos côtés pour vous conseiller et vous accompagner dans votre vie professionnelle comme dans votre vie privée.

MAAF disponible pour vous



en agence

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







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



sur votre espace client Sur maaf.fr et l'appli mobile MAAF et Moi







