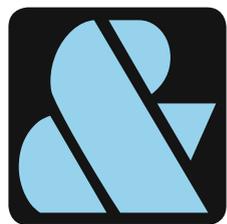




FAIT MAISON
LA SIGNATURE
DE L'ARTISAN



CARTE ARTISAN
UN PROGRAMME
D'AVANTAGES



HOMMES METIERS



N°270
AVRIL 2014

L'ARTISAN SANS FRONTIÈRES



Chambre de Métiers
et de l'Artisanat
Moselle

PARTEZ À LA CONQUÊTE DE L'INTERNATIONAL AVEC UNE BANQUE PROCHE DE VOUS



LA DIMENSION INTERNATIONALE ALLIÉE À LA PROXIMITÉ D'UNE BANQUE RÉGIONALE

Leader sur le marché des entreprises* et présente dans 50 pays, Banque Populaire vous soutient dans toutes les phases de votre développement à l'international. Conquête de nouveaux marchés, optimisation des flux, financement d'opérations et maîtrise des risques, Banque Populaire est le partenaire de votre réussite. * Source : TNS Sofres Juin 2013

www.bplc.fr - 0 890 90 90 90

0,12 € TTC/mn - attente gratuite depuis un poste fixe hors surcoût selon opérateur.

BANQUE POPULAIRE
LORRAINE CHAMPAGNE
BANQUE & ASSURANCE



LA BANQUE
QUI DONNE ENVIE D'AGIR

ÉDITORIAL



Christian NOSAL
Président de la CMA 57

Exporter votre savoir-faire, c'est possible !

Frileux. C'est peut-être le mot qui résume le mieux l'attitude de la plupart des artisans lorsqu'on leur parle d'exportation. Il y a ceux qui considèrent que leur activité est faite uniquement pour le marché local, et il y a ceux qui se disent que c'est une vision trop ambitieuse, un peu irréaliste. C'est ainsi que moins de 20 % des entreprises artisanales de la Moselle travaillent aujourd'hui à l'export. La statistique est loin d'être ridicule, mais pourrait être nettement meilleure si les artisans prenaient un peu plus confiance en eux et ne s'interdisaient pas d'y penser. Car OUI l'export de son savoir-faire est une opportunité et elle n'est pas seulement réservée aux grandes entreprises ou au secteur industriel. Nous allons tenter de vous le démontrer dans ce numéro spécial d'*Hommes & Métiers*. Vous y découvrirez des chefs d'entreprise, au profil très différent, qui se sont donné les moyens d'y croire et qui ne le regrettent pas. Vous pourriez être l'un de ces artisans ! Songez-y et sachez que des conseillers spécialisés sont à votre disposition dans votre CMA pour vous accompagner dans cette démarche. L'export comme levier de développement économique de votre entreprise, ce n'est pas forcément un mirage...

Sommaire

ACTUALITÉ

- 4 **L'ARTISANAT** fait parler de lui
- 5 **MAÎTRISEZ** vos dépenses énergétiques
- 6 **TROPHÉES** de la Cabosse d'or : l'excellence messine récompensée
- 7 **MEILLEUR APPRENTI** de France
- 8 **AGENDA** du président
- 9 **PRIX** « Goût et Santé des apprentis »
- 10 **RENTRÉE CFA 2014-2015** : pensez dès maintenant à votre apprenti(e)
- 11 **FORMATION** : apprenez l'anglais ou l'allemand
- 12 **BOURSE** des métiers

DOSSIER SPÉCIAL



14 | L'ARTISAN SANS FRONTIÈRES

Votre activité ne s'arrête pas aux portes de votre atelier, de vos locaux ou de votre boutique. Ouvrir vos horizons pourrait ainsi s'avérer bénéfique pour le développement de votre entreprise, sa notoriété et son chiffre d'affaires.

MÉTIER

42 FAIT MAISON : LA SIGNATURE DE L'ARTISAN

Assaillis par les contraintes économiques et réglementaires, les artisans des métiers de bouche cèdent parfois à la tentation des produits semi-finis ou finis, censés les aider aux dires des grossistes.



PORTRAIT

- 45 **PHILIPPE MAAS** : un univers gastronomique de qualité

ARTISAN MALIN

- 46 **CARTE ARTISAN 2014** : un programme d'avantages offert aux artisans !

EN RÉGION

- 47 **LES ACTUALITÉS** régionales
- 48 **CRÉDIT AGRICOLE DE LORRAINE** : des résultats satisfaisants en 2013
- 49 **LA RECETTE** du mois

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



Magazine édité par l'Association pour la Promotion et le Développement de l'Artisanat Lorrain, Chambres de Métiers et de l'Artisanat de Meurthe-et-Moselle, de la Meuse, de la Moselle et des Vosges-Épinal. Rédacteurs en chef: I. MOLIN - L. FEDERSPIEL - D. SIMON - PE. PICHON. Édition déléguée: Édimétiers. Rédaction graphique: Pixel Image - Metz. Maquette: TEMA|presse. Photo de couverture: © Fotolia.com. Dépôt légal: N° 1.042 - avril 2014. ISSN: 0290-1633. Impression: Socosprint imprimeurs / 88000 Épinal.



10-31-1260 / Certifié PEFC / Ce produit est issu de forêts gérées durablement et de sources contrôlées. / pefc-france.org

Promotion

L'ARTISANAT FAIT PARLER DE LUI



*Un tapis ludique et créatif
pensé par la CMA 57.*

PHOTOS: CMA 57

[C]omme chaque année depuis 2002, la CMA 57 a mis en place en mars-avril des actions pour promouvoir le secteur des métiers, mais aussi valoriser ses filières de formation par l'apprentissage.

L'intention est de donner de la visibilité sur les activités artisanales et rappeler les points forts de ce qui constitue encore et toujours la « Première entreprise de France ». Les actions imaginées et entreprises poursuivent aussi comme objectif d'attirer l'attention des jeunes et des familles pour leur suggérer de s'intéresser à un secteur qui offre de réelles opportunités professionnelles.

L'une des opérations phares a consisté à concevoir un tapis floral de 200 m² au centre-ville de Metz, sur la Place Saint-Louis. Proposée du 14 mars au 14 avril, cette réalisation représentait une grille de huit mots croisés évoquant les valeurs de l'artisanat (proximité, qualité, services...). Elle a été rendue possible grâce au concours des espaces verts de la Ville de Metz qui ont œuvré pendant six jours à la constitution des 63 lettres et au décor d'ensemble.

Le grand public a quant à lui été invité à jouer en découvrant chaque jour, durant une semaine en « Une » du *Républicain lorrain*, une nouvelle définition de mot. Enfin, jusqu'à la fin de l'opération, les artisans et commerçants de la Place Saint-Louis ont été alimentés en grilles de jeu imprimées sur une carte postale pour les offrir à leurs clients et les inciter ainsi à s'interroger avec la CMA 57.



Une inauguration sous le soleil de mars.

MAÎTRISEZ VOS DÉPENSES ÉNERGÉTIQUES

Réduisez vos factures :
informez-vous !

INVITATION. La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle organise le 20 mai dans ses locaux à Metz, un forum sur la transition énergétique. Des tables rondes permettront aux participants d'entendre des avis d'experts et de s'inspirer des pratiques d'autres entreprises de la Grande Région pour réduire leurs factures d'énergie et limiter l'accroissement des émissions de gaz à effet de serre. Les artisans que vous êtes sont concernés à deux niveaux. Tout d'abord, vous êtes tous consommateurs d'énergie dans le cadre de vos activités, donc sensibles à la réduction des coûts. Ensuite, certains d'entre vous sont positionnés sur des activités où il est primordial de pouvoir conseiller vos clients sur un marché de la transition énergétique en plein essor. Autant de raisons d'assister à cette rencontre en accès libre.

Inscrivez-vous dès à présent par mail à eco@cm-moselle.fr



Des jeunes en mode « immersion » auprès des apprenti(e)s.

CMA57

UNE PORTE OUVERTE SUR L'AVENIR DES JEUNES

ÉVÉNEMENT. En ouvrant au grand public les coulisses de ses « ateliers » le 29 mars dernier, la CMA 57 a pu montrer à des centaines de familles mosellanes dans quelles conditions les 1 700 apprenti(e)s des trois CFA sont formé(e)s chaque année. À Metz (CFA Ernest Meyer), Forbach (CFA Camille Weiss) et Thionville (CFA École Pratique Des Métiers), ils ont pu dialoguer avec des enseignants et conseillers formation et ainsi obtenir des informations personnalisées. Cette démarche d'ouverture a fait suite à une autre action de sensibilisation menée la même semaine auprès de 778 élèves de 50 établissements de la Moselle. Tous ces jeunes ont pu, durant une demi-journée, partir à la rencontre des apprenti(e)s et découvrir le quotidien de ces futurs artisans.

SENSIBILISER

INSOLITE. Réussir à faire passer un message sur l'orientation n'est pas chose aisée tant les organismes de formation sont nombreux aujourd'hui et communiquent à foison sur toutes sortes de supports. Aussi, la CMA s'est-elle associée avec le FC Metz lors des rencontres opposant les grenats au RC Lens (8 mars), Stade Brestois (24 mars), et le FC Istres (7 avril). Durant toute la rencontre, des messages rappelant qu'« Avec l'apprentissage, l'avenir vous sourit - Journée portes ouvertes des CFA » ont été diffusés sur les 192 mètres de panneaux lumineux installés autour du terrain. Une manière originale de sensibiliser les parents et jeunes présents au stade Saint Symphorien lors de ces matches. Profitant des 24 000 personnes présentes lors de la confrontation des Messins contre les Lensois, la CMA 57 avait fait également réaliser un éventail sonore remis à 10 000 supporters sur lequel était imprimé le même message.



Un dispositif original pour sensibiliser les familles à l'apprentissage.

CMA57

Trophées de la Cabosse d'or

L'EXCELLENCE

MESSINE RÉCOMPENSÉE

[É]lève en Brevet Technique des Métiers Pâtisserie au CFA Ernest Meyer de Metz, Edina Rozda remporte le 1^{er} Prix de la Cabosse d'Or Roger Jung dans la catégorie junior (ouverte aux moins de 21 ans). Dans la catégorie Cabosse professionnelle, c'est un autre jeune Messin en Brevet de Maîtrise, Mike Hoffmann, qui se hisse sur la deuxième place du podium.

Si chaque année près de 30 000 visiteurs se présentent au Salon du chocolat du Parc des Expositions de Metz, c'est autant pour découvrir les stands des 60 exposants présents que pour découvrir les sculptures en chocolat conçues pour les concours.

Au fil des ans, ces créations sont devenues des incontournables de l'événement. Le public aime admirer ces réalisations dont certaines dépassent le mètre de hauteur et impressionnent par la précision des détails proposés, par la maîtrise du savoir-faire.

La renommée de ce rendez-vous conduit chaque année de plus en plus d'apprentis et de professionnels à tenter leur chance au travers du Concours Roger Jung. Cette année ils étaient



PHOTOS: CMA 57

Mike Hoffmann de la Pâtisserie Lemoy termine 2^e chez les professionnels.

à nouveau plus d'une vingtaine à concourir. Meilleur Ouvrier de France chocolatier en 2003 et Champion du Monde de Pâtisserie en 2006, Franck Kestener a présidé le jury qui a placé nos deux jeunes messins sur les plus hautes marches du podium. Des récompenses qui attestent la qualité de l'enseignement dispensé aussi bien au CFA que dans les entreprises accueillant et formant ces artistes prometteurs.

DEUX QUESTIONS À EDINA ROZDA, APPRENTIE EN BTM AU CFA DE METZ



Quels sont vos atouts ?

ER : Comme pour tout savoir-faire, il faut aimer le pratiquer et aimer ce qui le compose. J'adore manger le chocolat, mais aussi le façonner. Ça me détend. Pour cette sculpture, j'ai travaillé tous les soirs pendant 15 jours à la pâtisserie, après ma journée de travail, jusqu'à 22 heures pour rechercher encore et toujours des nouveautés, des éléments qui améliorent l'ensemble. Le fait d'être épaulée par mon maître d'apprentissage et d'avoir sa confiance est aussi un facteur déterminant pour réussir. Après, c'est souvent dans des petits détails que se niche la réussite d'un projet.



À votre avis, quels sont justement ces détails qui ont fait la différence ?

ER : Je suis d'origine hongroise et les membres du jury ont expliqué que les approches culturelles avec la matière n'étaient pas les mêmes selon les pays. La façon de traiter les formes, les couleurs, les symétries sont, semble-t-il, différentes et aurait joué en ma faveur. Après, sur le thème imposé qu'était « Le cinéma », j'ai pu apporter ma touche féminine en mettant en valeur le personnage de Marilyn Monroe. Dans un univers plutôt masculin, peut-être cela a-t-il aussi joué.



Edina Rozda, lauréate pour la 2^e année consécutive de la Cabosse d'Or.

Meilleur Apprenti de France

DE JEUNES BOUCHERS PROMETTEURS

La sélection régionale pour le concours du Meilleur Apprenti de France (MAF) Boucher 2014 s'est déroulée le 26 février dernier au CFA Ernest Meyer de Metz.



PHOTOS: CMA 57

Le Président Christian Nosal aux côtés des trois apprentis lauréats.

Dix candidats issus des quatre départements lorrains se sont opposés sur un sujet proposant le travail et la présentation d'une épaule de bœuf et d'une épaule d'agneau. À l'issue des quatre heures d'épreuve, c'est finalement un candidat vosgien, Dylan Henry de Chatenois (88), apprenti à la Boucherie-Charcuterie Lemaire de Neufchâteau, qui a été sélectionné. Il a ainsi eu la responsabilité de représenter la Lorraine lors de la 35^e Finale nationale du MAF Boucher 2014 qui a eu lieu les 6 et 7 avril à l'École Nationale Supérieure des Métiers de la Viande (ENSMV) à Paris.

Aux épreuves régionales, le candidat ayant fini sur la deuxième place du podium était Alexandre Voisot (Meuse), suivi de Quentin Rummler (Moselle).

FOCUS SUR LA COMPÉTITION

Le concours MAF (Meilleur Apprenti de France) Boucher est organisé tous les ans. Il a pour ambition de valoriser l'excellence professionnelle en devenant, de développer l'esprit d'initiative et de créativité de l'apprenti.

Ce concours permet surtout aux jeunes de montrer le savoir-faire qu'ils ont acquis par leur travail, l'enseignement de leurs professeurs de CFA et des artisans bouchers qui les accueillent en apprentissage.

Chaque département, puis chaque région, désigne les plus talentueux et méritants de leurs apprentis pour participer à la finale nationale.



Désossage, parage, ficelage et décoration comme critères de notation.

Agenda du président

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

19.03.2014 - METZ - Jury du concours « Maîtrise d'œuvre » du projet de construction d'un Espace alimentaire au Pôle des Métiers de Metz

24-26.03.2014 - AMBOISE (TOURS) - Séminaire des Présidents de CMA

27.03.2014 - METZ - Accueil d'une délégation de la CMA de Basse-Normandie

31.03.2014 - METZ - Conseil d'administration de la Socama Lorraine

03-04.04.2014 - ANNECY - Conseil d'administration et assemblée générale de la Fédération nationale des Socama

07.04.2014 - METZ - Commission de la Formation de la CMA 57

08.04.2014 - PARIS - Commission des affaires générales de l'APCMA

09.04.2014 - METZ - Audition sur le travail du dimanche par un groupe de travail du CESE de Lorraine

17.04.2014 - METZ - CESE de Lorraine Commission Emploi Formation

17.04.2014 - METZ - Bureau de la CRMA de Lorraine

22.04.2014 - METZ - Conseil d'administration et assemblée générale du Centre de ressources régional

24.04.2014 - METZ - Réunion du CCREFP (Comité consultatif régional de l'emploi et de la formation professionnelle)

25.04.2014 - METZ - Commission des affaires économiques et sociales de la CMA 57

25.04.2014 - METZ - Assemblée générale de la Capeb 57

15.05.2014 - METZ - Bureau de la CRMA

20.05.2014 - METZ - Journée « Énergie » organisée dans le cadre du Conseil interrégional des chambres de métiers de la Grande Région

21.05.2014 - METZ - CESE de Lorraine Commission Emploi Formation

23.05.2014 - METZ - CESE de Lorraine Séance plénière

27-28.05.2014 - PARIS - Assemblée générale de l'APCMA

11.06.2014 - METZ - Bureau de la CRMA de Lorraine

13.06.2014 - METZ - CESE de Lorraine Commission Emploi Formation

20.06.2014 - METZ - CESE de Lorraine Séance plénière

23.06.2014 - METZ - Assemblée générale de la CRMA de Lorraine

26.06.2014 - METZ - Réunion du CCREFP (Comité consultatif régional de l'emploi et de la formation professionnelle)

27.06.2014 - LUXEMBOURG - Assemblée générale du Conseil interrégional des chambres de métiers de la Grande Région

Vie des associations et Organisations professionnelles

17.03.2014 - METZ - Conseil d'administration du centre de gestion et de comptabilité Cegeme

18.03.2014 - METZ - Réunion de travail sur la formation d'habilitation pour les apprentis électriciens

20.03.2014 - METZ - Rencontre des Présidents et membres des organisations professionnelles du secteur alimentaire

27.03.2014 - METZ - Assemblée générale de l'Adocesa

10.04.2014 - PARIS - Assemblée générale de l'Union nationale patronale des prothésistes dentaires

23.04.2014 - METZ - Rencontre des Présidents et membres des organisations professionnelles du secteur du bâtiment et des travaux publics

24.04.2014 - METZ - Congrès départemental de la boulangerie et boulangerie-pâtisserie

05.05.2014 - METZ - Rencontre des Présidents et membres des organisations professionnelles du secteur des services clients

14.05.2014 - METZ - Inauguration de la Fête du pain

Économie

12.03.2014 - METZ - Rendez-vous avec M. Yves Henry, Président de l'association Moselle Chine Entrepreneurs

17.03.2014 - METZ - Soirée-débat Moselle Économie

27.03.2014 - METZ - Réunion de travail avec M. Patrick Robinot, Délégué Région du Centre de ressources régional

07.04.2014 - YUTZ - Assemblée générale de l'association Moselle Chine Entrepreneurs

14.04.2014 - METZ - Soirée-débat Moselle Économie

14.04.2014 - METZ - Rendez-vous avec M. Gilles Somme, maître menuisier, relatif à la préparation de la prochaine Foire internationale de Metz

16.04.2014 - METZ - Colloque des décideurs organisé par le Président du CESE de Lorraine et le Général de corps d'armée, commandant la Zone de Défense Est

05.05.2014 - METZ - Cercle Charlemagne

13.06.2014 - SARREGUEMINES - Inauguration de la Journée GO! Création-reprise d'entreprise

16.06.2014 - METZ - Soirée-débat Moselle Économie

20.06.2014 - THIONVILLE - Inauguration de la Journée GO! Création-reprise d'entreprise

Formation

29.03.2014 - Journée « Portes ouvertes » des trois CFA gérés par la CMA 57

29.03.2014 - FORBACH - Proclamation des résultats de la sélection régionale de la « 43^e Worldskills Competition » (Olympiades des Métiers) pour le secteur de la technologie automobile

12.05.2014 - PARIS - Finale du Prix Goût et Santé Apprentis

04.06.2014 - METZ - Signature du partenariat URMA/Université de Lorraine

05.06.2014 - THIONVILLE - Conseil de perfectionnement du CFA École Pratique des Métiers

Réceptions - Distinctions Manifestations diverses

17.03.2014 - METZ - Inauguration du tapis floral installé place Saint-Louis dans le cadre de la Semaine nationale de l'artisanat

17.03.2014 - METZ - Réunion de travail avec M. Thierry Millet, Professeur au LP Raymond Mondon, dans le cadre de la préparation du Forum des métiers de la Salle

13.04.2014 - VAUX - Inauguration de la 1^{re} Fête des vins de Moselle

21.04.2014 - FORBACH - Remise des clés des véhicules PSA à la section « Réparation automobile » du CFA Camille Weiss

11.06.2014 - METZ - Remise officielle du Grand Prix du Conseil Général de la Moselle en faveur de l'Artisanat

Prix « Goût et Santé des apprentis »

UNE « TARTINE » AUDACIEUSE



Depuis sa création en 2003, le « Prix Goût et Santé » valorise les artisans des métiers de bouche qui concilient plaisir gustatif et équilibre alimentaire. Pour la troisième année consécutive, ce concours est ouvert aux apprentis autour de la thématique de la « Tartine Santé ». Le CFA Ernest Meyer de Metz s'est lancé dans l'aventure...

Ce concours national, initié par la MAAF avec le soutien des Chambres de Métiers et de l'Artisanat, est destiné aux apprentis des métiers de bouche issus des CFA et des écoles professionnelles. Il permet de sensibiliser les jeunes aux questions de santé et de nutrition dès leur entrée dans le secteur des métiers.

Pour cette nouvelle édition, les apprentis ont dû concourir en équipe pour réaliser une création culinaire sur le thème de la « Tartine Santé Nomade ». Cette dernière doit constituer un repas complet et équilibré tout en offrant des bénéfices de santé pour le consommateur et en préservant les qualités gustatives des produits travaillés.

L'équipe messine du CFA Ernest Meyer a

conçu une tartine nomade répondant bien aux besoins de l'organisme à savoir assurer la construction et l'entretien des cellules, fournir l'énergie nécessaire aux activités de l'organisme et permettre un bon fonctionnement des cellules par le biais des différents groupes d'aliments sélectionnés.

Après une première sélection sur dossier, les huit équipes finalistes retenues par le préjury seront appelées à participer à la finale qui aura lieu au cours du deuxième trimestre 2014.

À cette occasion, les équipes présenteront leur création, exposeront la démarche suivie pour élaborer le produit en mettant en valeur ses qualités nutritionnelles et feront déguster leur composition au jury. Dossier à suivre donc...

« DEUX QUESTIONS À THIERRY ANCEL, DIRECTEUR DE LA FORMATION DE LA CMA 57



Comment s'est structuré ce projet ?

TA : Un formateur en boulangerie (Daniel Deslandes), en boucherie (Patrick Huber) et en Prévention Santé Environnement (Karima Meddahi) ont travaillé avec trois apprentis (Cynthia Messein, Antoine Dormenval et Vincent Hermann Rosini) issus des sections BP Boulangerie et BP Boucherie. Ils ont créé un produit à partir de pain, poire au sirop quatre épices (gingembre, clou de girofle, anis et cannelle), magret fumé (canard), roquette et mâche, vinaigre balsamique et pignons de pin.



Quelles sont les principales qualités de leur création ?

TA : Ils ont su marier intelligemment le sucré-salé sur une base de produits frais que l'on peut retrouver en toute saison et ainsi assurer une commercialisation toute l'année. C'est plutôt futé. Ensuite, la base de pain est le fruit d'une recherche de fabrication pour obtenir un aspect « cracotte », une sorte de pain feuilleté multi-couches qu'on ne trouve pas en boulangerie. Ça aussi, c'est plutôt malin. Ils présentent cette tartine saine dans un emballage bio, accompagnée d'un jus frais de légumes (carottes, tomates) ou de fruits (pommes, poires) dans un gobelet carton d'esprit « street food », évidemment recyclable et biodégradable.



Thierry Ancel, Directeur de la formation à la CMA 57.

Rentrée CFA 2014-2015

PENSEZ DÈS MAINTENANT À VOTRE APPRENTI(E)

Artisans, songez dès à présent à organiser votre rentrée de septembre en vous rapprochant de la CMA 57. Nous vous accompagnons dans votre démarche de recrutement et de formation. De nos jours, le développement d'une entreprise s'envisage également par la voie de l'apprentissage. Si former un jeune implique de lui consacrer du temps, c'est aussi une opportunité intéressante pour vous. Pour peu toutefois que vous vous y soyez pris suffisamment tôt. Aborder avec nous cette question dès à présent, c'est l'assurance d'avoir le choix parmi les candidats. C'est la possibilité de discuter et de réfléchir ensemble aux objectifs que vous vous fixez.

Les raisons de recruter un(e) apprenti(e) sont nombreuses. Nous pouvons, si vous le souhaitez, vous consacrer du temps avec la venue dans votre entreprise d'un développeur de l'apprentissage qui étudiera avec attention vos besoins et vous conseillera.



Miser sur l'apprentissage est une stratégie qui paie...

Ne perdez pas de temps car d'autres n'hésitent pas et ont déjà compris l'intérêt de faire appel à cette stratégie gagnant-gagnant.

ARTISANS ET APPRENTIS EN DÉMONSTRATION

FORUM. Les 2 et 3 avril derniers, la CMA 57 a participé au « Forum des métiers de la salle » organisé par le Lycée hôtelier Raymond Mondon de Metz, sous l'égide de Thierry Millet (MOF Maître d'hôtel, du service et des arts de la table en 2011). Quatre apprentis boulangers et quatre apprentis bouchers du Centre de formation de Metz ont proposé des démonstrations de leur savoir-faire devant un parterre d'artisans MOF : Nicolas Streiff et Jean-Claude Iltis (MOF boulangers), Angelo Musa (MOF pâtissier), François

Dubois (MOF verrier), Georges Muller (MOF fleuriste), Françoise Benti et Isabelle Capelle (MOF esthéticiennes). Une initiative qui tombait à point nommé dans l'année puisque cette démarche de promotion des métiers de l'artisanat s'adressait notamment aux collégiens et lycéens qui sont actuellement en phase de réflexion sur leur orientation professionnelle. Cela a enfin été l'occasion pour le CFA Ernest Meyer de Metz de présenter officiellement sa « Tartine santé nomade » qui est en lice dans le cadre du Prix « Goût et santé des apprentis » mis en place par la MAAF au niveau national (voir page 9).



Formation

APPRENEZ L'ANGLAIS OU L'ALLEMAND

[C]omme vous pourrez le découvrir dans notre dossier spécial (pages 14 à 41), les opportunités offertes aux artisans à l'export sont réelles et doivent être étudiées par vos soins. Avec la conjoncture actuelle, il n'est pas facile d'avoir du travail sur le long terme. C'est donc le moment de profiter du temps disponible pour mettre en place une stratégie efficace... Vendre à l'export nécessite toutefois de maîtriser quelques notions de linguistiques étrangères. Aussi, la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle vous propose des sessions de formation à l'anglais, l'allemand, voire même au luxembourgeois. Pour les deux premières langues, différents niveaux de cours sont proposés (débutant ou élémentaire). Pour le luxembourgeois, il s'agit d'un niveau débutant et les sessions sont mises en place selon la demande.



Les cours de langues sont dispensés dans un cadre agréable.

CMA57

	LIEU	COURS DU MATIN 8 H 30 À 12H30	COURS DU SOIR 17 H 45 À 20 H 45
FORMATION « ANGLAIS DÉBUTANT » 60 HEURES	PÔLE DES MÉTIERS DE THIONVILLE	1-8-15-22-29 septembre 6-13-20-27 octobre 3-17-24 novembre 1-8-15 décembre	16-18-23-25-30 septembre 2-7-9-14-16-21-23-28- 30 octobre 4-6-18-20-25-27 novembre
	PÔLE DES MÉTIERS DE METZ	-	8-10-15-17-22-24- 29 septembre 1-6-8-13-15-20-22-27- 29 octobre 17-19-24-26 novembre
FORMATION « ALLEMAND DÉBUTANT » 60 HEURES	PÔLE DES MÉTIERS DE THIONVILLE	1-3-8-15-17-22-24-29 septembre 2-6-8-13-15-20-22-27- 29 octobre 3-5 novembre	-

TARIFS : 2400 euros pour les chefs d'entreprise, leurs conjoints ou associés (prise en charge par le Fonds d'assurance formation de la Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat), 1200 euros pour les salariés (prise en charge totale ou partielle possible par les Organismes Paritaires Collecteurs Agréés - OPCA).

PLUS D'INFOS : Pour les niveaux élémentaires, vous pouvez vous rendre sur le site Internet de la CMA 57 (www.cma-moselle.fr) où vous trouverez les lieux et dates de formation (rubrique Nos publications - Catalogue formation), nous envoyer un e-mail (serviceclient@cm-moselle.fr) ou nous téléphoner (0820 857 057 - Prix d'un appel local) pour être recontacté(e) et informé(e).

Bourse des métiers

UN OUTIL AU SERVICE DES ARTISANS. À chaque parution, votre magazine *Hommes & Métiers* vous propose des annonces d'entreprises artisanales mosellanes à reprendre. N'hésitez pas à les parcourir. Et puis, sachez que vous pouvez vous aussi figurer dans cette rubrique si vous envisagez de vendre votre entreprise. Pour ce faire, contactez la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle.



Ornement, culture, loisirs

140100004 - PANGE - FLEURISTE CADEAUX

Vends fonds de commerce Local de 60 m² refait à neuf Situé sur un axe passant - Affaire saine et ancienne - Clientèle fidèle À développer et à voir.

Alimentation

140100007 - BOULAY - BOULANGERIE-PÂTISSERIE

Cède fonds et murs - Matériels récents - Surface: 80 m² (ateliers) + 25 m² (magasin) - CA : 360 000 euros.

130700040 - PROCHE LUXEMBOURG - BOUCHERIE-CHARCUTERIE

Vends fonds pour cause de départ à la retraite Surface: 87 m² - Matériel en état correct - Bonne clientèle Prix : 213000 euros.

140100003 - THIONVILLE - BOULANGERIE PÂTISSERIE SANDWICHERIE

Matériel en bon état - Superficie : 100 m² répartis sur 4 étages Agencement fonctionnel Rafraîchissement à prévoir Affaire à développer, idéal pour un couple ou dépôt de pain/sandwicherie - Prix : 25000 euros.

140200008 - THIONVILLE - PIZZERIA - Pizza à emporter et point chaud - Vends ensemble matériel professionnel pour point

chaud (matériel acquis il y a 3 ans) : 1 comptoir, 1 présentoir à pain, 2 chambres de pousse, 1 four à chaleur tournante, 1 trancheuse à pain, 2 panetières à roulettes, 1 chambre négative 5 m³.

Construction

140200010 - MONTIGNY-LÈS-METZ - CHAUFFAGE SANITAIRE - Belle clientèle local, nombreuse, de particuliers et d'administrations, parking Superficie du bureau: 30 m² Proche d'un axe routier - Matériel en bon état - CA : 230000 euros Développement possible vers de nouvelles prestations dans le domaine - Prix : 110000 euros.

Véhicules et transport

140300011- THIONVILLE - TAXI Vends entreprise taxi (2 licences) Plus de 18 ans d'exploitation Clientèle importante, sérieuse et fiable (fichier client informatisé) Bon chiffre d'affaires Conventionnée avec la Sécurité sociale - Prix : 180000 euros.

Habitat et entretien domestique

140100001 - AXE METZ - THIONVILLE - PRESSING Vends fonds de commerce pressing, blanchisserie et retouches - Équipement récent, complet et aux normes - Surface du local : 70 m² - Situé en galerie marchande et en première ligne

face aux caisses Accès et parking faciles Affaire à développer.

Soins à la personne

140100005 - METZ - COIFFURE Vends fonds de commerce très important - Clientèle fidèle Surface du local: 75 m² en centre-ville à proximité de la Cathédrale Parking à proximité - Équipement professionnel en bon état Bon CA en évolution Prix : 150000 euros.

140100002 - MONTIGNY-LÈS-METZ - COIFFURE MIXTE Vends fonds de 39 m² avec réserve. Équipement et matériel bon état (3 bacs shampoing, 3 places de coiffage et 3 places technique) Parking gratuit à 30 mètres Prix : 25000 euros.

140100006 - SIERCK-LES-BAINS - COIFFURE Vends fonds de commerce - Surface du local: 50 m² - Situation très passante - CA : 110000 euros Clientèle fidèle.

140200009 - THIONVILLE - COIFFURE MIXTE Cède fonds de 70 m²- Proche du centre-ville sur un axe très passant - Parking gratuit Locaux climatisés avec 2 grandes vitrines - 5 postes de coiffage, 3 bacs à shampoing, salle d'attente et vestiaire Loyer : 765 euros/mois - Mode de cession et prix de vente à convenir.

Ma mutuelle santé...



ANNIE

CHEF D'ENTREPRISE, ADHÉRENTE
CONTRAT SANTÉ COLLECTIF DEPUIS

5 ANS

...est comme moi, elle anticipe!

Avant même l'entrée en vigueur de la généralisation de la complémentaire santé, certains professionnels employeurs devront vérifier la conformité de leur couverture santé d'entreprise. C'est peut-être votre cas.

N'hésitez pas à nous consulter. Nos conseillers en protection sociale sauront vous accompagner et vous aider à tirer le meilleur parti de ces nouvelles obligations, sans engagement de votre part.

► N°Cristal 09 69 36 10 20

APPEL NON SURTAXE

E-mail : contact@acorismutuelles.fr

Acoris, la mutuelle santé à visages humains




ACORIS
mutuelles



PLUS DE 20 AGENCES EN LORRAINE ET EN FRANCHE-COMTÉ

Forbach

90 rue Nationale
Tél. 03 87 90 64 64

Metz Mazelle

50 place Mazelle
Tél. 03 87 37 87 16

Metz Grand Cerf

14 rue du Grand Cerf
Tél. 03 87 21 04 04

Thionville

2 place Claude Arnould
Tél. 03 82 53 20 20

• SANTÉ • ÉPARGNE • PRÉVOYANCE

Toutes nos coordonnées sur acorismutuelles.fr



Dossier

SPECIAL



L'ARTISAN SANS FRONTIÈRES



Votre activité ne s'arrête pas aux portes de votre atelier, de vos locaux ou de votre boutique. Ouvrir vos horizons pourrait ainsi s'avérer bénéfique pour le développement de votre entreprise, sa notoriété et son chiffre d'affaires. Vendre à l'export, travailler hors frontières, s'ouvrir à une clientèle internationale, échanger vos savoir-faire dans des contrées lointaines sont autant de démarches à votre portée, quelles que soient la taille et l'activité de votre entreprise. Alors avant de vous lancer dans cette bénéfique et parfois lucrative aventure, parcourez ce dossier spécial, découvrez une multitude d'astuces et de contacts, et suivez la route de ceux qui ont déjà osé sortir des sentiers lorrains !

Le grand entretien

ROGER CAYZELLE

« LA LORRAINE, J'Y CROIS! »

Né en 1947 à Mayence en Allemagne, Roger Cayzelle, membre de la CFDT, ancien instituteur, préside depuis 2001 le Conseil Économique Social et Environnemental de Lorraine (CESEL). Engagé en faveur du renforcement des relations entre la Lorraine et le Luxembourg, volontaire, volubile, il sait regarder la « Lorraine en face » (comme le veut le titre d'un de ses ouvrages), reconnaître ses ambiguïtés et ses potentialités, sans langue de bois ou conformisme.

QUELLES SONT L'IMAGE ET LA CAPACITÉ D'ATTRACTIVITÉ DE LA LORRAINE AUJOURD'HUI ?

Si nous restons dans une région ou venons y vivre, c'est bien sûr d'abord parce que nous y trouvons du travail ou pensons que nous y avons un avenir, mais c'est aussi en fonction de la représentation que nous avons de cette région.

Le problème de la Lorraine est là. Si nous développons l'image d'une région froide, grise, en déclin industriel, nous n'attirerons personne et nous verrons à tous les coups une tranche de la population partir, notamment les jeunes couples avec enfants et diplômés. C'est ainsi que nous n'avons d'ailleurs gagné que 24 000 habitants en 40 ans alors que la France compte plus de 10 millions d'habitants de plus ! Il est donc essentiel de montrer que la Lorraine est belle, chaleureuse, qu'on y vit bien, dans un

environnement de qualité. C'est tout l'intérêt du travail réalisé dernièrement dans la rénovation de nos villes, notamment Metz et Épinal, ou encore l'énorme effet d'image produit par la réfection de la place Stanislas perçue par toute la France.

Là est le paradoxe : pour pouvoir développer de l'emploi, il faut aussi parfois agir sur le cadre de vie. Nous avons commencé mais il faut

ZOOM SUR LE CESE DE LORRAINE

Seconde assemblée régionale, le Conseil Économique Social et Environnemental de Lorraine rassemble 97 femmes et hommes issus de la société civile, qui par un brassage d'idées permanent, portent une réflexion sur le devenir de la Lorraine. Organisme consultatif, il est un partenaire incontournable de la définition des politiques régionales. Par sa composition, il apporte la vision de la société civile organisée et constitue un marqueur fort de la démocratie participative.

LA LORRAINE EST TELLE QU'ELLE EST AVEC SES PETITES DIVISIONS, SES PETITES MANIES, MAIS AUSSI SES FORMIDABLES POTENTIALITÉS ET DE VRAIES AMBITIONS. QUOI QU'ON EN PENSE, LA LORRAINE EST VIVANTE !



CESEL

vraiment continuer ! Il faut nous convaincre mais aussi le faire savoir. Soyons alors toutes et tous, en toutes occasions, de bons ambassadeurs de la Lorraine, cette région où il fait bon vivre. C'est le meilleur service que nous pouvons rendre à la région !

Pour ma part, je suis convaincu qu'il faut penser notre capacité à élaborer des projets dans le cadre lorrain, dans ces 23 000 km². Il faut « penser lorrain », non pas par un effet de mode, mais parce que la Lorraine est le seul espace géographique, politique et stratégique qui puisse permettre de donner un minimum de visibilité au plan national et plus encore au plan international. Si nous voulons redécoller, il faut mieux concentrer nos efforts. Quoi qu'on en dise, le niveau régional est le plus pertinent.

LE FAIT D'ÊTRE UNE RÉGION TRANSFRONTALIÈRE EST-IL UNE FORCE OU UN DÉSAVANTAGE ?

Prenons l'exemple du Nord lorrain, notamment de Longwy. Ce territoire est au cœur de l'Europe, possède un sens de la diversité et de l'ouverture forgé par l'arrivée au siècle dernier d'Italiens, de Polonais et de Portugais...

Un territoire qui bénéficie du dynamisme de l'économie luxembourgeoise où travaillent actuellement 80 000 frontaliers... Et pourtant, cette partie de la Lorraine exprime du désintéressement vis-à-vis des questions européennes et transfrontalières. Ceci peut s'expliquer facilement.

Tout d'abord, beaucoup de Lorrains se sentent humiliés de la situation actuelle : ils ont perdu leur richesse passée et sont devenus tributaires des régions voisines, ce qui n'est pas très enthousiasmant !

De plus, ils ne sentent pas émerger un destin commun, une politique tournée vers la Grande Région. Les discours sur l'amitié franco-allemande ou franco-luxembourgeoise ne sont pas assez concrets et ne passionnent personne. Il est temps d'agir, d'équilibrer le développement de chaque région. Les choses commencent enfin à avancer un peu sur le sujet et les contacts se multiplient dans la Grande Région. On peut d'ailleurs souligner ici les initiatives de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Moselle, qui est précurseuse en la matière.

QUELS SONT NOS POINTS FORTS ACTUELLEMENT ?

Notre région est une terre d'énergie. Elle est bien placée dans les énergies traditionnelles avec plusieurs centrales à gaz combiné et bien sûr la centrale de Cattenom mais, on l'ignore trop souvent, elle innove aussi dans plusieurs domaines : la méthanisation, c'est-à-dire la production de gaz de chauffage à travers le recyclage des déchets, la biomasse, la production d'électricité, à partir de la combustion des chutes de bois, le photovoltaïque, l'éolien...

Enfin, le gaz de houille (le grisou de nos mines), pourrait constituer une ressource extrêmement importante de gaz de chauffage. Mais la Lorraine a également sa carte à jouer à partir de son socle industriel historique, en le modernisant et en axant sur l'innovation dans le cadre du Pacte Lorrain, notamment dans les secteurs de l'automobile, de la sous-traitance, de la métallurgie, de la plasturgie et de l'agroalimentaire. Elle offre aussi de belles potentialités dans les domaines du bois.

QUELS SONT LES LEVIERS À ACTIONNER POUR UNE MEILLEURE CROISSANCE EN LORRAINE ?

La Lorraine possède d'immenses atouts et d'énormes potentialités. Elle bénéficie de villes très agréables, d'une économie qui s'est plutôt bien diversifiée, de la proximité du Luxembourg, d'une offre culturelle très dense et prolifique (installation du Centre Pompidou-Metz, Nancy Jazz Pulsations, Des Flammes à la lumière à Verdun, l'Imagerie d'Épinal...). Depuis 20 ans, les Lorrains ne sont pas restés les deux pieds dans le même sabot. Les salariés, les artisans, les agriculteurs ont su se mobiliser. Beaucoup d'entreprises exportent, innovent et sont en bonne santé. Le Conseil régional a fortement mis l'accent sur la création et le développement d'entreprises innovantes.

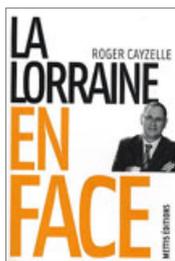
6 ATOUTS DE LA LORRAINE IDENTIFIÉS PAR LE CESE

- Le Pacte Lorrain 2014-2016 : trois ans pour construire une Lorraine résolument innovante
- L'Université de Lorraine : une avancée majeure et exemplaire à consolider
- La métropolisation : une identité indispensable à l'attractivité de notre territoire
- Le transfrontalier et la Grande Région : des atouts évidents à renforcer
- Le dialogue social : la Lorraine doit être une région innovante
- Faire le pari du développement durable

Les chefs d'entreprise lorrains s'adaptent. Ils participent même parfois à la création d'entreprises transfrontalières (plus du quart des créateurs au Grand-Duché sont des Français). La transformation profonde de l'industrie vers une production plus respectueuse de l'environnement, la reconquête des zones rurales, le renouveau de la culture, les opportunités du tourisme (installation de Center Parcs à Sarrebourg, développement des chambres d'hôtes et des hébergements insolites), le développement d'une métropole articulant les grandes cités lorraines et les arrimant à la métropole luxembourgeoise sont autant d'atouts indiscutables dont il faut se saisir sans attendre !

À lire...

ÉCO



LA LORRAINE EN FACE

Mettis Éditions, 2009.

Un regard neuf et sans concession du président du CESE- sur la place de la Lorraine au cœur de la Grande Région.

DICO



LA LORRAINE DE A À Z

Éditions Serpenoise (illustrations: André Botella), 2011.

Les difficultés et les atouts de la Lorraine sans langue de bois... mais avec humour !

BEAU



CHRONIQUES LORRAINES

Éditions Serpenoise (illustrations: André Botella), 2013.

Portrait d'une région riche de son passé, bien campée dans son identité forte et attachante.



Chefs d'entreprises artisanales, conjoints collaborateurs ou associés et auxiliaires familiaux

Formations à la gestion et au développement d'entreprise financées par le Conseil de la Formation de la Chambre Régionale de Métiers et de l'Artisanat

- 1 Formations diplômantes
- 2 Informatique et bureautique
- 3 Gestion comptable et financière
- 4 Commercialisation
- 5 Ressources humaines
- 6 Aspects juridiques et réglementaires
- 7 Sécurité et prévention des risques
- 8 Gestion environnementale
- 9 Développement d'entreprise
- 10 Développement personnel

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

→ **Prise en charge possible à 100 %***

Envoi de votre demande accompagnée du bordereau (téléchargeable sur www.crmalorraine.fr) à **CRMA de Lorraine - 2 rue Augustin Fresnel - WTC - 57082 METZ Cedex 3**

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

Si votre formation est de nature technique (professionnelle) ou a fait l'objet 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 - E-mail : accueil@fafcea.com)

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

- **CMA de Meurthe-et-Moselle au 03 83 95 60 60**
- **CMA de la Meuse au 03 29 79 20 11**
- **CMA de la Moselle au 0820 857 057 (prix d'un appel local)**
- **CMA des Vosges au 03 29 69 55 55**

Désormais les dirigeants d'entreprises créées sous le statut d'auto-entrepreneur peuvent bénéficier du financement de leur formation par le Conseil de la formation*.

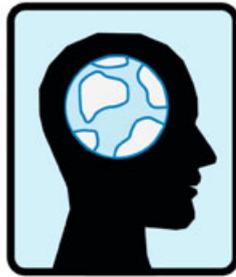
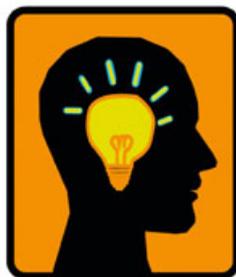
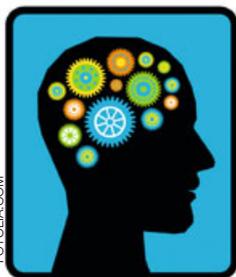
* Dans la limite du barème d'intervention du fonds.



**Chambres de Métiers
et de l'Artisanat**
Région Lorraine

Quiz

PENSEZ-VOUS INTERNATIONAL ?



FOTOLIA.COM

Vous rêvez de vendre des baguettes à New York ? De lancer de nouvelles modes capillaires à Hong Kong ou de travailler sur des chantiers prestigieux à Londres ? Beaucoup diraient qu'il faut arrêter de rêver et, pourtant, ce doux songe et ces ambitieuses pensées sont peut-être à votre portée ! Prenez un instant et un stylo et répondez aux dix questions de la page suivante... Elles vous permettront de vous situer en tant que chef d'entreprise, de comprendre quels sont vos avantages et vos lacunes, de questionner votre ouverture d'esprit et votre capacité à vous lancer des défis ! Retrouvez les réponses à ce quiz en page 50 et, d'ici là, profitez de notre dossier spécial pour trouver toutes les réponses à vos questions et surtout pour dépasser toutes les frontières, géographiques comme professionnelles !

1 | COMMENT VOUS DÉFINIRIEZ-VOUS EN TANT QUE CHEF D'ENTREPRISE ?

- Comme un artisan modèle qui fait bien son travail et qui sait faire plaisir à sa clientèle au quotidien.
- Comme un bâtisseur qui va toujours de l'avant, débordant d'idées et conscient des enjeux de la mondialisation, même pour sa petite entreprise.
- ▲ Comme un artisan lambda dont l'activité connaît des hauts et des bas, persuadé que « la crise » est passé par là et qu'il n'y peut pas grand-chose.

2 | QUEL INTÉRÊT PRÉSENTE L'EXPORTATION POUR VOTRE ENTREPRISE ?

- C'est un bon moyen d'augmenter ses ventes et d'accroître sa notoriété.
- C'est très tentant mais cela paraît compliqué à mettre en œuvre.
- ▲ Vous avez assez de travail au quotidien et n'avez jamais pensé que l'exportation pouvait vous concerner.

3 | SELON VOUS, QUE FAUT-IL SAVOIR D'UN PAYS POUR Y EXPORTER ?

- Culture, économie, politique, monnaie... Toute information est bonne à prendre pour cerner le marché et vos potentialités.
- ▲ Vos produits/services sont appréciés par vos clients, aucune raison qu'ils ne plaisent pas ailleurs.
- Avoir quelques notions d'anglais devrait suffire pour cerner les attentes du client, quel que soit le pays.

4 | COMMENT DÉFINIRIEZ-VOUS LE CONTEXTE GLOBAL DE VOTRE ENTREPRISE ?

- Une bonne situation financière, une réelle ouverture d'esprit, des équipes de production compétentes.
- ▲ Une situation financière tangente, un travail difficile au quotidien pour

redresser la barre, peu de temps à consacrer à l'innovation ou à la formation.

- Une situation financière dans la moyenne, des équipes de production motivées, une bonne notoriété grâce au bouche-à-oreille.

5 | QUELLE EST, SELON VOUS, LA CONCURRENCE LA PLUS RUDE ?

- ▲ Le concurrent qui propose les mêmes services que vous, à deux rues d'ici.
- Les franchises et leurs énormes moyens de productions qui peuvent casser les prix et proposer une plus grande variété de produits/services.
- La concurrence ne vous fait pas peur : vous la surveillez, au niveau local comme international, et profitez de ces connaissances pour parfaire votre argumentaire commercial.

6 | COMMENT CONSIDÉREZ-VOUS LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE ?

- Comme un bon moyen de booster vos ventes.
- ▲ Comme un souci potentiel : il est très difficile pour vous de comprendre ce qu'ils veulent et d'expliquer ce que vous proposez.
- Comme un moyen fantastique de faire connaître vos produits à travers le monde et de satisfaire les désirs et goûts des clients étrangers.

7 | COMMENT ABORDEZ-VOUS LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE ? QU'AVEZ-VOUS MIS EN PLACE DANS VOTRE ENTREPRISE À LEUR INTENTION ?

- Vous avez traduit en anglais et allemand certains de vos supports de communication, cela permet de se faire comprendre et de concrétiser quelques ventes.
- ▲ Vous n'avez rien fait. Vous recevez peu de touristes et, après tout, c'est à eux de s'adapter aux pays qu'ils visitent.

- Vous avez suivi une formation pour améliorer votre anglais, traduire vos supports de communication et vous avez même adapté certains de vos produits aux goûts de la clientèle étrangère.

8 | COMMENT ENVISAGEZ-VOUS VOTRE IDENTITÉ LORRAINE DANS VOTRE TRAVAIL DE TOUS LES JOURS ?

- ▲ C'est quelque chose que vous préférez ne pas mettre en avant, après tout, notre région ne fait pas vraiment rêver.
- Vous jouez le jeu en ayant développé au moins un produit qui joue sur l'esprit local ou typique.
- Vous brandissez la carte de la Lorraine fièrement. Notre région est riche de par son histoire et son terroir. Autant en profiter pour attirer les touristes et se démarquer de la concurrence.

9 | COMMENT ÉVALUEZ-VOUS VOTRE PARCOURS ?

- Vous avez fait les choses dans les règles : commencé comme apprenti et désormais à la tête de votre entreprise, de quoi être fier.
- ▲ Vous avez fait les choses par dépit : orienté vers l'artisanat sans réelles envies et content d'avoir un travail par les temps qui courent.
- Vous avez fait les choses par passion : concours, stages et expériences à l'étranger..., vous êtes un passionné qui ne se lasse jamais de progresser et de transmettre son savoir-faire.

10 | QUEL EST VOTRE RAPPORT À L'APPRENTISSAGE ?

- ▲ C'est une main-d'œuvre bon marché qui peut absorber les surplus de travail.
- Vous appréciez de transmettre même si cela vous prend beaucoup de temps.
- Vous adorez partager votre savoir-faire et contribuer à la pérennité de votre métier, surtout auprès d'apprentis étrangers.

Maxime Cœur, Organ skateboards - Metz (57)

UN TALENT PLÉBISCITÉ À L'INTERNATIONAL



Australie, Suède, Espagne, Chili... les propositions affluent pour Maxime Cœur. Un peu trop vite d'ailleurs pour ce jeune artisan qui ne s'attendait pas à de telles sollicitations à l'international. Il faut dire qu'il a tout fait pour... Décryptage.

[L]a descente dans le caveau de cet entrepreneur messin est déjà un moment d'aventure. Le sentiment de pénétrer dans l'antre d'une caverne d'Ali Baba où l'on va découvrir mille et un trésors. Et, de fait, le lieu en recèle. Maxime est un passionné d'art et de bois. Mais aussi de skate. Il n'en fallait pas plus pour que les trajectoires s'entremêlent. Avec son CAP menuiserie en poche, il commence par récupérer des skateboards usagés chez des amis ou skateshops et les recycle pour en faire des « cruisers » en bois d'érable. Il s'agit en fait de plus petites planches sérigraphiées et très prisées dans le milieu branché des skaters. « Rien ne se perd, tout se transforme. Avec les chutes, je fais aussi des bagues, porte-clés... Ma démarche estampillée développement durable plaît », concède Maxime. Il attire alors clients et médias qui défilent dans son sous-sol. Son idée fonctionne même si bien que l'Agence France Presse s'intéresse à lui et lui consacre un reportage. Ici commence l'aventure internationale... La force du réseau de l'AFP lui vaut les honneurs des médias nationaux, mais aussi de ceux de l'étranger. Du jour au lendemain, les propositions de différents pays affluent sur sa boîte mail et sur sa page Facebook, autre outil pertinent dans sa conquête de contacts et nouveaux marchés. Un peu trop soudain d'ailleurs pour lui : « Je n'étais pas encore prêt à cet engouement, s'amuse-t-il aujourd'hui. Il me faut désormais investir dans des machines profession-



PHOTOS: CMA57

nelles qui sont onéreuses. Or, lorsque l'on n'a pas un statut de Sarl, les banques sont un peu frileuses. » Aujourd'hui, devant l'abondance des retombées médiatiques, elles se bousculeraient presque... La barrière de la langue étrangère devient aussi un obstacle dans le cadre de ces échanges commerciaux à l'international : « Je ne maîtrise pas assez l'anglais et utilise Google Traduction dans mes correspondances électroniques », avoue quelque peu embêté Maxime. Il sait d'ailleurs qu'il devra consacrer un peu de temps à se former s'il souhaite poursuivre sur l'export. Mais cela ne fait pas peur au jeune homme qui avait parcouru l'Europe dès ses 20 ans. Une façon de mûrir son projet aux côtés d'étrangers aficionados comme lui du monde de la glisse, mais également de se confronter avant l'heure au concept de mondialisation. Aujourd'hui, Maxime sait où il veut aller et ne manque pas d'idées. En s'associant avec un artisan opticien, il prépare le lancement d'un concept de lunettes en bois 100 % recyclé. Et là encore il fait mouche à tel point qu'il lui faut penser à se protéger contre des opportunistes qui voudraient profiter de cet engouement en le copiant. Les prochains mois seront donc décisifs pour notre entrepreneur. Aussi, si les banques continuent à lui faire confiance, s'il consacre un peu de temps à la maîtrise de l'anglais et à la connaissance des mécanismes internationaux, et enfin s'il arrive à organiser sa production pour répondre aux sollicitations de plus en plus fortes, alors ses efforts seront récompensés.



Une nouvelle friche artistique l'attend.

Stéphanie Michel, Ça Décoiff, Thierville (55)

L'ANGLETERRE SANS COMPLEXE

Stéphanie Michel est apprentie en 2^e année de BP coiffure, elle a effectué un stage de quatre semaines dans un prestigieux salon londonien. Tout n'a pas été simple mais notre petite frenchy est aujourd'hui amoureuse de l'Angleterre.

[D]ès son arrivée au CFA européen Louis Prioux à Bar-le-Duc, Stéphanie regardait avec envie les apprenti(e)s des sections hôtellerie, restauration, pâtisserie partir chaque année pour différents pays européens. Au collège, elle vibrait déjà pour l'Angleterre et excellait dans les langues étrangères. En 2013, l'appel de Londres devenait plus pressant et Stéphanie voulait, cette fois, être du voyage. Nicolas Viard, chargé des actions européennes, lui trouve alors un salon « haut de gamme » au cœur de Londres, « Chez Stéphane ». Le test de langue est concluant, Stéphane l'embauche pour quatre semaines et la lance dans le grand bain dès son arrivée dans la capitale.

LA FRENCH TOUCH A LA COTE

Le salon est impressionnant, une équipe d'une dizaine de coiffeurs venus du monde entier (Japon, Jamaïque, Italie, France...) reçoit des clients de tous les styles. Les plus extravagants cohabitent, l'instant d'une coupe, avec les plus conservateurs mais personne ne porte de jugement. Stéphanie exulte : « *On se sent léger et débarrassé du poids d'un éventuel regard. Je comprends mieux pourquoi, en France, on est si stressé.* » Le monde entier est présent à Londres et le savoir-faire français est recherché et valorisé dans tous les domaines de la mode. Pour Stéphane, la compétence de Stéphanie ne fait pas de doute, il lui confie les clients de son salon ouvert 7 jours 7. Notre petite frenchy doit se débrouiller avec son anglais, ne pas se tromper et bien comprendre les coupes et les couleurs attendues. Elle excelle et note à quel point notre système de formation par l'apprentissage est efficace en France. « *En Angleterre, hormis dans les écoles privées, les jeunes font des stages en entreprise mais ne suivent pas de cours professionnels à l'école pour autant. Je travaillais avec une stagiaire anglaise en coiffure, elle était impressionnée par tout ce que je savais faire* », explique Stéphanie.



Grâce à son expérience à Londres, Stéphanie a pu étoffer sa palette de techniques et d'idées.

DES CERISES SUR LE GÂTEAU

Passionnée de coiffure, Stéphanie a vécu une sorte de rêve lorsque, l'instant d'un week-end, elle a rejoint l'équipe d'une peinture internationale, un coiffeur japonais spécialisé dans les coiffures de mannequins publicitaires. Elle assistait les coiffeuses et maquilleuses sous la direction du maître et des flashes des photographes. Stéphanie a toujours su provoquer la chance et donner du relief à son parcours professionnel.

À Londres, elle a découvert de nouvelles techniques issues des différents pays qu'elle côtoyait à travers ses collègues du moment. Elle échangeait sur des méthodes de travail, des idées et se sent plus ouverte et plus créative aujourd'hui. Elle dispose d'une palette de techniques et d'idées plus étoffée et n'hésite pas à les proposer pour le plus grand bonheur de ses clients français.

Elle exprime également beaucoup de reconnaissance pour le CFA et pour son employeur en particulier dans la réalisation de cette petite aventure. En ouvrant une brèche aux métiers de la coiffure dans les programmes européens du CFA, elle espère bien que d'autres apprenti(e)s de la coiffure traverseront la Manche.

Famille Schmitt, Guide des croqueurs de chocolat (88)

ACCROS DE PÈRE EN FILS

Un créneau pour le chocolat français haut de gamme à l'export ? C'est ce que va tester Jean-Émile Schmitt, pâtissier chocolatier à Gérardmer, avec ses deux fils. Une opération de longue haleine : entre législation et traduction, le chemin est jalonné d'embûches. Mais l'enthousiasme est au rendez-vous.

[E]stampillé « 5 tablettes » au Guide des croqueurs de chocolat depuis 2010, Jean-Émile Schmitt, pâtissier chocolatier à Gérardmer, goûte aujourd'hui le plaisir de voir ses deux fils s'engager à ses côtés dans l'entreprise : Jérôme à la production et Barthélemy à la tête d'un deuxième point de vente à Nancy. La nouvelle génération amène des idées neuves. Les parents se prennent au jeu. Ainsi explorent-ils actuellement la possibilité d'exporter leurs produits dans les pays voisins. À Nancy, comme à Gérardmer, les chocolats Schmitt sont appréciés par une clientèle cosmopolite : un homme d'affaires dans le domaine du luxe a même demandé à Barthélemy de lui faire des envois à Londres. Alors quand le groupement de professionnels de la gastronomie L'Or Gourmet est venu rencontrer le jeune homme dans la boutique nancéienne en proposant à la chocolaterie Schmitt de participer à une démarche export, les Gérômois ont décidé de se lancer. « Nous y allons avec l'appui de spécialistes, précise Jean-Émile Schmitt, un accompagnement est indispensable. On ne peut pas improviser une telle démarche. Pendant une année, nous sommes intégrés dans un groupe et participons à des réunions régulières pour avancer et nous poser les bonnes questions. Il faut déjà parfaitement connaître les légis-

lations et réglementations qui sont différentes de la nôtre et varient d'un pays à l'autre. En fonction de ces contraintes nous sélectionnons les produits à exporter. On vise la Belgique, l'Allemagne, l'Angleterre, le Luxembourg et les Pays nordiques. Japon, États-Unis, il ne faut même pas y

penser ! Ensuite il s'agit de traduire nos présentations avec les mots justes en veillant aux faux amis... Mieux vaut passer par des experts pour éviter une traduction inappropriée. Entre sucré et salé, il y a des subtilités : les mêmes saveurs peuvent prendre des noms différents. Nous repensons tous nos packagings avec les compositions en anglais, en allemand. Nous allons refaire notre site Internet pour l'export. Jérôme et Barthélemy reprennent des cours d'allemand et d'anglais. Eh oui, si nous avons une demande en anglais il faudra savoir répondre... »

NE PAS TRANSIGER SUR LA QUALITÉ

Toute la famille s'est investie dans ce projet avec enthousiasme. « Cela nous amène à repenser les choses, ça fait du bien. On s'est donné trois ans pour être complètement opérationnels. L'accompagnement dure une année. Nous participons déjà à des opérations. Nous nous rendons en Belgique au mois de mai avec Ubifrance pour rencontrer des prospects. Des épiceries fines recherchent des produits français pour compléter une gamme. J'y crois. Très peu d'artisans se lancent dans cette démarche. Nous avons le potentiel pour faire et si cela peut augmenter de 10 à 15 % notre chiffre d'affaires, ce sera toujours cela en plus. En revanche, je ne transigerai pas sur la qualité. Je reste sur nos produits frais, de conservation courte. De toute façon, c'est ce qui nous démarque de l'industrie et c'est bien ce que recherche la clientèle étrangère : de l'authentique qualité française. » La pâtisserie chocolaterie Schmitt est implantée à Gérardmer depuis 1983. Elle est présente à Nancy depuis trois ans, sous la direction de Barthélemy Schmitt. Neuf personnes travaillent au laboratoire à Gérardmer. Cinq d'entre elles élaborent exclusivement les chocolats sous la responsabilité de Jérôme Schmitt. Victorine, ancienne apprentie, est chef de production. Le dirigeant, Jean-Émile Schmitt, prête main-forte tantôt aux chocolatiers, tantôt aux pâtisseries. Patricia Schmitt, son épouse, gère toute la partie administrative et la boutique de Gérardmer.



CMA 88

Dante Morelli, Euro Fermetures, Villerupt (54)

UN RÉSEAU DENSE LUXEMBOURGEOIS

Comme de nombreuses entreprises situées proches des frontières, l'entreprise de Dante Morelli, spécialisée dans le domaine de la pose de fermetures, profite aussi d'une clientèle installée au Luxembourg.

[C]réée en 1999, l'entreprise Euro Fermetures compte aujourd'hui trois salariés et l'épouse de Monsieur Morelli comme conjointe collaboratrice. Son positionnement dans le Pays-Haut lui offre la possibilité d'être présent hors des frontières françaises, notamment au Luxembourg où il exerce occasionnellement ses activités. La première fois que Dante Morelli a travaillé au Grand-Duché c'est grâce à une connaissance. « *J'étais déjà installé et un ami connaissait mon entreprise ainsi que ma façon de travailler, cela s'est fait tout simplement* », raconte-t-il. Depuis, il ne fait aucune démarche de prospection sur le Luxembourg, c'est uniquement le réseau relationnel qui lui apporte ce courant d'affaires. Sa clientèle se compose essentiellement de particuliers ; outre le bouche-à-oreille luxembourgeois, les Français chez qui il a effectué des travaux le recommandent à leurs enfants installés au Luxembourg : une fois de plus, cela prouve l'importance du réseau dans le métier d'artisan.

UNE CLIENTÈLE DIFFÉRENTE DE CELLE LA FRANCE ?

Pour Dante Morelli, effectuer des prestations au Luxembourg implique de travailler avec « *une clientèle qui n'est pas forcément regardante sur les tarifs mais beaucoup plus exigeante, plus rigoureuse sur la qualité des produits et à la réalisation des prestations* ».

Il remarque aussi que son entreprise n'a connu aucun impayé avec sa clientèle.

Il ne cache pas qu'au départ les démarches administratives lui paraissaient complexes ; une fois l'autorisation du Ministère des Classes moyennes obtenue, il la renouvelle tous les ans. Il a dû aussi demander un numéro de TVA luxembourgeois car les prestations de pose de fenêtres et de portes, sont soumises à la TVA luxembourgeoise, quel que soit le client. « *Je paie donc ma TVA au Luxembourg une fois par an et j'en profite pour la récupérer sur le plein*



de gasoil effectué là-bas ! »

Il réalise des travaux à taux réduit de 3 % et c'est souvent le client qui se charge de faire les démarches administratives. Pour lui, la pratique du taux réduit est plus souple au Luxembourg qu'en France. La demande doit être faite auprès de l'Administration de l'enregistrement et des domaines avant les travaux pour être sûr de bénéficier du taux à 3 %. « *Et même si on pratique un taux de 15 %, le client sera lui directement remboursé par les impôts sur la différence... Ça prend juste un peu plus de temps* », explique le chef d'entreprise. Aujourd'hui, il continue d'effectuer des prestations au Luxembourg avec ses salariés et n'a jamais été contrôlé. Toutefois, il garde toujours dans sa camionnette un document de l'entreprise avec le numéro de TVA luxembourgeois ainsi que l'autorisation du Ministère des Classes moyennes et, sur les conseils de la CMA, il va y ajouter les contrats de travail et les attestations de Sécurité sociale de chaque salarié détaché.

Les années se suivent mais ne se ressemblent pas. L'année 2014 est meilleure que l'an passé pour l'entreprise, avec beaucoup plus de demandes de clients luxembourgeois depuis le début de l'année...



Dossier

SPECIAL

Vendre

EXPORTER

C'EST PAS COMPLIQUÉ !

Vendre à l'export semble souvent être quelque chose d'impossible pour la majorité des artisans. L'idée selon laquelle son savoir-faire n'est pas exportable, la méconnaissance des mécanismes commerciaux, l'absence de contact à l'étranger, les différences culturelles et linguistiques et d'autres blocages personnels font que finalement peu d'artisans lorrains se lancent dans l'aventure. À tort... La vente à l'export n'est en effet pas aussi risquée ou compliquée qu'on veut bien le penser. Et, surtout, elle constitue une belle opportunité de gagner des parts de chiffre d'affaires supplémentaires. Une possibilité de développement pour son entreprise qu'il serait dommage de négliger surtout en période de crise économique. Nous allons tenter de vous aider à vous poser les bonnes questions, de vous expliquer ce que vous pouvez en retirer comme avantages et vous donner de précieux conseils dans le cas de figure où vous seriez tenté...



LE RISQUE DE NON-PAIEMENT

Un impayé en France est déjà compliqué à recouvrir, alors à l'étranger... d'où la nécessité absolue de s'informer sur le pays et la société avec lesquels on exporte, de choisir un mode de paiement garanti, voire de prendre une assurance-crédit.

ÉTAPE N° 1:

POURQUOI DEVRAIS-JE EXPORTER ?

S'engager dans cette démarche est tout d'abord un moyen de développer votre activité, d'étendre votre champ d'action à d'autres pays que le vôtre afin d'en tirer des bénéfices.

L'augmentation de votre chiffre d'affaires est logiquement la première motivation. Elle est rendue possible par le fait que tous les pays du monde ne connaissent pas les mêmes difficultés économiques rencontrées en France. Aussi, quand un marché national tend à se tarir, il peut être judicieux de regarder au-delà de ses frontières, de s'intéresser à d'autres débouchés. Lorsqu'une entreprise artisanale vend à l'étranger son savoir-faire, elle participe parallèlement à accroître sa notoriété dans son propre pays et à la rendre plus crédible auprès des clients. Pour un chocolatier, comme pour un artisan spécialisé dans l'innovation technologique, c'est toujours un atout commercial très fort de pouvoir revendiquer le fait de séduire une clientèle à des milliers de kilomètres de son atelier.

Un autre intérêt de s'inscrire dans cette voie consiste à étudier la façon dont travaillent les entreprises étrangères possédant un savoir-faire proche du vôtre. On apprend effectivement toujours énormément à observer les autres, aussi bien dans leur approche commerciale que dans leur organisation du travail. C'est en s'intéressant à l'export que certains artisans se sont rendu compte que leurs outils de production étaient sous-utilisés et que le fait de démarrer des marchés à l'étranger, aussi petits soient-ils, leur permettait de les rentabiliser davantage.

Et puis, ce n'est pas là le moindre avantage, le fait de s'ouvrir au monde peut être une formidable bouffée d'air frais pour votre entreprise, une façon de sortir de vos habitudes dont on sait à quel point elles peuvent être contre-productives. C'est un beau challenge pour un artisan, une façon de se remettre positivement en question, et d'impliquer sur un projet les



Certains métiers comme les chocolatiers se prêtent bien à l'export.

FOTOLIA.COM

personnes qui vous entourent. En réfléchissant à la façon de vous y prendre, en tentant d'imaginer de nouveaux produits, de leur trouver des acheteurs étrangers, vous contribuez à vous inscrire dans un état d'esprit conquérant.

Ne pas songer à envisager l'export lorsque l'on est chef d'entreprise pourrait même être considéré comme un manque de courage tant aujourd'hui la « french touch » est apprécié sur la planète.

Mieux, un produit qui, chez nous, arrive en fin de vie peut retrouver une seconde jeunesse dans un pays où il n'existe pas encore. On n'y pense pas toujours mais il suffit de regarder l'attrait pour certaines formes de décoration dans certains pays du Moyen-Orient pour se rendre compte que ce qui ne plaît plus chez nous, peut séduire à nouveau à des milliers de kilomètres... sans compter que diversifier la provenance de ses clients permet de ne pas « mettre tous les œufs dans le même panier » et ainsi de diminuer les risques de dépendance à quelques clients locaux.

ÉTAPE N° 2:

MAINTENANT, EST-CE POSSIBLE POUR MOI D'EXPORTER ?

C'est l'une des interrogations premières des artisans lorsqu'on leur parle de vendre à l'étranger. « *Que voulez-vous que j'aie à vendre en Australie ou ailleurs alors que j'ai déjà du mal dans ma ville ?* », « *Je ne vais pas aller livrer chaque matin mes croissants en Chine ?* », etc. Vu comme ça, c'est certain que l'on se dit que tous les artisans ne sont pas concernés par l'export. Pour autant, nous pourrions reprendre l'exemple de ces deux témoignages et leur opposer une réponse positive et adaptée. Oui, paradoxalement, si vous avez du mal à vendre vos produits dans votre propre région, cela peut justement être plutôt futé de voir si d'autres clients situés loin de chez vous ne seraient pas preneurs de votre savoir-faire.

Et oui c'est sûrement très compliqué de livrer chaque matin ses croissants en Australie, mais c'est peut-être possible d'exporter votre savoir-faire de boulanger en Chine où le « made in France » est très recherché. Ce pays, comme bien d'autres, est à la recherche d'artisans prêts à se rendre sur leur territoire de façon temporaire pour leur apprendre leurs techniques. En plus, ces pays affichant des économies à forte croissance, il est souvent possible de bien se faire rémunérer pour ce type de prestations... Ceci étant dit, il serait malhonnête de ne pas préciser que l'approche est forcément plus délicate que la vente en France dans la mesure où il vous faudra prendre en compte les spécificités des pays concernés. Entre les différences culturelles, la barrière de la langue ou une organisation des échanges commerciaux particulière, une telle démarche demande un

BIEN ESTIMER LES COÛTS SUPPLÉMENTAIRES

Vendre à l'étranger entraîne des coûts en termes de logistique et de transport qu'il faut bien calculer en amont. Il en va de même avec les droits de douane, les taxes, et les réglementations propres à chaque monnaie comme les pertes de change.

accompagnement. Certains organismes comme Ubifrance, dont la mission est de vous assister, sont d'ailleurs à même de réaliser des « tests de réceptivité » pour voir si votre offre correspond à un besoin et vous éviter ainsi un engagement trop poussé.

Les Chambres de Métiers et de l'Artisanat peuvent quant à elles vous aider à appréhender les différentes réglementations des pays, et vous mettre en relation avec les organismes spécialisés dans l'accompagnement des entrepreneurs. Les compagnies consulaires vous proposent également tout au long de l'année des formations aux langues étrangères, de différents niveaux. Elles peuvent enfin monter pour vous des formations sur mesure avec l'aide de



Le savoir-faire des métiers d'art français est très prisé à l'étranger.

Les 5 points clés

Des perspectives commerciales à court terme

Vous n'êtes pas engagé sur des grosses commandes qui vont vous monopoliser et il vous reste du temps disponible pour démarcher.

Du temps pour produire davantage

Vous n'êtes pas la tête dans le guidon et vous disposez d'outils de production ou de circuits assez réactifs pour répondre à une augmentation d'activités.

Un peu de trésorerie

Vous disposez d'un fonds de roulement pour répondre à des frais de prospection, des coûts liés à l'approche des marchés étrangers.

Peu de concurrence là où vous exportez

Vous pensez que vos produits, services ou savoir-faire ne sont pas présents sur la zone commerciale que vous visez.

Un atout linguistique ou du temps pour se former

Quelqu'un dans votre entreprise possède des notions d'anglais, s'intéresse aux autres cultures et dispose d'un esprit d'ouverture

la Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat, et avec la possibilité d'une prise en charge financière. De façon encore plus poussée, la Formatex (association regroupant Ubifrance et la Coface - voir étape n° 3) dispense des formations sur les différents aspects stratégiques et techniques (aides, gestion de projet, prospection, calcul de prix, etc.).

Autant d'atouts à mettre de votre côté et qui confortent l'idée selon laquelle il est opportun d'essayer de travailler à l'international.

ÉTAPE N° 3:

C'EST PARTI, PAR QUOI JE COMMENCE ?

Vous pensez que vous avez une carte à jouer à l'export ? Il vous reste alors à ne pas vous lancer « tête baissée » et à mettre en place une méthode. La première des choses à entreprendre est de vous informer au maximum sur le pays ciblé et sur les habitudes de consommation de celui-ci. Il faut en effet posséder un minimum d'information sur le marché visé et éviter par exemple de s'engager sur un territoire instable politiquement, en récession économique, pratiquant un protectionnisme accru sur les produits, etc.

Pour ce faire, rien de tel que de parcourir des sites spécialisés sur l'export comme www.classe-export.com et effectuer des recherches générales sur la destination que vous avez choisie. Internet fourmille de témoignages qui vous éviteront bien des écueils et vous permettront de décoder certaines règles, de prendre connaissance des réseaux de distribution...

Au préalable, il est également préconisé de vous rendre à un ou deux Salons professionnels (« Salons des entrepreneurs » les 11 et 12 juin 2014 à Lyon, puis les 4 et 5 février 2015 à Paris ; Salon « Planète PME » le 19 juin 2014 à Paris) où vous allez pouvoir rencontrer des experts, d'autres entrepreneurs, des clients ou prospects éventuels, et ainsi finalement commencer à créer votre réseau à l'international. C'est une démarche indispensable.

La seconde chose à faire, et que vous pouvez mener en parallèle des actions précédemment énoncées, est de se rapprocher d'organismes dont le métier est justement d'aider les entrepreneurs à se développer sur des marchés à l'export. Ubifrance, l'agence française pour le développement international, est l'interlocuteur de premier plan et dispose en région de corres-



Se rendre à des salons « export » est indispensable pour créer son réseau.

pondants (à Metz et Nancy pour la Lorraine). De son côté, depuis 2012, le réseau des Chambres de Métiers et de l'Artisanat a mis en place une convention avec la Coface (Compagnie française d'assurances du commerce extérieur) afin de développer un nouveau dispositif d'aide à l'export pour les artisans. Il s'agit de « l'Assurance Prospection Premiers Pas » (A3P). Elle permet la prise en charge du risque commercial des premières actions de prospection à l'étranger pour les TPE et PME. Par l'intermédiaire de son site Internet (www.coface.fr/garanties-publiques), vous pouvez vous renseigner sur les modalités de cette offre et saisir une demande pour laquelle vous obtiendrez une réponse dans les 48 heures. Enfin, la Banque publique d'investissement (ou Bpifrance) est un organisme français de financement et de développement des entreprises qui regroupe Oséo, CDC Entreprises, le FSI et FSI Régions. Il est en particulier chargé de soutenir les petites et moyennes entreprises, les entreprises de taille intermédiaire et les entreprises innovantes en appui des politiques publiques de l'État et des régions.

Vous êtes donc loin d'être seul pour vous lancer sur les chemins de l'international. Aussi, cela doit être de nature à vous encourager dans votre volonté d'entreprendre et de vendre produits et savoir-faire à l'étranger.

CONTACTS UTILES

ICENTRE D'INFORMATION SUR LE VOLONTARIAT

INTERNATIONAL : www.civiweb.com

ICOFACE : www.coface.com

IMINISTÈRE DÉLÉGUÉ AU COMMERCE EXTÉRIEUR :

www.exporter.gouv.fr

IMINISTÈRE DES PME, DU COMMERCE,
DE L'ARTISANAT ET DES PROFESSIONS

LIBÉRALES : www.pme.gouv.fr

IOSEÓ : www.oseo.fr

IPARTENARIAT FRANCE : www.partenariatfrance.org

IUBIFRANCE : www.ubifrance.fr



Dossier

SPECIAL



Travailler

UN SAVOIR-FAIRE **SANS LIMITES**

Aujourd'hui, près de 100 000 Lorrains vont travailler au-delà de nos frontières ainsi que de nombreux artisans : du coiffeur à domicile, en passant par le boulanger durant ses tournées, à l'entreprise de bâtiment. Selon une enquête réalisée par le réseau des CMA, de nombreux artisans envisagent de travailler dorénavant vers des pays frontaliers. L'artisanat lorrain peut donc exister hors de ses frontières. L'occasion est donc belle de découvrir toutes les possibilités qui s'offrent à votre entreprise.



AVANT DE VOUS LANCER...

N'oubliez pas de consulter le droit du travail dans le pays où vous exercez et/ou vous détachez des salariés. De plus, l'entreprise doit respecter les réglementations spécifiques à certains métiers et se soucier des normes environnementales.

POURQUOI TRAVAILLER AVEC LES PAYS FRONTALIERS LORRAINS ?

Les entreprises artisanales proches des frontières bénéficient d'un marché de proximité. Ces prestations sont complémentaires au marché régional. Toutefois, alors que l'extrême Nord lorrain abrite toujours plus d'entreprises artisanales transfrontalières, on remarque une évolution d'une certaine diffusion géographique frontalière. De plus en plus d'entreprises situées près de Pont-à-Mousson ou Nancy effectuent des prestations au Luxembourg et s'ouvrent ainsi à un nouveau marché. Accéder à une clientèle luxembourgeoise « haut de gamme » ayant un pouvoir d'achat élevé attire les entreprises artisanales qualifiées. Toutefois, les entreprises sont plus souvent dans une démarche réactive que proactive. L'entreprise n'a pas forcément entrepris des actions de prospection. C'est le client qui sollicite l'entreprise pour un devis.



Les salariés du bâtiment n'hésitent pas à aller travailler dans les pays transfrontaliers.

QUELS SONT LES AVANTAGES ET LES INCONVÉNIENTS ?

Le principal avantage est de faire rayonner son entreprise hors de la Lorraine et d'acquérir un portefeuille client au profil très varié. Se développer hors des frontières est aussi un gage de qualité et de confiance : on le sait,

EXEMPLE CONCRET : NOTIFIER UNE PRESTATION DE SERVICES OCCASIONNELLE ET TEMPORAIRE AU LUXEMBOURG

L'entreprise établie en France bénéficie, comme toute entreprise établie dans un pays de l'EEE, de la libéralisation des prestations de services sur la base du principe de reconnaissance mutuelle des qualifications. L'entreprise peut donc librement effectuer des prestations temporaires au Luxembourg à condition de le notifier au préalable au ministère de l'Économie luxembourgeois.

I Exceptions : pour les activités réglementées pouvant avoir des répercussions sur la santé ou la sécurité des personnes, l'entreprise doit néanmoins répondre aux conditions d'accès à la profession luxembourgeoises.

I Comment procéder ? L'entreprise doit adresser un courrier avant le début des travaux à la Direction générale PME et Entrepreneuriat - Département des autorisations - BP 535 - L 2937 Luxembourg
 Tél. : 352247847 -15/-17/-18/-24 - info@mcm.public.lu - www.mcm.lu

I Les documents à joindre à la notification :

- Un certificat CE délivré par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat.
- Preuve de paiement d'un droit de chancellerie, à savoir :
 - soit un timbre fiscal de 24 euros acheté auprès de l'Administration de l'enregistrement et des domaines,
 - soit la preuve d'exécution d'un virement de 24 euros sur le compte de l'AED.

I Attention : la notification doit être renouvelée tous les ans.

En cas d'activité non réglementée dans le pays d'origine mais réglementée au Luxembourg, les autorités luxembourgeoises peuvent exiger une expérience professionnelle de deux années au cours des dix dernières années.

Plus de renseignements : Contactez votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat



APPLIQUER LA TVA EN MATIÈRE DE PRESTATIONS DE SERVICES

Au Luxembourg, la TVA applicable dépend de la nature du client et de la nature de la prestation.

Le client est assujéti à la TVA : en règle générale, la prestation réalisée est imposable à la TVA dans le pays où le client est établi.

Le client n'est pas assujéti à la TVA : la TVA applicable est celle du pays où l'entreprise est établie.

Certains types de prestations de services font néanmoins exception à cette règle. Ainsi, l'entreprise qui effectue des prestations de services rattachées à des immeubles localisés au Luxembourg ainsi que la livraison de biens avec installation ou montage au Luxembourg, sera redevable de la TVA luxembourgeoise, quel que soit son CA.

Types de prestation de services	Relations entre assujéti à la TVA	Relations avec un non assujéti à la TVA
Règle générale	Lieu du client	Lieu du prestataire
Services rattachés à un immeuble	Lieu de situation de l'immeuble	
Travaux et expertises sur les biens meubles corporels	Lieu du client	Lieu de l'exécution matérielle
Service de restauration	Lieu de l'exécution matérielle	

Exemple : une société française effectue des travaux de rénovation dans un magasin luxembourgeois.

La TVA luxembourgeoise doit être appliquée du seul fait que l'immeuble se trouve au Luxembourg.

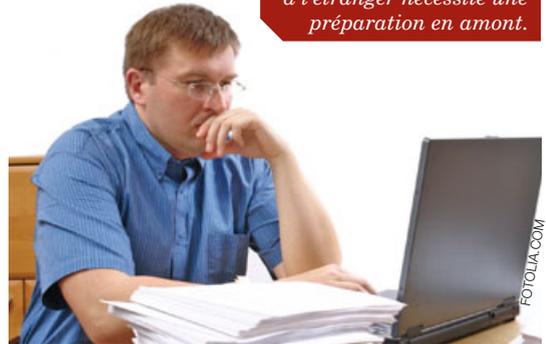
Le prestataire français devra donc s'immatriculer à la TVA au Luxembourg.

les clients transfrontaliers font preuve d'une grande exigence dans les résultats demandés. L'inconvénient principal reste les démarches administratives qui sont souvent importantes pour se développer à l'étranger.

QUELLES SONT LES DÉMARCHES INCONTOURNABLES POUR TRAVAILLER HORS FRONTIÈRES ?

Si les frontières ont disparu au sein de l'Union européenne, les formalités à accomplir par les entreprises artisanales pour pouvoir intervenir dans les pays voisins n'en demeurent pas moins importantes et incontournables. Or,

La prestation de services à l'étranger nécessite une préparation en amont.



Les 5 points clés

Se préparer

Une prestation hors frontières doit se prévoir et se préparer pour la réaliser au mieux. Il est important de travailler en confiance avec le client et de bien connaître ses attentes.

Se renseigner

N'hésitez pas à contacter la structure du pays concerné et votre CMA pour préparer votre prestation et constituer le dossier d'autorisation.

Être en règle

Effectuez et validez toutes les démarches pour réaliser votre mission hors frontières, elles sont parfois importantes mais elles vous offriront de nouvelles opportunités.

Se munir des documents

Garder tout au long de vos prestations les documents qui vous autorisent à travailler dans le pays concerné, au cas où vous seriez contrôlé.

Foncez sans attendre!

Si toutes ces étapes sont respectées vous n'avez plus qu'à foncer à la conquête de nouveaux marchés transfrontaliers !

bon nombre d'artisans ignorent précisément ces formalités pour partie ou en totalité et en font malheureusement souvent les frais lors de contrôles (les sanctions, en effet, peuvent être graves telles que l'interdiction d'exercer dans ce pays ou en général des amendes substantielles) alors que ces mêmes formalités, pourtant loin d'être insurmontables, se sont simplifiées et peuvent se faire en grande partie via Internet.

Toutefois, ces démarches diffèrent selon le pays de destination et le type de prestation réalisée. La prestation de services à l'étranger est en principe soumise à la réglementation du pays d'exécution, d'où la nécessité de préparer en amont cette démarche. Trois volets doivent alors obligatoirement être vérifiés :

I L'autorisation d'exercer : si l'activité exercée est soumise à qualification dans le pays où a lieu la prestation, il est indispensable de solliciter une autorisation.

I La déclaration de détachement des salariés : cette procédure doit être effectuée avant le début de la prestation ; l'entreprise doit aussi respecter la réglementation du pays en vigueur

notamment en matière de salaire social minimum, durée du travail, congés collectifs et de sécurité et la santé des salariés sur le lieu de travail. Tous les salariés détachés doivent être en possession du certificat A1 délivré par la CPAM.

I L'affiliation à la TVA du pays de la prestation : l'obligation incombe à l'entreprise, dans certains cas, de demander un numéro de TVA dans le pays où est effectuée la prestation.

CONTACTS UTILES

DECLARATION D'ÉCHANGES DE BIENS ET DECLARATION EUROPEENNE DE SERVICES :

Hôtel des Finances - Tél. : 09 70 27 75 00

<https://pro.douane.gouv.fr>

IAUTORISATION (LUXEMBOURG) : Direction générale PME et Entrepreneuriat - Département des autorisations
Tél. : 03 52 247 847 -15/-17/-18/-24 - info@mcm.public.lu
www.mcm.lu

IDÉTACHEMENT DES SALARIÉS (LUXEMBOURG) :
Pôle détachement et travail illégal - Tél. : (+352) 247 76 200
detachement@itm.etat.lu

ITVA (LUXEMBOURG) : Bureau d'imposition Luxembourg 10 (assujettis étrangers) - Tél. : +352 44 905-609
lux.imp10@en.etat.lu - www.aed.public.lu

EXEMPLE CONCRET : GÉRER LE TRANSPORT DES DÉCHETS TRANSFRONTALIER

Certaines entreprises artisanales sont amenées à faire des prestations dans un autre pays que la France. Si des déchets sont générés lors de cette prestation, l'entreprise peut décider de les transporter sur le territoire français à la fin de la prestation, quand elle ne veut pas (ou ne peut pas) les éliminer sur place. Il y a alors certaines consignes à connaître pour respecter la réglementation.

I Deux cas sont possibles :

1 - Les déchets sont destinés à l'élimination

Concernant les mouvements entre États membres de l'UE, il faut une notification préalable dans tous les cas : autorisation, objection ou refus, et ce, quelle que soit la liste à laquelle appartient les déchets.

2 - Les déchets sont destinés à la valorisation

Concernant les mouvements entre États membres de l'UE, les autorisations dépendent de la liste d'appartenance des déchets.

- Liste verte de déchets : pas de contrôle préalable sauf cas exceptionnels.
- Liste orange de déchets : notification préalable : consentement implicite sauf objection.
- Liste rouge de déchets : notification préalable : autorisation, objection ou refus.

I À qui s'adresser ?

En cas d'importation de déchets, le préfet du département où est située l'installation d'élimination ou de valorisation des déchets.

En cas d'exportation de déchets, le préfet du département où est située l'installation qui a produit le déchet ou, le cas échéant, l'installation de prétraitement d'où sont issus les déchets.

Plus de renseignements : Cnidep - Tél. : 03 83 95 60 88 - cnidep@cnidep.com



Dossier

SPECIAL

Accueillir

QUAND L'INTERNATIONAL VIENT À SOI

Un touriste sur cinq ayant séjourné dans un hôtel lorrain en 2012 est étranger (source: Observatoire régional du tourisme). Dans l'ordre des effectifs, ils viennent de Belgique, Allemagne, Pays-Bas. On note également une hausse de 5% de la fréquentation chinoise avec 19000 nuitées en 2012. Si on s'intéresse à la fréquentation des campings, 57% des nuitées étaient étrangères en 2012 avec pour première clientèle les Néerlandais. À noter, le nombre de touristes étrangers séjournant en Lorraine est en hausse entre 2010 et 2011 alors que la clientèle française est en recul. Ajoutez les habitants des pays voisins qui possèdent une résidence secondaire sur notre territoire, les autres hébergements, les frontaliers qui viennent faire leurs courses en Lorraine et vous constaterez que nombre d'entreprises artisanales font du commerce à l'international sans le savoir ! Comment s'adapter à cette clientèle étrangère, l'attirer, la séduire ?



**QUE L'ON SOIT BELGE, ALLEMAND
 OU NÉERLANDAIS, CE QUI MOTIVE
 LE TOURISTE À VENIR EN LORRAINE,
 CE SONT LE PATRIMOINE,
 LA GASTRONOMIE, LA CHALEUR
 HUMAINE ET L'AUTHENTICITÉ
 DES LORRAINS.**

S'ADAPTER...

Les frontaliers connaissent certainement bien les habitudes de leurs voisins. C'est moins évident pour les artisans situés sur des territoires plus éloignés mais à forte vocation touristique. Certes, nos produits culinaires, nos savoir-faire ont bonne presse auprès des étrangers, mais nous avons aussi nos faiblesses. Dont cette idée que du moment qu'ils viennent chez nous, les touristes étrangers veulent les produits français, le mode de vie français, le style français... C'est vrai, mais ils aiment peut-être aussi qu'on s'adapte un peu à leurs habitudes, non ? En tout cas c'est ce qu'ont remarqué des artisans ou des conseillers d'office de tourisme. Le comité régional de tourisme s'est penché sur la question et propose des « fiches profils clientèles » réalisées par l'Observatoire Lorrain du Tourisme pour l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas. Consultables sur le site www.observatoire-lorraine.fr/connaissance-des-clienteles, elles permettent d'avoir une meilleure connaissance de nos clientèles cibles. Une fiche du marché

La clientèle étrangère progresse fortement dans les campings.



chinois, émergeant en Lorraine, a également été réalisée.

« UNE MARQUE D'ATTENTION »

Véronique Beley-Poirot travaille au service marketing du Conseil Général des Vosges. Elle a une longue expérience au Comité Départemental de Tourisme. Elle engage les artisans à proposer des produits correspondant aux usages des touristes étrangers. « *Les touristes des pays voisins aiment trouver chez nous des produits*

« LA CONFISERIE DES HAUTES-VOSGES : « DES GOÛTS ET DES COULEURS » »

Huitième au top 10 des sites touristiques lorrains les plus fréquentés, la Confiserie des Hautes-Vosges voit grimper le nombre de visiteurs étrangers. « *Belges, allemands et hollandais principalement* », constate Fabienne Picard, assistante et fille du dirigeant Jean-Marie Claudepierre. Depuis sa création en 1986, la confiserie artisanale de Fraize a bien grandi, accueillant 200 000 touristes en 2012. « *Le problème numéro un, c'est la langue, mais nous avons la chance de proposer un produit qui s'apprécie par les cinq sens alors ça passe bien. Pour assurer nos visites en saison, nous avons recours à des jeunes qui parlent allemand et anglais. Nous formons d'ailleurs quatre apprentis dont un en BTS tourisme. Nous avons traduit nos dépliants et nos panneaux explicatifs en allemand et en anglais. Les Néerlandais prennent la version anglaise. Et si je repère un visiteur étranger qui parle français, je le sollicite. Au fil de mon expérience, j'ai remarqué des préférences chez les uns et les autres en matière de goûts : la clientèle allemande aime surtout les amandes grillées, les pâtes molles et le nougat. Les Hollandais adorent la réglisse (drop) et les fruits rouges, ils n'aiment pas les bonbons forts. Du coup, on leur fait goûter ce qu'ils aiment. Cette simple observation m'a permis de favoriser les ventes* », affirme Fabienne Picard.



Démonstration devant les touristes.

RENDEZ-VOUS AU CAMPING DU LAC DE BOUZEY

Au Kawan Village Camping Club du Lac à 8 kilomètres d'Épinal, Hervé Mangin accueille chaque année 20 000 touristes, dont la moitié vient de l'étranger. « Sur place, ils ont envie de découvrir les spécialités et les savoir-faire de la région. Pour répondre à cette demande, j'ai mis en place tous les jours à 18 heures pendant l'été, un rendez-vous découverte avec un artisan, un producteur. Cela plaît beaucoup à nos clients qui prennent l'habitude de ce rendez-vous. »
Contact: Hervé Mangin - Tél. : 03 29 82 49 41

locaux et typiques. Cependant, si les artisans leur proposent des produits et services adaptés à leur mode de vie et auxquels ils sont habitués, c'est un plus. Pendant un séjour à l'étranger, on aime aussi retrouver ses produits habituels, surtout pour les enfants ! Pour la clientèle allemande, même si une bonne baguette française est appréciée, ils reviendront chez vous s'ils trouvent leurs pains spéciaux. Les Néerlandais reprochent souvent les horaires des repas : ils aiment manger tôt. Ils prennent thé et café plusieurs fois par jour accompagné de petits biscuits secs, gaufrettes, sablés, spéculos... Ils aiment aussi nos viennoiseries. Autre particularité, ils envoient beaucoup de cartes postales... Dans nos contacts avec la clientèle étrangère sur les Salons, nous percevons leurs centres d'intérêt, différents d'une nationalité à l'autre. Sans tomber dans les clichés, j'ai constaté que les Anglais recherchent de beaux jardins à visiter ; que les Allemands adorent la Fête des jonquilles de Gérardmer et se précipitent sur nos petits bouquets au Salon de Stuttgart. Connaître la clientèle étrangère permet de lui proposer ce qu'elle aime, c'est une marque d'attention. »

ATTIRER LA CLIENTÈLE ÉTRANGÈRE

Comment les touristes étrangers à la recherche de produits et savoir-faire locaux peuvent-ils alors identifier vos produits et les distinguer d'une offre plus « industrielle » créée spécialement pour répondre à l'engouement des étrangers pour la France ? Pas toujours facile de présenter son savoir-faire, d'expliquer l'histoire de son produit, quand on ne maîtrise pas bien l'anglais, l'allemand...

Les touristes étrangers se renseignent beaucoup dans les offices de tourisme pour connaître les richesses, les curiosités, les sites à ne pas manquer sur le territoire. Le personnel des OT est trilingue et donc parfaitement à même d'expliquer les spécificités de l'artisanat local. Faites des démarches auprès des OT de votre territoire pour vous faire connaître, expliquer l'originalité de ce que vous proposez, demander conseil sur les attentes des touristes. Ils en rencontrent toute la journée ! Déposez vos flyers dans leurs présentoirs.



Les touristes aiment découvrir les particularités d'un territoire, sa richesse et ses curiosités.

Les 5 points clés

S'adapter à vos clients

Habitudes et préférences différent d'un pays à l'autre. Sachez donc y être attentif et vous adapter aux clientèles étrangères et à ses mœurs.

Faire parler de soi

N'hésitez pas à solliciter les offices de tourisme et à faire connaître vos produits et savoir-faire. Ils sont les meilleurs relais entre vous et une clientèle potentielle.

Communiquer avec efficacité

Faites la démarche de créer des flyers ou des affiches en plusieurs langues et de les distribuer dans des endroits stratégiques comme les offices de tourisme ou les mairies.

Maîtriser la langue

Sans devenir trilingue, il est impératif d'avoir quelques notions d'anglais ou d'allemand pour vous faire comprendre et ne pas passer à côté d'une vente.

Contactez votre CMA

Elle reste votre meilleure partenaire que ce soit pour vous orienter vers les organismes compétents ou vous proposer des formations pour combler d'éventuelles lacunes.

« Nous sommes continuellement à la recherche de sites à visiter, de produits typiques à présenter aux touristes, commente une conseillère de l'Office du Tourisme d'Épinal. Si les artisans ne viennent pas nous voir et nous confier leur documentation, nous risquons de passer à côté. Nous ne pouvons pas connaître les personnes qui ne viennent pas vers nous. »

Le Département des Vosges s'est attaché à créer des outils destinés à présenter un aperçu des savoir-faire présents sur son territoire : la brochure « Made in Vosges » regroupe quelques bonnes adresses dans les principaux secteurs d'activité qui font la renommée des Vosges : textile, bois-ameublement, image, lutherie...

En Meurthe-et-Moselle, le site Tourisme Meurthe-et-Moselle présente 130 producteurs et artisans autour de la thématique « Saveurs et spécialités », avec en complément une rubrique spéciale « dégustation ». 59 artisans d'art sont répertoriés. Le site Tourisme Meuse propose aussi des ateliers à visiter. Celui de la Moselle permet de trouver près de 200 producteurs et artisans en métiers de bouche...

Il est donc important de présenter ses spécialités et atouts aux professionnels en contact avec les touristes étrangers. Votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat participe également aux remontées d'information auprès de ces organismes. N'hésitez pas à en parler avec vos conseillers qui pourront aussi vous aider à définir une offre adaptée et à vous former (stages langues étrangères).

APPRENDRE L'ANGLAIS POUR COMPRENDRE LES CLIENTS

Christian Nicolas, Président des artisans taxis de la Moselle, n'a pas hésité à s'inscrire aux formations d'anglais de la CMA. « Nous avons décidé cela avec les collègues du groupement des Taxis de Metz. Nous accueillons régulièrement des étrangers et nous voulions pouvoir les satisfaire en étant capables de comprendre ce qu'ils demandent et de leur présenter un peu la ville. Quand ils se déplacent dans nos taxis, ils demandent de voir les monuments et sites remarquables, ils nous interrogent sur l'histoire de la ville. Nous avons même travaillé un moment avec l'Office de Tourisme de Metz pour faire des visites guidées. Nous disposons d'un CD qui commentait le circuit en anglais ou en allemand. Ce sont les nationalités que nous accueillons le plus, avec des Américains mais ces derniers visitent plutôt Saint-Avold où se trouve un gros cimetière militaire. »

L'ALÉRION, LE GÂTEAU « SOUVENIR DE LORRAINE » DES EXPERTS PÂTISSIERS



Dynamique, toujours à la recherche de idées nouvelles et de projets à partager, la Fédération Lorraine des Artisans Pâtisiers a travaillé sur des « productions à emporter », emblématiques de la région. Ainsi est né en 2000 « l'Ambassadeur de Lorraine ». En février dernier, les Experts Pâtisiers Lorrains lui ont donné un petit frère. Doux et moelleux, c'est un cake à base de noisette rehaussé par la note acidulée d'une compotée de fruits rouges myrtille-framboise, enveloppé d'une fine couche de chocolat craquante. Les pâtisseries voulaient proposer un « cake de voyage » facile à emporter en souvenir d'un séjour en Lorraine. Restait à le baptiser. Accompagnés par une spécialiste de la communication, Flavie Najean, les experts pâtisseries ont trouvé intéressante l'idée de faire cogiter des experts des mots pour rechercher un nom évocateur de la Lorraine et du Voyage. Dix journalistes et communicants lorrains ont participé au joyeux remue-méninges organisé par Pascal Cunin, Président de la Fédération des Artisans Pâtisiers de Lorraine, Président des pâtisseries des Vosges, et ses trois collègues, les Présidents Frédéric Derelle (Meurthe-et-Moselle), Gérard Leroy (Meuse) et Philippe Fischer (Moselle). Parmi toutes les propositions qui ont fusé durant une heure, l'appellation Alérion s'est imposée à tous. L'Alérion est le nom du petit aigle d'argent qui figure sur le blason de la Lorraine. Il est maintenant prêt à s'envoler dans les pays voisins : gageons qu'il aura un grand succès grâce à sa saveur de fruits secs appréciée outre-rhin, de fruits rouges plébiscitée aux Pays-Bas et son enrobage chocolat-lait universel.



Dossier

SPECIAL

Échanger

LES VOYAGES FORMENT LA RÉUSSITE

Assurément ! Les hommes et les femmes de l'artisanat qui ont tenté l'international l'ont bien compris, les échanges et les expériences sont nombreux et multiples. Ils concernent tous les âges et tous les statuts : apprenti(e)s, salarié(e), chefs d'entreprises. Tous reviennent ou reçoivent avec ce même enthousiasme, celui qui résulte du sentiment d'un enrichissement professionnel d'exception. Vous êtes intéressés ? Les échanges internationaux, la mobilité européenne vous tentent ? La Lorraine dispose d'un réseau particulièrement structuré de spécialistes pour vous accompagner dans vos échanges internationaux. Dans les CFA, les CMA, les Codecom, les collectivités territoriales..., les initiatives se sont multipliées ces dernières années pour ouvrir le secteur des métiers à l'international. Découvrons les différentes formes que peuvent revêtir ces échanges de savoir-faire. Sans oublier un point essentiel: vos compétences constituent certainement votre meilleur passeport.



GRÂCE AU CFA EUROPÉEN LOUIS PRIOUX, PLUS DE 2 000 JEUNES ONT DÉCOUVERT DE NOUVEAUX HORIZONS PROFESSIONNELS CES 25 DERNIÈRES ANNÉES, FAISANT DE CE CENTRE UN PIONNIER EN LA MATIÈRE AU NIVEAU NATIONAL.

UN CFA PIONNIER DANS L'INTERNATIONAL

En France, le CFA européen Louis Prioux fait figure de pionnier en matière d'échanges internationaux dans le champ de la formation professionnelle par apprentissage. En 25 années, l'établissement a gravi des montagnes administratives pour dépasser les frontières et ouvrir à plus de 2 000 jeunes de nouveaux horizons professionnels. L'équipe dispose aujourd'hui d'une richesse inestimable avec un réseau constitué de centres de formation partenaires et d'entreprises d'accueil répartis dans différents pays européens. Le CFA gère actuellement deux programmes de mobilité européenne (Léonardo). Dans la grande majorité des cas les actions de ce programme sont gérées directement par les centres de formation. La Région Lorraine avec sa plateforme d'assistance technique Pastel représente également un interlocuteur particulièrement efficace.

Le premier programme s'adresse aux apprenti(e)s titulaires d'un Brevet professionnel de l'hôtellerie, de la restauration ou de la pâtisserie. Nicolas Viard explique : « *Nous proposons des séjours de 26 semaines dans un pays de l'Union européenne. Les jeunes suivent une préparation linguistique et culturelle dans un centre de formation partenaire du pays d'accueil pendant quatre semaines. La formation et l'hébergement sont financés par la bourse européenne. Les 22 semaines suivantes s'effectuent en entreprise. Les jeunes perçoivent alors un salaire versé par leur employeur et une bourse mensuelle qui leur permettent de se loger.* » Depuis quelques années, Londres est devenue leur principale destination. Le second volet du programme de mobilité européenne est destiné aux deuxièmes années de Brevet Professionnel. En 2013, 23 apprenti(e)s ont bénéficié d'un stage de quatre semaines dans des entreprises londoniennes. Nicolas Viard ajoute : « *Nous travaillons avec des établissements très haut de gamme, de très belles entreprises. Nos jeunes bénéficient d'expériences très enrichissantes. Par ailleurs, les entreprises anglaises ont développé des modes d'organisation*



Nicolas Viard, chargé des actions européennes au CFA européen Louis Prioux.

du travail d'une très grande efficacité. Elles ne sont pas ralenties par la lourdeur administrative et peuvent se consacrer quasi exclusivement à leur cœur de métier. »

Pour le CFA européen Louis Prioux, ces échanges représentent un challenge exceptionnel dans la mesure où de nombreux jeunes n'ont jamais voyagé. C'est une véritable ouverture d'esprit, un « *élargissement de leur champ de réflexion* », précise Nicolas Viard qui surenchérit en louant le caractère cosmopolite de cette capitale ouverte sur le monde. De la même façon, les stagiaires qui suivent la formation BTS Hôtellerie effectuent des séjours professionnels dans différentes régions d'Espagne (Galice, Pays de Valence, Andalousie), Pays de Galle, Irlande...

LA TOUCHE FRANÇAISE S'EXPORTE

La notoriété du savoir-faire français dans de nombreux domaines constitue un véritable passeport pour accéder à l'international. L'artisanat s'offre d'ailleurs une place de premier choix et fait référence lorsqu'il s'agit de flatter les papilles ou de combler les esthètes. Avec pour seuls bagages les qualifications aux métiers de l'artisanat, on peut passer de nombreuses frontières et trouver le meilleur accueil dans des entreprises des pays hôtes. Stéphanie Michel, apprentie en BP coiffure, maîtrise les ciseaux et



la langue de Shakespeare avec la même aisance. Arrivée à Londres pour un stage de quatre semaines, elle s'est parfaitement intégrée dans un salon de coiffure de haute facture, au cœur de la capitale britannique. Dès le premier jour, elle coiffait les clients en toute autonomie et distillait sa french touch avec le meilleur effet. Si nous pouvons légitimement avoir quelques doutes sur l'estime que nous portent nos voisins d'Outre-Manche, Stéphanie nous rassure lorsqu'elle explique : « À Londres, les Français ont vraiment la cote lorsqu'il s'agit des savoir-faire liés aux métiers de la mode et de la gastronomie. En plus, avec le système de l'apprentissage, nous sommes très opérationnels et bien formés. J'ai travaillé dans un salon avec une Anglaise en formation, elle était impressionnée par tout ce que je savais faire et surtout par mon niveau d'autonomie. »

Simon Hugot a carrément tenté l'aventure en partant en Australie avec son sac à dos et son copain de promotion. Formé dans la boulangerie de ses parents, autant dire qu'il est tombé dedans quand il était petit. Il est aujourd'hui titulaire d'un CAP, d'un BP et d'un BM en boulangerie. Bref, de belles références pour trouver du travail à l'étranger. Sans destination précise et pour seuls objectifs de découvrir du pays, de faire des rencontres et de progresser en anglais, au moment de partir, il possédait une vague idée des possibilités de travail que lui offraient ses qualifications professionnelles.

Arrivé en Australie, il prend conscience, lors des entretiens d'embauche, de la notoriété dont jouissent la cuisine et la boulangerie française. Très rapidement, il est employé dans un restaurant pour préparer les typiques petits-déjeuners des pays anglo-saxons.

TENIR COMPTE DES DIFFÉRENCES CULTURELLES

Les différences culturelles constituent un des charmes non négligeables quand on veut s'expatrier ou exporter ses produits puisqu'elles obligent à réfléchir sur d'autres manières d'appréhender le monde. Il importe de bien intégrer cette notion afin de ne pas commettre de bévues et d'éviter des incompréhensions avec les interlocuteurs locaux qui seraient néfastes à la concrétisation d'un courant d'affaires ou de son arrivée dans une entreprise. Il faut connaître la langue du pays (ou au minimum l'anglais) mais aussi se renseigner au préalable sur les manières de vivre, la façon de penser et de travailler, l'habitat et les habitudes de consommation.

Compétent et débrouillard, on l'appelle ensuite en renfort à la cuisine. Il reste environ trois mois dans cet établissement non sans avoir fait découvrir aux Australiens quelques bonnes recettes françaises et lorraines. Il prépare des madeines, des quiches, des galettes des rois, des Paris-Brest et, clou du spectacle, une pièce montée pour le patron. Il remercie encore son père, Pascal, qui lui a enseigné la boulangerie sans concession, celle où l'on doit savoir tout faire de A à Z. Elle lui a permis de réaliser ses préparations en s'adaptant aux matières premières locales. Pour autant, Simon envisage les échanges dans les deux sens et s'enrichit des « vraies » recettes australiennes. Il garde dans un coin de sa tête – on ne sait jamais, de retour en France, ça peut servir – la recette des muffins et autres produits typiques. En attendant, l'aventure se poursuit dans un nouveau restaurant en Tasmanie, au sud de l'Australie.

Les 5 points clés

Parler la langue

Pour optimiser votre séjour mieux vaut posséder les rudiments de la langue du pays de destination ou quelques bases d'anglais. Les CFA et CMA vous proposent des formations en langue.

Profiter des programmes européens

Pendant la formation ou après l'obtention de votre diplôme, vous pouvez bénéficier d'un accompagnement et d'une bourse Léonardo pour partir à l'étranger.

Miser sur la french touch

Vous pouvez partir plutôt confiant à l'étranger, le savoir-faire français est apprécié et reconnu partout dans le monde. Un vrai coup de pouce quand on est jeune!

Se faire assister

Vous êtes chef d'entreprise? Vous pouvez faire bénéficier vos salariés, vos apprentis, d'une mobilité professionnelle en Europe grâce au réseau Pastel.

Travailler chez nos voisins

L'aventure peut être bénéfique, enrichissante, voire même florissante. Renseignez-vous au préalable sur le droit du travail en vigueur et la réglementation.

DES TITRES AU RETENTISSEMENT MONDIAL

Et puis, toujours en termes de notoriété, il faut ajouter les distinctions qui marquent l'excellence des savoir-faire et des métiers. Les portes du monde entier sont grandes ouvertes lorsqu'on évoque le titre de Meilleur Ouvrier de France ou de Champion du Monde. Franck Kestener en est le parfait exemple. À la tête d'une pâtisserie chocolaterie à Sarreguemines, il perpétue la vocation familiale depuis cinq générations.

Dépositaire de l'obsession génétique pour la rigueur dans le travail et la qualité des produits, il consacre l'héritage de la lignée en obtenant le prestigieux titre de Meilleur Ouvrier de France en 2003. Il récidive en 2006, à Phoenix, sur le sol américain, en décrochant, au nez et la barbe des concurrents des États-Unis et du Japon, la distinction de champion du monde de pâtisserie par équipe en duo avec un autre Lorrain, Franck Michel. À partir de là, tout s'accélère. La clientèle devient internationale. Franck Kestener ouvre un établissement à Paris, est invité à donner des cours à l'école de pâtisserie de Chicago, à Munich, à Barcelone, à Hong Kong... et il est contacté pour la chaîne de grands magasins de luxe japonais pour participer à une opération commerciale « haut de gamme ».

Franck Kestener raconte : « *Je pars chaque année 15 jours au Japon pour la Saint-Valentin. Les grands magasins de luxe Isetan commercialisent mes produits et m'invitent au Salon du chocolat qu'ils organisent. C'est un événement important, ils achètent des spots à la télévision, nous recevons des milliers de visiteurs... Au Japon, la notoriété pour le titre de Meilleur Ouvrier de France est énorme. L'engouement suscité par les personnes qui excellent dans un métier est impressionnant. Certains Japonais attendent deux heures pour obtenir un autographe sur une petite boîte de chocolat ou être photographiés avec moi.* »

La notoriété de Franck Kestener est considérable au Japon. Dans sa boutique parisienne, les clients japonais affluent. Franck Kestener ajoute : « *J'ai même embauché une vendeuse japonaise, bien entendu, elle parle la langue du pays et c'est très important* ». À Tokyo, le pâtissier français est également contacté par des pâtisseries japonais qui veulent s'enrichir des savoir-faire français d'excellence. Il



les emploie et les forme dans son établissement de Sarreguemines pendant une année. Franck Kestener est très admiratif de l'art de présenter les produits au Japon.

Il revient toujours de ses voyages au pays du Soleil-Levant avec des idées nouvelles, il regarde, découvre et s'inspire. Il évoque notamment le Yuzu, ce citron encore inconnu il y a peu en France qui recèle des arômes très particuliers et surtout très intéressants pour imaginer des saveurs inédites. Dans quelques semaines, le pâtissier français ouvrira un nouvel établissement à Sarrebruck, en Allemagne. Autant dire que la dimension internationale est omniprésente dans les activités de Franck Kestener.

Les échanges internationaux représentent des sources d'enrichissement intarissables pour les professionnels du secteur des métiers. Cette ouverture sur le monde est d'autant plus salutaire qu'elle engendre une évolution des pratiques et des produits développés par les entreprises artisanales. Stéphanie, Simon et Franck sont les représentants d'une dynamique naissante tournée vers les échanges internationaux qui inspireront très certainement l'évolution des métiers et des entreprises de l'artisanat de nos territoires.

CONTACTS UTILES

ITESTEZ VOS CONNAISSANCES LINGUISTIQUES :
www.alte.org ou www.bulats.org
ID E NOMBREUX CONSEILS PRATIQUES :
www.eurodesk-france.org
I RÉSEAU PASTEL : Tél. : 0387 336080 - pastel@lorraine.eu
I RÉGLEMENTATION DU TRAVAIL, SANTÉ, ALLOCATIONS DANS LES PAYS VOISINS :
www.eures-emr.org/



Métier

Fait maison

LA SIGNATURE DE L'ARTISAN

Assaillis par les contraintes économiques et réglementaires, les artisans des métiers de bouche cèdent parfois à la tentation des produits semi-finis ou finis, censés les aider aux dires des grossistes. « Un choix à très court terme », mettent en garde les organisations professionnelles, démontrant que cette démarche risque de galvauder la qualité artisanale et rappelant que l'atout majeur de l'artisan est le « fait maison ».

[L]es « 35 heures », le coût de la main-d'œuvre, les difficultés à trouver des jeunes motivés, les réglementations et les contrôles à tout va, les exigences du client qui veut des produits réguliers, nouveaux, parfaits... Toutes ces contraintes pèsent sur les professionnels des métiers de bouche. Les fabricants industriels de produits semi-finis et finis pour préparations culinaires l'ont bien compris et déploient face à l'artisan leurs brochures en papier glacé et leurs arguments sur un coin de table du laboratoire. Avec leurs produits, tout devient « magique » : on mélange une poudre avec de l'eau et voilà une crème pâtissière prête à garnir les éclairs. La pâte à chou se fait en un clin d'œil avec un autre sachet. Les viennoiseries

n'ont plus qu'à s'enfourner, les farines sont déjà mélangées... Gain de temps, d'argent, sécurité alimentaire, garantie d'un produit stable, au goût régulier recherché par le client, ce consommateur qui ne sait plus que le pain varie selon le temps, l'inspiration, les saisons...

« Avec ces produits-là on n'a plus qu'à former des CAP "cutter" ! », raille, rageur, Freddy Schwartz, artisan pâtissier « pur sucre » à Rambervillers. « Ils font des génoises en poudre, des savarins que vous n'avez plus qu'à tremper dans le rhum ! Un fournisseur m'a même proposé d'être dépôt pour ses produits que les clients commandent sur catalogue : l'artisan serait le réceptionneur », tempête-t-il. Sur Internet, les catalogues pour artisans pâtissiers, boulangers, traiteurs, étalent

leurs gammes de mignardises, canapés, viennoiseries, desserts, plus alléchants les uns que les autres, esthétiquement parfaits. « *Chez nous on fabrique tout, avec des vrais œufs, du vrai lait, qui viennent des fermes du coin* », poursuit le pâtissier rambuvetais.

UN DÉPANNAGE, PAS UNE HABITUDE

Face à la tentation d'utiliser ces « aides » proposées par les industriels, les Présidents départementaux et régionaux des organisations professionnelles des métiers de bouche montent au créneau. Fédération des artisans boulangers pâtisseries de Lorraine, Fédération lorraine des artisans pâtisseries, Fédération lorraine des artisans bouchers charcutiers traiteurs, insistent sur l'importance du fait maison. « *Les produits finis en viennoiserie doivent rester uniquement un dépannage, met en garde Régis Friang, Président régional des boulangers. Il ne faut surtout pas tomber dans les mêmes pratiques que nos concurrents.* » Et d'ajouter : « *Ainsi nous défendons le pain maison. L'appellation "boulangier" est réservée au professionnel qui intervient d'un bout à l'autre dans le processus de fabrication. Ce sont des contraintes mais il faut savoir les accepter pour défendre notre profession.* » « *Nos assemblages de farines, nos choix de travailler avec des petits moulins, c'est ce qui fait l'identité des produits artisanaux, de chaque boulanger* », renchérit Régis Barlier, Président des boulangers pâtisseries des Vosges. « *Utiliser des mixes (assemblages de farines prêts à l'emploi), des produits de viennoiserie semi-finis ou finis, c'est un choix à très court terme car le client attend de l'artisan un produit de très haute qualité et personnalisé.* »

Actuellement, la Fédération des boulangers met en place une appellation « Viennoiserie Maison » : les professionnels qui l'afficheront s'engagent à ce que toutes les viennoiseries « *quelles que soient leurs tailles et leurs formes, commercialisées dans le magasin ou en tournée soient entièrement fabriquées par leurs soins à partir de matières premières qu'ils ont choisies. Ils s'interdisent d'utiliser des "mixes" et de congeler des viennoiseries entièrement cuites et prêtes à la vente* ».

FAIRE MOINS MAIS MIEUX

« *Utiliser des produits semi-finis, c'est courir à notre perte, crie Pascal Cunin, Président Régional des pâtisseries. On sera uniformisés par ces produits bourrés de révélateurs d'arômes et autres exhausteurs de goût. Les clients recherchent au contraire dans nos créations l'identité de chacun, sa patte de pâtissier.* »

« *Faites moins de produits mais fabriquez-les au maximum* », clame Christian Nosal, Président régional des bouchers charcutiers traiteurs, et Président régional de la Confédération Générale de l'Alimentation de Détail (CGAD), suggérant à ses adhérents de s'organiser entre eux pour la fabrication de certains produits impossibles techniquement à élaborer par tous, mais gagnant à être fabriqués par un artisan qui fournit les autres. Le Président Christian Nosal est très ferme : « *Il faut défendre le produit maison, c'est important pour l'artisan car c'est ce qui le démarque des autres modes de production. C'est une honnêteté intellectuelle du professionnel. Les artisans ne doivent pas devenir des épiciers, sinon nous nous décrédibiliserons auprès de nos clients à la recherche, dans*

CHRISTIAN NOSAL : TROUVER LES BONS PRODUITS FAITS ARTISANALEMENT

La situation n'est pas simple pour l'artisan en métier de bouche. Jusqu'aux années 50, l'artisan fabriquait toute sa gamme en circuit court. Lorsque la grande distribution a fait son apparition, les clients ont pris goût à la variété, les artisans ont dû élargir leur offre : davantage de produits, de plus en plus compliqués à fabriquer. En même temps, les clients consommaient moins chez l'artisan. Pour les petits artisans, ce n'était plus économiquement viable de fabriquer certaines préparations. Les fournisseurs ont proposé des produits de qualité pour pallier, et puis des grossistes sont venus avec des fabrications répondant au seul critère du prix, proposant parfois les mêmes préparations aux grandes surfaces. Si on ne peut pas tout faire il faut surtout se tourner vers des produits de très haute qualité. Attention, ça doit rester un complément du "fait maison". Au sein de la Fédération, pour rationaliser, on essaie de trouver des professionnels intéressés pour fabriquer certains produits toujours demandés mais qui se vendent moins. Je prends le cas de la saucisse au sang, les consommateurs en demandent encore mais tous les artisans ne la produisent pas : on prend un artisan de renom qui sait la faire, qui la produit et la revend à d'autres. Il faut être sincère, on ne peut pas ou on ne sait pas tout faire. Dans ce cas, trouvons les bons produits faits artisanalement chez un confrère, que nous proposerons à côté de nos produits maison, lesquels doivent rester la base de notre offre.



Métier

nos structures, de qualité artisanale. À l'instar de nos amis boulangers, il faut pratiquer la transparence, comme ils l'ont fait en n'autorisant l'appellation "Boulangier" qu'aux artisans qui fabriquent leur pain. Dans notre profession, nous avons signé avec le ministère de l'Artisanat la mise en place du label QualiChef pour signaler et distinguer les entreprises qui fabriquent au moins 80 % des charcuteries fraîches. » À Épinal, la boucherie-charcuterie Kneuss vient justement d'obtenir le label QualiChef après plusieurs mois consacrés par les dirigeants au montage du dossier. « Comme nous faisons nous-mêmes toute notre charcuterie, à part le sec, vraiment minime dans notre gamme, nous avons trouvé ce label très intéressant pour communiquer auprès de nos clients », explique Frédéric Kneuss. Pas question de produits finis ou semi-finis ici : « J'aime faire la cuisine. Mon plaisir, c'est d'innover, inventer, varier à l'infini à partir des bases. Un pâté de campagne, je le personnalise, j'ajoute de la mirabelle, de la rhubarbe selon les saisons. Évidemment, c'est du travail, de la formation pour suivre les normes et les tendances, du temps de fabrication, du monde au labo pour tout produire : la fabrication d'un jambon, par exemple, prend plusieurs jours : le demi-porc arrive au laboratoire. On découpe et désosse, on sale, on passe en baratte, on les moule. Ils cuisent 12 heures. On fume nous-mêmes. »

LES LIMITES DU DISPOSITIF

Face au doute qui s'installe dans l'esprit de clients apprenant que certains artisans vendent des produits fabriqués ailleurs et qui plus est, parfois non artisanalement, les « traditionnels » doivent communiquer et afficher le « fait maison ». Quali-



Frédéric Kneuss aime se réinventer chaque jour.

CMA/BB

Chef permet maintenant à la boucherie-charcuterie Kneuss d'affirmer que ses produits sont « maison ». « Viennoiseries Maison » authentifiera la qualité des croissants et autres brioches chez les boulangers qui s'engageront. « Au magasin, nous plaçons des étiquettes "fait maison" sur les gâteaux, les chocolats », expliquent les épouses de pâtisseries, Angélique Cunin et Joëlle Schwartz. « Un artisan affichant "fait maison" sur des produits qu'il ne fabrique pas sur place s'expose à des poursuites par la répression des fraudes », argumentent-elles. Les pâtisseries songent aussi à un label. Même si le dispositif a ses limites : par exemple, Pascal Cunin fabrique les chardons lorrains artisanalement dans son laboratoire et les revend à ses collègues... qui n'ont plus le droit d'appeler ces chocolats « fabrication maison » ! Pas simple...

9 ARGUMENTS CONTRE LES PRODUITS INDUSTRIELS PAR PASCAL CUNIN

- 1 | En tant qu'artisan, j'ai mon identité propre : nous serons uniformisés avec ces produits-là.
- 2 | Nous sommes des créateurs, nous élaborons nos propres spécialités en rapport avec notre histoire, notre terroir.
- 3 | Quand nous fabriquons nos produits, nous savons ce qu'il y a dedans. Et on sait vers qui se tourner s'il y a un problème. C'est un peu plus compliqué mais la sécurité et l'hygiène, c'est notre métier.
- 4 | Avec les produits prêts à l'emploi on perd la formation, le métier. Si on ne forme plus, plus de repreneurs...
- 5 | Nos produits sont appréciés parce qu'ils respectent les vrais goûts du beurre, de la crème, des œufs.
- 6 | On n'est pas là pour se mettre au niveau de la grande distribution, mais le contraire ! On doit se démarquer.
- 7 | La grande distribution, elle, ne peut que travailler avec ces produits-là par rapport à son marché.
- 8 | En fabriquant soi-même, on garde une grande réactivité par rapport aux saisons, aux envies et demandes du client.
- 9 | Les artisans qui utilisent ces produits sans jouer la transparence mettent en péril toute la profession. Quand la confiance sera perdue, ce sera difficile de la regagner.

Philippe Maas

UN UNIVERS GASTRONOMIQUE DE QUALITÉ



CMA 57

On ne peut pas définir la qualité. On la reconnaît quand on la voit. Avant même de les goûter, c'est en effet l'image qui s'impose des produits proposés dans cette illustre maison messine, reprise depuis quelques années par un découvreur de sensations aux multiples influences.



*Philippe Maas,
l'instinct du bon...*

[U]ne histoire de filiation tout d'abord entre un père et un fils, tous deux amoureux des produits nobles, de ces pépites culinaires qui donnent envie d'y revenir, de les préserver, de les garder secrètes. C'est dans cet amour du bon, de la recherche de l'exceptionnel, que s'est forgée cette complicité qui a conduit le père, en toute confiance, à céder l'entreprise familiale à son fils. Un parcours comme beaucoup d'autres dans l'artisanat si ce n'est que celui de Philippe s'était d'abord construit autour de la biochimie et de la génétique des micro-organismes. Des termes résolument barbares mais qui cachaient déjà une aspiration très marquée pour une approche scientifique de l'alimentaire. Tous les sens sont alors chez lui en éveil. L'olfactif l'incite à choisir un temps la parfumerie. Le goût et le toucher le conduiront finalement vers l'œnologie du côté de la Bourgogne, des Pyrénées-Orientales et du Bordelais. Cette communion avec le produit, le fait de pouvoir vinifier sont pour lui existentiels. Il ne saurait être question de travailler sans ce rapport corporel. Il s'enrichit de ce que la terre lui apporte. S'ensuivront dix années de passion dans

des domaines viticoles de renom jusqu'à ce que le mariage entre cette vie-là et ses souvenirs du laboratoire de pâtisserie finisse par s'imposer.

COMME UNE ÉVIDENCE

Retour à Metz avec un appétit démesuré de surprendre dans le bon sens du terme. La volonté de faire partager ses combinaisons de saveurs devient son leitmotiv tout en veillant à ne pas renier ce qui a fait le succès de l'entreprise familiale. Cette quête du fait-maison, de la sélection des meilleurs produits découverts au fil de ses pérégrinations, lui est désormais chevillée au corps. Il respire cette soif de qualité et de créativité à tel point que son esprit le réveille régulièrement en pleine nuit pour lui suggérer des associations d'aliments pour le moins surprenantes.

Avec cette même détermination, cette même exigence, il sélectionne ses produits privilégiant dès qu'il le peut des coups de cœur régionaux, des filières courtes, comme ce volailler de Lorry-Mardigny sur lequel il ne tarit pas d'éloges. Il cherche ainsi à nouveau à se démarquer, à offrir aux consommateurs une parenthèse gustative de bonheur, quitte à y réduire ses propres marges pour pouvoir honorer la philosophie qualitative qui est la sienne. Finalement, une image épicurienne, faite de sensibilité et d'envie de partager qui le conduit depuis maintenant quelques mois à tenter une aventure de « snacking gastronomique ». Autour de 14 recettes salées mêlant produits de base, ingrédients haut de gamme et atypiques, il réinvente le *wrap*, cette petite galette fine enroulée autour d'une garniture. L'aventure est belle, conforme au personnage, à ses valeurs. Nul doute qu'elle rencontrera, là aussi, le succès réservé à celles et ceux qui ont la foi, et qui savent lui associer le talent.

Carte artisan 2014

UN PROGRAMME D'AVANTAGES OFFERT AUX ARTISANS !

Pour la première fois cette année, la carte artisan permettra aux artisans, leurs conjoints collaborateurs ainsi que leur famille de profiter d'avantages personnels.

L'APCMA et les chambres de métiers et de l'artisanat, par l'intermédiaire de la société Obiz, disposeront d'un programme d'avantages dédié. Les avantages accessibles grâce à la carte artisan seront les suivants :

! Un accès à plus de **23 000 offres de proximité** dans le domaine du sport, des loisirs, du bien-être et de la culture.

! La possibilité de demander un avantage qu'ils souhaiteraient obtenir (**modèle participatif**). En effet, si vous souhaitez avoir la possibilité de vous voir appliquer un avantage non disponible dans le catalogue d'offres disponibles, vous pouvez demander à la société Obiz de le négocier pour vous

! La possibilité de **communiquer sur une offre ou un produit** à destination des bénéficiaires actifs (+1,2 million à ce jour) sans aucune contrepartie financière (pas de droit d'entrée, ni de rétrocession sur le chiffre d'affaires généré). Il s'agit de faire bénéficier les autres possesseurs de la carte artisan, de ceux qui auront accès à la plateforme, de vos produits ou à des avantages professionnels que vous avez.



Enfin, la valorisation de cette offre se fera tout au long de l'année à travers des newsletters, des communications régulières sur les outils de communication interne et externe de l'APCMA et des CMA ainsi que de la mise à disposition de petites vidéos expliquant ces avantages.

L'ACCÈS À CES AVANTAGES EST TRÈS SIMPLE !

Il faut se munir du numéro inscrit au dos de chaque carte et se connecter sur une plateforme dédiée : www.artisanat.fr/avantages.

- ❶ Cliquez sur « C'est ma première visite ».
- ❷ Entrez le numéro figurant sur le côté gauche au dos de votre carte artisan 2014 et suivre les instructions.

Pour plus de facilités : téléchargez gratuitement l'**application mobile Obiz**.

FRANCE INTERNATIONAL : L'OFFRE DE SERVICES S'ORGANISE

EXPORT. Afin de clarifier l'offre de services et de donner aux entreprises les moyens de conquérir les marchés étrangers, le Comité interministériel de modernisation de l'action publique (Cimap) a décidé le regroupement des acteurs de l'export sous la bannière « France International » et la mise en ligne d'un portail recensant l'offre française de soutien à l'internationalisation des entreprises. Celui-ci propose un parcours de l'export, un premier catalogue des offres des partenaires de l'export, un annuaire des contacts régionaux et internationaux et un agenda des principaux événements liés à l'internationalisation des entreprises. Il sera complété en mai par un annuaire de l'export interactif, un réseau social des exportateurs et une plateforme de mise en relation entre PME et sociétés de négoce international. **Plus d'infos :** www.france-international.fr



PROFESSIONNELS, SOYEZ LÀ OÙ VOS CLIENTS VOUS CHERCHENT !

PROXIMITÉ. La Banque Populaire a créé « Direct et Proche », une offre digitale proposant aux professionnels de disposer d'une e-vitrine ou d'une e-boutique à leur image, pour développer leur activité sur le net et bénéficier d'un référencement optimisé.

« Direct et Proche » propose un accompagnement par des experts, des conseils personnalisés, une formation détaillée et une assistance permanente à travers un forfait tout compris, clair et sans surprise. www.directetproche.fr est un portail innovant, permettant de trouver des services et des commerces de proximité 24 h sur 24, autour de chez soi ou à l'autre bout de la France.

Plus d'infos : www.directetproche.fr



RSI : UNE CONVENTION POUR MIEUX VOUS ACCUEILLIR



SERVICES. Les représentants du RSI Lorraine et de l'Urssaf Lorraine ont signé, en février dernier à Nancy, une convention de gestion régionale afin d'améliorer les services rendus aux professionnels indépendants dans le cadre de la mise en place de l'Interlocuteur Social Unique (ISU). L'enjeu consiste à organiser désormais une réelle coproduction des activités sur toute la chaîne de traitement avec pour seuls objectifs l'amélioration de la qualité du service rendu aux assurés et un recouvrement plus efficient répondant aux objectifs fixés par les pouvoirs publics. Les activités relevant de l'organisation commune sont l'accueil physique commun, la gestion administrative des comptes, le recouvrement amiable, le contrôle des cotisants et la gestion des réclamations. La nouvelle organisation s'appuie sur le partage des outils et l'amélioration des échanges entre les systèmes d'information des deux réseaux.

LOI PINEL : CE QUI CHANGE POUR VOUS !

AVANCÉE. Le projet de loi sur le commerce, l'artisanat et la micro-entreprise a été adopté à l'Assemblée Nationale. Il renforce les qualifications dans l'artisanat en réservant la qualité d'artisan aux seuls détenteurs d'une qualification professionnelle obligatoirement vérifiée lors de l'inscription à la CMA. Elle va aussi permettre aux entreprises artisanales de plus de dix salariés de continuer à bénéficier de l'accompagnement des CMA en cas de cession ou de transmission. Une simplification du régime de l'EIRL est envisagée pour mieux protéger le patrimoine des entrepreneurs. Enfin, ce projet de loi réforme le régime des baux commerciaux et l'urbanisme commercial afin de soutenir davantage le commerce de proximité, rééquilibrer les relations entre bailleurs et petits commerçants et favoriser la diversité du commerce, notamment en centre-ville.



Crédit Agricole de Lorraine DES RÉSULTATS SATISFAISANTS EN 2013

Le Crédit Agricole de Lorraine a présenté ses résultats de l'année écoulée le 25 mars dernier à Metz.

Avec une hausse significative de son activité tant sur l'épargne que sur les crédits, la banque démontre toute son utilité et affiche sa solidarité avec les acteurs du développement économique de la région, avec près d'un milliard d'euros de nouveaux crédits d'investissement mis en place en 2013. L'épargne a progressé de 3,8 %, et comme le rappellent ses dirigeants, « au Crédit Agricole de Lorraine, c'est d'abord l'épargne des Lorrains qui permet d'investir dans la région ».

Avec un chiffre d'affaires de 238 millions d'euros, le Crédit Agricole de Lorraine dégage cette année un résultat net de 47,9 millions d'euros (+ 0,9 %) et dispose de 1,168 Md d'euros



Claude Vivenot, Président,
et Renée Talamona,
Directeur Général

de fonds propres (+ 3,8 %) pour un ratio de solvabilité européen de 19,53 %. De quoi, en restant moderne, proche et responsable, assurer son avenir et continuer à mériter la confiance de nouveaux clients.

DGCCRF UN SITE INTERNET INCONTOURNABLE



WEB. Le site de la Direction Générale de la Concurrence, Consommation et Répression des Fraudes regroupe des informations vraiment indispensables pour tout chef d'entreprise: réglementation et dates des soldes, résolution de litiges, prix et pratiques commerciales, chèques sans provision, délais de paiement, étiquetage, prélèvements SEPA, pourboires, boutiques en ligne. À consulter sans plus tarder!

Retrouvez toutes ces informations sur
www.economie.gouv.fr/dgccrf

PARTICIPEZ AU PRIX GOÛT ET SANTÉ DE LA MAAF



GOURMAND. Le concours organisé par MAAF Assurances revient pour sa 12^e édition. À destination des métiers de bouche, le concours valorise des artisans qui proposent des produits goûts et bons pour la santé. C'est pourquoi la démarche prend en compte à la fois l'aspect nutritionnel des produits et les qualités gustatives, au travers de créations culinaires innovantes contribuant à l'équilibre alimentaire. Date du dépôt: avant le 31 mai 2014

Dossier de candidature à télécharger sur maaf.fr,
rubrique « Professionnels et entreprises »

BOUQUET DE SERVICES DU RSI MON COMPTE

FACILITÉS. En 2014, le RSI propose aux artisans deux nouveaux services en ligne dans « Mon compte » pour leur faciliter la gestion de leurs cotisations sociales. Les assurés qui utilisent le prélèvement automatique peuvent changer la périodicité en ligne (trimestrielle ou mensuelle). Cet été, les chefs d'entreprise en difficulté pourront demander un délai de paiement de leurs cotisations, leur assurant un traitement rapide de leur demande. Dans un contexte économique difficile pour les travailleurs indépendants, les demandes de délais de paiement font partie de la politique de recouvrement des cotisations sociales du RSI.

Retrouvez toutes ces informations sur www.economie.gouv.fr/dgccrf



FOTOLIA.COM



FOTOLIA.COM

QUI DOIT PAYER L'AMENDE ?

VÉHICULE PROFESSIONNEL. La Cour de cassation a rappelé qu'un employeur ne peut obliger un salarié à lui rembourser le montant des amendes qu'il a dû régler pour des infractions commises par celui-ci avec un véhicule de l'entreprise. Les excès de vitesse ou les stationnements irréguliers sont des infractions pour lesquelles la responsabilité pécuniaire (et non pénale) incombe au titulaire de la carte grise. Elles restent à la charge de l'entreprise, sauf en cas de faute lourde pour laquelle il y aurait volonté de nuire du salarié. Ce dernier peut, en revanche, s'exposer à des sanctions disciplinaires. De plus, l'employeur n'est pas tenu de régler les amendes dont il n'est pas responsable ; il s'agira alors, sur le formulaire de police, de déclarer comme tel et de désigner qui était le conducteur.

LA RECETTE DU MOIS: GÂTEAU DE VOYAGE NOISETTE CHOCOLAT

■ Recette de Jean-Charles Balthazard, enseignant en Pâtisserie au Cepal de Nancy (54).



■ Ingrédients :

- 50 g de sucre semoule
- 75 g d'œufs
- 50 g de cacao en poudre
- 50 g de noisettes en poudre
- 70 g de farine (T45)
- 5 g de levure chimique
- 50 g de lait
- 50 g d'huile de colza

■ Préparation de la recette :

- Blanchir le sucre et les œufs au fouet
- Mélanger le cacao et les noisettes
- Tamiser ensemble la farine et la levure chimique
- Incorporer l'ensemble cacao/noisettes, puis la farine tamisée
- Incorporer le lait puis l'huile et lisser la masse

- Laisser reposer 30 minutes au frais
- Couler dans les moules
- Cuire au four à 170° pendant 15 à 20 minutes suivant la taille du moule
- À mi-cuisson, inciser le haut du gâteau de voyage afin de permettre un meilleur développement.

■ L'histoire de la recette : Pendant la Grande Guerre, les combattants n'avaient pas grand loisir de déguster des gâteaux mais parfois ils recevaient dans leur colis des « gâteaux de voyage », petits cakes qui se conservaient plutôt bien et ayant un bon apport énergétique. Cette recette, que l'on fabriquait pour les fêtes de fin d'année et que l'on envoyait aux poilus sur le front, représentait un peu de douceur dans un monde dévasté...

Vous avez un maximum de ●
CONTINUEZ, LA ROUTE EST TOUTE TRACÉE !

Vous savez que votre activité doit s'envisager dans un contexte global, voire international. Sortir de votre atelier ou vous extraire de votre quotidien ne vous font pas peur. Vous êtes un challenger, un précurseur, un ambitieux, qui a bien compris que l'exportation ou l'ouverture sur le marché international seraient de bons moyens de développer votre activité et donc votre chiffre d'affaires. Vous avez misé sur la « french touch », voire sur la « Lorraine touch », bien avant que le « made in France » ne devienne une préoccupation politique. Vous êtes constamment à l'écoute de votre clientèle et du marché et vous savez donc vous positionner et prendre les devants en cas de difficulté. Vous avez confiance en vos produits/services, votre savoir-faire et vos salariés, ces derniers étant tout aussi motivés que vous pour développer et pérenniser votre entreprise. Vous avez su adapter et faire progresser vos outils de communication en vous adressant à une clientèle toujours plus volatile et avide de nouvelles technologies. Continuez sur cette lancée et n'hésitez pas à contacter votre Chambre de Métiers et de l'Artisanat. Elle pourra vous renseigner sur les salons à l'étranger, les formations en cours ou les démarches auxquelles vous n'auriez peut-être pas encore pensé...

Vous avez un maximum de ■
LANCEZ-VOUS ET PRENEZ UN VIRAGE MAÎTRISÉ !

Vous avez compris les enjeux de la mondialisation mais avez encore un peu de mal à vous y projeter et à vous faire une place dans ce système qui vous paraît si vaste et contraignant. Vous êtes plein de bonne volonté, prêt à faire progresser votre entreprise mais pas au détriment de vos salariés ou de vos clients actuels. Vous avez déjà adopté quelques bons réflexes : un site Internet à jour, l'embauche d'un apprenti pour transmettre votre savoir-faire, la tenue de vos comptes et le respect de votre carnet de commandes mais vous êtes un peu sur la retenue quand il s'agit de sortir des sentiers battus. Exporter, prospecter à l'étranger, attirer une clientèle internationale ou embaucher des salariés ou apprentis hors frontières restent pour vous inaccessibles ou trop difficiles à mettre en œuvre. Mais finalement, seul ce qu'on ne connaît pas peut nous effrayer. Vous êtes peut-être déjà en mesure de vous attaquer à un marché plus vaste et à dépasser les limites que vous vous êtes inconsciemment fixées ! Adressez-vous à l'occasion à la Chambre de Métiers et de l'Artisanat. Elle vous renseignera sur les différentes réglementations des pays et pourra vous mettre en relation avec des organismes spécialisés dans l'accompagnement des entrepreneurs ! Lancez-vous...

Vous avez un maximum de ▲
**LA ROUTE EST LONGUE MAIS LE CHANGEMENT
À VOTRE PORTÉE !**

Pour vous, votre entreprise, vos salariés, votre labeur quotidien, c'est ici que ça se passe, chez vous, dans vos locaux, votre atelier, un point c'est tout ! Peu habitué à sortir la tête du guidon, vous ne vous êtes pas vraiment rendu compte que le monde avait changé. Trop préoccupé par le fait de garder la tête hors de l'eau, de gérer tout à la fois et de pouvoir payer vos salariés à la fin du mois, vous agissez de manière mécanique, sans plus faire preuve d'ouverture d'esprit, d'ouverture sur le monde qui vous entoure. Pourtant, tout n'est pas perdu ! Vous avez un savoir-faire alors faites-le savoir ! Un site Internet à jour peut être un premier pas pour vous faire connaître et attirer une nouvelle clientèle. Participer à des salons ou des foire-expo locales ou spécialisées également. Arrêtez de vous contenter du peu et soyez fiers de ce que vous faites et de ce que vous pouvez mettre en avant. N'oubliez pas que nous vivons dans une période difficile, où la concurrence est rude et ne se limite plus aux entreprises qui ont la même activité que vous dans un rayon de 10 km. La concurrence est désormais mondiale et Internet a réduit toutes les distances à néant. Donc, ne loupez pas le coche et rendez-vous un peu plus visible ! La Chambre de Métiers et de l'Artisanat peut vous aider à réaliser les premières démarches en ce sens ou vous proposer des formations susceptibles de vous intéresser. Contactez-les sans plus attendre !



**EN RETRAITE, JE
PERDRAI BEAUCOUP DE
POUVOIR D'ACHAT**



**AVEC GROUPAMA,
COMPLÉTEZ VOTRE
RETRAITE SUR MESURE**

Énergie Retraite Active à retrouver sur groupama-pro.fr



Pour les conditions et limites des garanties, se reporter au contrat.

Caisse régionale d'Assurances Mutuelles Agricoles – Les produits d'assurance vie sont ceux de Groupama Gan Vie, SA au capital de 1 371 100 605 € ; siège social : 8-10 rue d'Astorg, 75008 Paris ; 340 427 616 RCS Paris. Entreprises régies par le Code des assurances. Document et visuels non contractuels - Crédits photos : Shutterstock – Being – Avril 2014.



Vous êtes maçon ? Êtes-vous sûr aujourd'hui que votre entreprise bénéficie d'une assurance adaptée à toutes vos activités ?

10 questions pour vous en assurer :

- 1 Avez-vous fait part de toutes les évolutions de votre entreprise à votre assureur au cours de ces deux dernières années ?
 oui non
- 2 Votre matériel professionnel (échafaudage par exemple) et vos matériaux de construction sont-ils garantis lorsqu'ils se trouvent sur un chantier ?
 oui non
- 3 Vos ouvrages en cours de réalisation, avant la réception du chantier, sont-ils garantis ? (effondrement d'un pignon en cours de réalisation, incendie sur un chantier,...)
 oui non
- 4 Le bris de votre matériel (compresseur ou élévateur par exemple) est-il garanti lorsqu'il est imputable à une erreur d'utilisation ?
 oui non
- 5 En cas de litige juridique (avec des clients, vos salariés, des fournisseurs par exemple), pouvez-vous bénéficier d'un accompagnement ?
 oui non
- 6 Si votre salarié se blesse sur un chantier en chutant par exemple de votre échafaudage ou se blesse avec une machine du type coupe carrelage électroportatif, votre responsabilité est-elle couverte ?
 oui non
- 7 À l'occasion d'un chantier, votre client vous demande de réaliser des travaux de carrelage ou d'enduit projeté, êtes-vous garanti ?
 oui non
- 8 Vous louez un engin de chantier (par exemple une mini pelle) et l'endommagez en exécutant les travaux, êtes-vous garanti ?
 oui non
- 9 Votre véhicule pro est équipé d'aménagements spécifiques (benne basculante ou grue portée par exemple). En cas d'accident, êtes-vous garanti ?
 oui non
- 10 Vous réalisez une opération de construction pour un client. Êtes-vous en mesure de lui proposer un contrat Dommages Ouvrage ?
 oui non

→ Si vous avez une seule réponse négative, prenez contact dès maintenant avec votre conseiller MAAF PRO !

▶ N° Vert 30 15

APPEL GRATUIT DEPUIS UN POSTE FIXE

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



PRO
la référence qualité pro