

**Distributeurs,
camions-snacks,
vendre autrement !**

**Sécurité
dans les commerces**

- **Nouveaux commerces,
le temps des hybrides**
- **Intramuros,
la boulangerie qui
décore votre intérieur**

**Commerce et tourisme...
quand les clients viennent
à vous**

**Sites d'achats groupés,
les pièges à éviter**

**Le compatriote vous
informe : le contrat
d'insertion dans
la vie sociale (CIVIS)**

**Les nouvelles
manières
de développer
les entreprises**



édito

S O M M A I R E

- 3 **Thème de réflexion**
Distributeurs, camions-snacks, vendre autrement !
- 4 **Tendance**
Sécurité dans les commerces
- 5 **Nouveaux commerces**
> Nouveaux commerces, le temps des hybrides
> Intramuros, la boulangerie qui décore votre intérieur
- 7 **Une idée par jour**
Commerce et tourisme... quand les clients viennent à vous
- 9 **Faire savoir**
Sites d'achats groupés, les pièges à éviter
- 10 **Actualités**
- 11 **La page du compatriote**
Le compatriote vous informe : Le contrat d'insertion dans la vie sociale (CIVIS)
- 13 **Chiffres clés**
au 1^{er} janvier 2014
- 14 **Le monde de Gudule**
La nouvelle frontière
- 15 **Vu et revue de presse**
- 16 **La vie de votre centre**

Les nouvelles manières de développer les entreprises

Les périodes dites « de crise » amènent souvent à parler du lendemain : tout se passe comme si chacun préférerait se tourner vers un futur incertain, par définition, plutôt que de tenter de comprendre le présent.

Un peu comme si pour n'avoir pas à regarder pourquoi on en est là on ne s'intéressait plus qu'au but du voyage, sous-entendant toujours la nécessité de bouger. Pour aller où ?

Dans nos minuscules entités – au regard des galaxies multinationales qui nous cerne – tout semble bon pour échapper à la gestion de l'existant : quelle honte de se contenter de ce qu'on a quand on a suffisamment, quelle difficulté à partager quand on a trop, à demander quand on manque !

Au lieu de chercher à savoir pourquoi le chaland n'entre plus dans nos magasins, nous en sortons, en camion ou par internet, nous hybridons notre épicerie en lui greffant un dépôt de presse.

Mais depuis quand changer le décor de ses problèmes permet-il de les régler ? En quoi l'automate à rendre la monnaie améliore-t-il le rapport au client en l'éloignant physiquement ? Tout nous est visiblement bon pour développer à l'aveugle nos modestes entreprises alors que – sans doute – il serait plus enrichissant pour chacun de comprendre pourquoi on agit ainsi.

Qu'aurions-nous à perdre à réfléchir avant de nous mettre à courir ?

CGA infos

Distributeurs, camions-snacks, vendre autrement !

Les commerçants regorgent d'idées nouvelles pour vendre leurs produits à l'extérieur de leur magasin. Ouvrir un camion snack, vendre ses fruits et légumes dans un distributeur, voici des initiatives pour rebooster votre chiffre d'affaires. Coup d'œil sur ces commerces traditionnels qui sortent de leur boutique pour vendre !

Il ne faut pas forcément vendre sur internet pour donner une nouvelle dimension à son commerce ! D'autres concepts germent dans l'esprit des chefs de TPE et contre toute attente, ces formules rencontrent un certain engouement tout en complétant souvent l'offre existante.

Des distributeurs automatiques en plus

Ainsi, pour vendre ses produits, un agriculteur du Loir-et-Cher a eu l'idée audacieuse d'installer dans une commune rurale un distributeur automatique sur la place du village, et ça marche ! S'inspirant de ce qui se fait déjà en Allemagne, ce producteur a acheté un distributeur en inox composé de 32 casiers et remplit deux fois par jour ces casiers de légumes. D'autres agriculteurs lui ont emboîté le pas. Du côté de Chateaudun en Eure-et-Loir, un couple de maraichers se lance aussi dans l'aventure malgré les 40 000 € nécessaires pour l'achat du distributeur.

En Touraine, un artisan boulanger ouvre la voie avec l'installation d'un distributeur à pain. Cette machine écoule rapidement une centaine de pains chaque jour à la surprise générale des clients et des élus locaux à l'origine de cette initiative. Le service est disponible de 7h à 2h. Dans le département voisin du Loir-et-Cher, un autre boulanger séduit par le concept installe deux distributeurs de baguettes artisanales. Les deux auto-



Noëlle Hobma,
« le Bar de la Place »

mates écoulent 1 800 pains par mois, ce qui constitue un plus non négligeable. Le distributeur vaut 10 000 €, à ce rythme, il sera vite amorti. Partout avec le pain, les légumes frais, le lait, les frites, les distributeurs automatiques gagnent du terrain.

La tendance des camions snacks

Intéressant aussi, la vague des camions snacks plébiscités par les clients dans les grandes villes. Et les agglomérations plus petites surfent sur cette tendance. Noëlle Hobma, « le Bar de la Place », propose des repas ouvriers à Blois. Dynamique, à la recherche d'un nouvel élan commercial, elle ouvre fin 2013 un camion basé sur le parking du restaurant et vend avec l'aide de sa fille des hamburgers, des paninis, surtout aux étudiants du CFA. « On avait envie depuis longtemps d'un concept tendance pour une clientèle jeune. Notre

CA est en progression, les clients reviennent, ils sont fidélisés, c'est même eux qui ont créé la carte grâce à leurs suggestions sur une enquête type, **Votre avis nous intéresse** », raconte Noëlle Hobma. Après un démarrage en douceur, le bouche à oreille fonctionne et les jeunes font la queue au camion snack puis s'installent sous un bar-nun chauffé pour déguster les paninis créés par eux comme « poulet curry » ou « steak chèvre ». Le binôme de restauratrices relooke aussi une salle pour une clientèle type saladerie comme dans les franchises avec buffet d'entrée et de dessert. Une seule enseigne et finalement trois concepts... « L'intérêt du camion snack, c'est qu'on fait la sortie des concerts, les marchés. On essaie de compenser le fait que le restaurant n'est pas assez visible ». Mais bientôt un immense panneau devrait attirer une nouvelle clientèle vers cette adresse dynamique.

Laurence Maillard

IL NE FAUT PAS FORCÉMENT VENDRE SUR INTERNET POUR DONNER UNE NOUVELLE DIMENSION À SON COMMERCE !

Sécurité dans les commerces

Une recrudescence des vols, du vandalisme et même des braquages dans les commerces est constatée. Raison invoquée : les voleurs tendent à se professionnaliser. Une nécessité semble émerger : investir dans des solutions de plus en plus sophistiquées.

Tout d'abord, certaines règles de sécurité de bases sont à rappeler :

- **S'assurer d'une devanture adaptée** : vitre renforcée, rideau métallique (*certaines compagnies d'assurance ne prévoient pas de remboursement des dégâts causés si le commerce n'est pas bien sécurisé*).
- **Agencer correctement les locaux** : supprimer les angles morts, disposer les produits chers près des caisses, limiter la hauteur des gondoles.
- **La recette** : laisser un minimum de recette dans la caisse, déposer en banque régulièrement mais pas à date fixe, contenu de la caisse non visible par la clientèle.

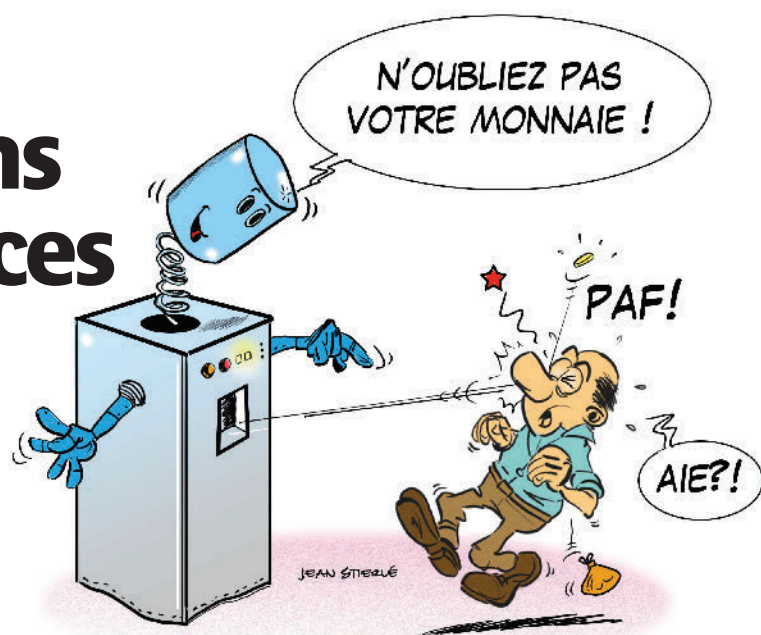
**SUPPRIMER
LES ANGLES
MORTS,
DISPOSER
LES PRODUITS
CHERS PRÈS
DES CAISSES,
LIMITER
LA HAUTEUR
DES
GONDOLES.**

Quelle que soit l'activité exercée, l'équipement de sécurité semble de plus en plus nécessaire :

- **Les antivols peuvent réduire de 60 % le vol à l'étalage. Il en existe de toutes sortes** : étiquettes antivol, badges RFID, antivol électromagnétique ou acousto magnétique, etc. La plupart des antivols fonctionnent avec un portique dont les prix s'étendent de 1 000 à 2 000 €.
- **La vidéosurveillance** : afin de lutter contre toute forme de violence ou de vol, cette installation a un effet dissuasif. Elle doit être déclarée à la préfecture.
- Les alarmes « classiques » limitent la durée de l'infraction.

Des outils de plus en plus sophistiqués se développent pour lutter contre les vols à main armée :

- Le plus médiatisé actuellement est le marquage à l'ADN de synthèse. Ce système consiste à marquer d'un produit invisible une marchandise ou un individu lors de l'agression. Les suspects peuvent être identifiés durant des mois grâce à un matériel adapté.



« La sécurité avec laquelle on est toujours assez riche ; la sécurité sans laquelle on ne l'est jamais assez. »
RAYNAL, 18^e siècle

- Les alarmes silencieuses : ce système permet de mettre en alerte les forces de l'ordre. Les malfaiteurs ressortent rapidement du commerce sans blesser personne et sont attendus à l'extérieur.
- Les générateurs de brouillard diffusent un brouillard si épais qu'il faut se mettre à quatre pattes pour évoluer. Cette technologie est préconisée pour la lutte contre les cambriolages.
- Les coffres forts à temporisation permettent une ouverture du coffre à certaines heures ou dans un délai fixé. Le commerçant n'est plus responsable des sommes enfermées dans le coffre.
- Jugées plus efficaces et surtout plus sûres, de nombreux commerces adoptent les caisses automatiques blindées. De couleur rouge ou noire, le fonctionnement est très simple : le client introduit lui-même pièces et billets dans l'appareil. La monnaie est rendue automatiquement et l'appareil stocke en lieu sûr la différence. Les avantages de cet outil sont nombreux : rendu de monnaie sans erreur, hygiène, rapidité, détection des faux billets et dissuasion des voleurs puisque le commerçant n'a plus accès aux fonds. Des inconvénients ? La perte du contact humain et relationnel avec la clientèle, sans oublier le prix : il faut compter environ 450 € de location par mois.

Vous l'aurez bien compris, il n'existe pas de système de sécurité standard ou inviolable. Chaque commerce doit s'adapter en fonction de ses caractéristiques : emplacement géographique, type de marchandise vendue (*on ne sécurise pas un rasoir jetable comme on sécurise un montre de luxe*) et bien entendu, le budget nécessaire à la mise en place de cette sécurité. ■

Nouveaux commerces, le temps des hybrides

Téléphone/appareil photo/navigation web, voitures électriques/thermiques... l'avenir est à l'hybridation. Coté commerce ce n'est pas le retour des bazars d'antan mais l'émergence de nouveaux commerces qui parient sur le voisinage inattendu de deux activités pour faire venir plus et plus souvent des clients...

Voici venir de drôles de magasins, emplacements inattendus, voisinages improbables, entrez dans une boulangerie, vous aurez mis un pied dans un magasin de décoration de luxe (voir article page suivante). Poussez la porte d'une jardinerie et vous pourrez faire vos courses bios de la semaine... Si les précurseurs de ces approches ont été les Grands magasins des années 1900 puis les galeries marchandes ou les hypermarchés des années 80, l'un des premiers à renouveler le genre a certainement été le groupe **Botanic**. Au cours des années 2000, les dirigeants de cette chaîne de jardineries ont analysé les pratiques des clients ; autour des mondes classiques de la jardinerie, ils ont développé des services supplémentaires (*cours de taille, de jardinage, etc.*) mais aussi un rayon librairie, où on peut assister à des conférences... et encore un rayon déco qui va bien avec les ventes de fleurs... mais toutes ces nouveautés ne faisaient venir que les clients « habituels » et pas assez souvent... Les dirigeants du groupe ont alors fait un véritable saut : ce qui fait venir souvent un client dans un magasin c'est le produit de nécessité.

L'alimentaire fait partie de ces produits, Botanic se forge une image Nature+ végétaux, c'est parti pour l'ouverture de rayons fruits et légumes bios associés au rayon épicerie bio. Dans les deux cas on cible du moyen haut de gamme (*clientèle de l'enseigne*) et le déploiement de cette offre est adapté à la taille de la ville et aux profils de population. Complétée par une cafétéria (*bio bien sûr*), la machine devient un redoutable attracteur de clients... qui vont assez naturellement faire un tour dans les rayons jardinerie... et se laissent aller au classique achat d'impulsion de ce petit article pas du tout indispensable mais qui fait tant envie.

Le client de passage

Les lieux de passage se prêtent bien à ces alliances improbables, boutiques de station-service d'autoroutes ou de gares, ce sont les aéroports qui donnent le plus dans l'expérimentation actuellement. Le groupe Lagardère expérimente sans cesse ces nouvelles formes de commerce combinant éléments pour attirer ou conserver le client avec multiplication des possibilités de vente et de faire la marge. A Bordeaux, son enseigne **Relay** a expérimenté deux approches différentes. Dans le Hall A, un Relay Partir : un espace de 200 m² partagé en une zone « lire » classique de ce distributeur de journaux et livres et une zone « partir » consacrés aux accessoires de voyage, à la bagagerie avec en complément une petite offre restauration rapide. Dans

le Hall B, sur 170 m² presse accessoires de voyage voisinent avec un coin repos, des services de téléphonie et l'indispensable boutique des girondins de Bordeaux.



MAIS PAS BESOIN D'ÊTRE UN GRAND GROUPE BARDÉ DE CHARGÉS D'ÉTUDE MARKETING POUR EXPLORER DES VOIES NOUVELLES QUI PLAISENT AU CLIENT.

Mais pas besoin d'être un grand groupe bardé de chargés d'étude marketing pour explorer des voies nouvelles qui plaisent au client. A Marseille, c'est une association qui a « détournée » une salle d'attente de la gare Saint-Charles et lancé l'étonnant « **Viens ATTENDRE à Marseille – Quai A** ». Sa créatrice Charlotte Bensoussan présente le lieu comme étant « *une salle d'attente nouvelle génération : espace snacking/restauration, fauteuils et tables basses, espace jeux pour les enfants, boutique/librairie, troc de livres, expositions et espace associatif* » elle combine le marchand et le non marchand, du payant et du gratuit, du neuf et de la récup.

Il reste encore beaucoup à inventer et expérimenter dans le monde du commerce, et pas seulement sur la toile.

La belle idée



Intramuros, la boulangerie qui décore votre intérieur

Dans une zone commerciale de Villefranche-sur-Saône (69), Intramuros, spécialisée dans la décoration et le design haut de gamme, s'est dotée depuis 7 mois d'un « espace gourmandise ». Boulangerie et déco au quotidien.

F Frédéric Chabran, gérant d'Intramuros Villefranche, a, comme beaucoup de commerçants, le souci de faire venir le plus souvent possible les clients dans son magasin. Les soldes, les lancements de produits, les promos extraordinaires, tout le monde en fait ; l'exclusivité sur certains produits, les cartes de fidélité... aussi. Mais faire venir régulièrement le client dans les rayons, le tenter souvent, régulièrement avec des achats d'impulsion, lui faire découvrir ce à quoi il ne s'attend pas, c'est une autre affaire. Il prend l'exemple d'Ikea et de deux de ses principes : faire venir des clients plus souvent, et leur donner envie d'acheter davantage. Depuis mi-2013, la combinaison de 2 activités différentes a permis à la structure de générer du trafic au quotidien grâce à l'espace boulangerie qui a sa rentabilité propre : « peu importe pourquoi ils viennent, ils viennent ».

**LES
COMPÉTENCES
SONT
SPÉCIFIQUES,
LE GÉRANT
EST LE SEUL
À PILOTER
LES DEUX
ESPACES.**

Avant tout une question de viabilité économique

Le choix d'une boulangerie comme activité combinée n'a pas constitué un enjeu particulier, l'objectif était de trouver une activité impliquant du trafic au quotidien. Il n'y a pas là de logique commune aux secteurs de la maison et des métiers de bouche. Dans les deux cas la tendance reste au moyen haut de gamme et à la différenciation. Coté boulangerie on affiche ainsi certains produits inhabituels, comme



le sandwich au foie gras (5€). Au bout de quelques mois d'exploitation, les chiffres n'ont pas encore parlé, mais Frédéric Chabran semble assez confiant dans les chances de réussite de ce curieux mariage.

12 personnes travaillent au sein de ce curieux hybride, 6 coté boulangerie, 6 coté déco ; les compétences sont spécifiques, le gérant est le seul à piloter les deux espaces.

Quotidiennement, les clients sont, bien sûr, plus nombreux dans l'espace boulangerie que dans l'espace

décoration. Et dans tous les cas, notamment parce qu'il n'y a pas d'autres boulangeries dans la zone, les clients sont amenés à entrer aussi dans Intramuros : un seul accès devant le comptoir boulangerie ; un espace snack à côté, et en face : les objets de décoration usuels, de petits ustensiles de cuisine, c'est-à-dire des produits plus usités et moins chers que les autres dans le reste du magasin.

Cécile Gruet, La belle idée

Commerce et tourisme... quand les clients viennent à nous

Après l'automobile, les parfums, les vêtements, la guerre des marques s'attaque aux territoires. Les collectivités sont de plus en plus nombreuses à se doter d'une « marque de territoire » et à la proposer comme référence aux entreprises... mais faut-il y aller ?

Le commerce a rendez-vous avec le tourisme... ce n'est pas nouveau, la clientèle touristique permet de développer, de maintenir ou de créer des commerces. Ce n'est pas nouveau, mais les commerçants ne font pas toujours beaucoup d'efforts pour s'adapter à cette clientèle « différente ». Ce qui est nouveau, c'est l'explosion annoncée de cette niche de clientèle qui pourrait devenir une part essentielle d'activité... pour ceux qui sauront changer.

Information surprise : le site le plus visité de Paris (300 000 visiteurs par jour) est... l'avenue des Champs Élysées qui, avec 25 millions de passants chaque année, détrône sans peine la Tour Eiffel (8 millions de visiteurs). 25 millions de passants qui sont autant de clients potentiels, et pas de petits clients. Dans un séminaire consacré aux liens entre activité touristique et activité commerciale, organisé en octobre 2013 (congrès Renatur) par le réseau des Chambres de commerce, les deux animateurs d'atelier, Françoise Lelièvre et Stéphane Bonneau ont ouvert les débats avec quelques chiffres impressionnants mais aussi des constats terrain... accablants.

Le shopping avant la culture !

Impressionnant. Le panier moyen de dépenses des touristes Français sur Paris est de 63 € par jour (dont 25 % de shopping) ; les étrangers, eux, dépenseront 140 € par jour (Russes : 202 €) dont 22 % de shopping. Cette activité de shopping est la troisième composante de leur budget, après l'hébergement (40 %) et la restauration (24 %).

D'autres chiffres peuvent faire rêver aussi : une étude livrée en 2013 par le Financial Times annonce que la France devrait dès 2014 et peut être même en 2013, devenir la première destination touristique des visiteurs chinois. Ces touristes « acharnés » (plus de 20 millions ont effectué au moins 3 voyages de loisirs à l'étranger au cours de l'année) auraient dépensé en 2013 plus de 120 milliards d'euros pendant leurs voyages. Plus frappant encore, la raison n°1 de leur venue en Europe et singulièrement en France est... le shopping (48 % des personnes sondées). Si, comme on l'annonce le nombre global de touristes chinois allant à l'étranger passe de 82 millions aujourd'hui à 200 millions dans 5 ans... le résultat des multiplications devient incroyable. D'autant que ces visiteurs aiment revenir en France et très vite élargissent leur

terrain de découverte. La capitale et la Côte d'Azur ne leur suffisent plus, et ces nouveaux hôtes sont de plus en plus demandeurs de découverte de la « France authentique »... En clair, dans les années à venir, sans même avoir besoin d'aller les chercher, quelque millions de touristes chinois sillonneront les villes et les villages de France, en quête de découverte, d'hébergement, de bonnes tables mais aussi de shopping.

France terre de shopping

Un conte de fée en pleine crise qui s'appuie sur une autre tendance, celle du développement des loisirs et d'un tourisme de proximité, très franco français celui-ci... Un tourisme qui amène, sur des territoires qui n'auraient jamais imaginé cela, un trafic de visiteurs et d'acheteurs en croissance constante.

Metz, qui n'est pas nécessairement le prototype de la ville touristique, en a fait l'heureuse expérience avec l'ouverture du centre Pompidou Metz qui a drainé vers la ville lorraine des centaines de milliers de nouveaux visiteurs. Et là, surprise ! C'est la venue de ces nouveaux visiteurs devenus nouveaux clients du commerce qui semble redonner un peu de bon sens aux élus locaux. Comme toutes les villes, même

CE QUI EST NOUVEAU, C'EST L'EXPLOSION ANNONCÉE DE CETTE NICHE DE CLIENTÈLE QUI POURRAIT DEVENIR UNE PART ESSENTIELLE D'ACTIVITÉ... POUR CEUX QUI SAURONT CHANGER.

C'EST LA VENUE DE CES NOUVEAUX VISITEURS DEVENUS NOUVEAUX CLIENTS DU COMMERCE QUI SEMBLE REDONNER UN PEU DE BON SENS AUX ÉLUS LOCAUX.



petites, de France, Metz a, des années durant, joué la carte des zones commerciales périphériques et laissé lentement dériver son commerce de centre ville... ceci alors que dans tous les pays d'Europe, les habitants recherchent de la proximité... Or selon les études récentes, quelles sont les demandes qui émergent aujourd'hui à Metz et interpellent les élus ? On parle « d'apporter de l'originalité, de la différenciation, intégrer des aspérités, surprendre le consommateur ». On attend « de voir augmenter les surfaces commercialisables au sein du cœur de ville... répondre aux besoins et attentes des habitants du cœur de ville, ...devenir une « destination shopping » pour les habitants des villes alentour mais aussi pour les touristes... ».

Ville touristique, et pourquoi pas ?

Fort de tous ces éléments, il est désormais clair que le tourisme va sauver les territoires, sauver le commerce... sauf... sauf que ce n'est pas si simple. Pas si simple, parce que le monde du commerce

n'est pas nécessairement très enclin à se préoccuper de ces clients de passage qui pourtant peuvent devenir fidèles et dans tous les cas contribuent à faire remonter les niveaux de chiffre d'affaire.

Accablant Claude Boulle, Président



de la Fédération du commerce de centre ville est sans nuances : « Les commerçants et leurs personnels doivent être sensibilisés à l'accueil. En effet, l'accueil reste très passif dans de nombreux commerces. Les employés doivent être en mesure de répondre aux questions les plus fréquentes des touristes et chalands et aussi être capables de parler plusieurs langues ou, à tout le moins, l'anglais ». Et si l'on ajoute les horaires d'ouverture (grand classique : les bateaux de

croisière, maritimes ou fluviaux, qui font de courtes escales dans ports ou des villes fluviales française au moment de midi, lâchent dans les rues des centaines ou des milliers de personnes avides d'achats devant des rideaux baissés ou pire des vitrines alléchantes mais des portes closes... revenez à 15 heures. Tout n'est pas noir partout, mais il semble que les exemples de démarches suivies et ambitieuses d'accueil des touristes telles que celle montée autour des escales paquebots à La Rochelle soient finalement assez rares.

Apprendre le chinois, ou au moins l'anglais n'est désormais plus une excentricité ; apprendre ou réapprendre les règles de l'accueil et de l'hospitalité pour des clients qui n'ont pas nos codes, notre culture... pourquoi pas.

La belle idée

Post Scriptum : ne désespérez jamais, il y a deux mille ans déjà... les commerçants avaient du mal à changer leur mode de contact avec un touriste pressé.

<http://www.youtube.com/watch?v=f07FDFJf1k4>

Sites d'achats groupés, les pièges à éviter

Aujourd'hui, les sites d'achats groupés sur le net sont innombrables. Chaque site propose des offres de produits très alléchantes dans chacun des marchés qu'il dessert. Ces sites de deals¹ peuvent proposer des prestations de service (esthétique, coiffure, restauration...) mais aussi des achats de produits jusqu'aux loisirs, voyages... «Groupon», un des sites leader, retient notre attention. Lancé en 2008 aux Etats Unis, il existe dans les plus grandes villes des principaux pays du monde. En France il est le 10^e sur les 15 sites les plus visités.

Lisa, esthéticienne adhérente du Centre depuis 1992 a été partenaire «Groupon», elle témoigne : «En fait, un membre de ma famille client du site était convaincu par le principe et m'a décidé à devenir partenaire de «Groupon». Après une rencontre avec le commercial du groupe, j'ai été attirée par le concept. Je souhaitais développer ma clientèle et booster mon entreprise. Nous avons conclu un «deal» : je proposais un soin avec un rabais de 70%. Comme les deals sont de courte durée, très vite bon nombre de demandes ont afflué. Je souhaitais satisfaire les internautes mais ne pas négliger les habituées du salon. J'ai donc demandé à «Groupon» un étalement de ma prestation dans le temps. Les demandes ont toutes été satisfaites. J'ai maintenu ma qualité technique et relationnelle, mais j'ai dû augmenter mes heures de travail. Plusieurs mois durant j'ai enchaîné les journées épuisantes (*plus de pauses déjeuner, plus le temps de me détendre, récupérer*). Et pour être payée par «Groupon», il fallait gérer et leur envoyer les coupons remis par la clientèle. Enfin, sur mes prestations réalisées avec un rabais de 70%, je n'ai perçu que 50% de la somme, les 50% restants allant à «Groupon».

Lisa réalise aujourd'hui : «je l'ai échappé belle». En effet, grâce à un étalement de ses prestations elle a



IL FAUT AUSSI VEILLER À POUVOIR MAINTENIR LA QUALITÉ DES DEALS ET À TRAVAILLER EN CONSERVANT UNE MARGE SUFFISANTE.

maintenu sa clientèle. Sur 300 clientes «Groupon» elle n'a pu en fidéliser que 5. Les clients internautes se contentent d'une seule visite puisque la plupart ne disposent pas d'un budget supérieur à celui investi pour une seule prestation. D'autres confrères n'ont pas été aussi prudents et n'ont pas su s'organiser comme notre esthéticienne.

En fait, le modèle économique de ces sociétés est discutable. D'abord l'accompagnement des partenaires est souvent déficient. Il faut aussi veiller à pouvoir maintenir la qualité des deals et à travailler en conservant une marge suffisante. Une ristourne de 70% et une commission de 50% peuvent vite conduire à travailler à perte. Le processus de rétribution des partenaires

doit être simplifié. Il est également primordial de bien évaluer sa capacité d'accueil et de fixer un nombre maximum de prestations dans le contrat. Enfin, les offres doivent être mieux ciblées. On doit parvenir à un service plus efficace pour le vendeur et pour l'utilisateur.

N'oublions pas qu'il s'agit bien là d'une démarche publicitaire. Vous ne devez pas vous lancer dans cette promotion «attractive» sans réfléchir. Evitez de sous-estimer le coût, la durée et les ressources humaines nécessaires à la réalisation du deal. Soyez prudent !

¹ Deal : le principe du deal est de mettre le professionnel en relation avec les particuliers sur une offre proposée à un prix très bas.

Actu... Actu... Actu...



© Julien Trommeur / Brad Pict - Fotolia.com

Facture aux clients et TVA

Depuis 2013, de nouvelles mentions doivent figurer sur les factures :

- l'autoliquidation (opérations internationales) lorsque l'acquéreur ou le preneur est redevable de la TVA,
- l'autofacturation lorsque l'acquéreur ou le preneur émet la facture au nom et pour le compte du fournisseur ou duprestataire,
- le régime particulier de la TVA sur la marge (agences de voyages, biens d'occasion, objets d'art et objets de collection et d'antiquité).

Poids et mesures dans le commerce

La quantité pesée doit correspondre à la quantité affichée sur la machine de pesée (balance). La mesure doit être portée à la connaissance de l'acheteur dans le cas d'un conditionnement au moment de l'achat, et indiquée sur le paquet en cas de préemballage. La tromperie du consommateur sur la quantité des marchandises vendues est passible de 2 ans maximum d'emprisonnement et/ou d'une amende de 37 500 €.

Les sacs en plastique taxés à partir de 2014

À partir du 1^{er} janvier 2014, les sacs de caisse à usage unique en matière plastique, dont les caractéristiques seront définies par décret, sont intégrés dans le régime de la TGAP (taxe générale sur les activités polluantes). La taxe

s'impose à toute personne qui livre sur le marché intérieur ou utilise ces sacs, pour la première fois. Son taux est fixé à 10 € par kg, soit à titre indicatif environ 6 centimes par sac.

Le CICE passe à 6% en 2014

En vigueur depuis janvier 2013, le crédit d'impôt pour la compétitivité et l'emploi (CICE) équivaut à une baisse de cotisations sociales, sous la forme d'une réduction de l'impôt à acquitter en 2014 au titre de l'exercice 2013. Son taux, qui était de 4% des rémunérations brutes versées au titre de 2013 (année de lancement du CICE), passe à 6% à partir du 1^{er} janvier 2014.

Vendre votre résidence secondaire avant le 31 août 2014

Dans l'objectif de relancer le marché immobilier, le gouvernement a annoncé le retour à une exonération totale d'imposition sur les plus values immobilières après 22 ans de détention. Un abattement exceptionnel de 25% est mis en place pour toute cession intervenant entre le 1^{er} septembre 2013 et le 31 août 2014.

Saisie de la résidence principale

L'entrepreneur individuel a la faculté de déclarer sa résidence principale, ainsi que tout autre bien foncier bâti ou non bâti, qu'il n'a pas affecté à son activité professionnelle, insaisissables par ses créanciers professionnels.

L'administration fiscale a le droit de saisir les biens immobiliers de l'entrepreneur même s'ils ont été déclarés insaisissables lorsque ce dernier s'est rendu coupable de manœuvres frauduleuses ou d'observation grave et répétée de ses obligations fiscales.

Barème de l'impôt IR 2013 revalorisé

Le législateur a revalorisé l'ensemble des limites des tranches du barème de 0.8% (hausse prévisible de l'indice des prix hors tabac pour 2014). Cette hausse intervient après deux années consécutives de gel.

Bâtiment : Autoliquidation de la TVA

Pour les contrats de sous-traitance conclus à compter du 1^{er} janvier 2014, le donneur d'ordre sera redevable de la taxe à la place du sous-traitant. Les factures des sous-traitants devront être établies hors taxe en précisant que la prestation est exonérée de TVA par l'application d'un mécanisme d'autoliquidation.

Contrat d'assurance vie

La loi de financement de la sécurité sociale réforme le calcul des prélèvements sociaux sur les produits de placement exonérés d'impôt sur le revenu (application du taux de 15,5% sur les contrats d'assurance vie). Le conseil constitutionnel écarte de cette taxation les contrats signés entre le 1^{er} janvier 1990 et le 25 septembre 1997. ■

LE COMPATRIOTE* VOUS INFORME :



© Julien Tromeur - Fotolia.com

Le contrat d'insertion dans la vie sociale (CIVIS)



En synthèse

Le « contrat d'insertion dans la vie sociale » (CIVIS) s'adresse à des jeunes de 16 à 25 ans révolus (soit jusqu'à leur vingt sixième anniversaire) rencontrant des difficultés particulières d'insertion professionnelle. Il a pour objectif d'organiser les actions nécessaires à la réalisation de leur projet d'insertion dans un emploi durable. Ce contrat est conclu avec les missions locales ou les permanences d'accueil, d'information et d'orientation (PAIO). Les titulaires d'un CIVIS sont accompagnés par un référent. La durée du contrat est d'un an renouvelable. Les titulaires d'un CIVIS âgés d'au moins 18 ans peuvent bénéficier d'un soutien de l'Etat sous la forme d'une allocation versée pendant les périodes durant lesquelles ils ne perçoivent ni une rémunération au titre d'un emploi ou d'un stage, ni une autre allocation.

Quels bénéficiaires ?

inférieur ou équivalent au bac général, technologique ou professionnel (y compris les bacheliers qui n'ont pas de diplôme de l'enseignement supérieur) ou ont été inscrits comme demandeurs d'emploi au minimum douze mois au cours des dix huit derniers mois.

Les bénéficiaires d'un CIVIS sont affiliés au régime général de sécurité sociale pour les périodes pendant lesquelles ils ne sont pas affiliés, à un autre titre, à un régime de sécurité sociale.

A savoir

Le CIVIS n'est pas un contrat de travail mais un dispositif destiné à favoriser l'insertion

Quel est l'objectif visé ?

Le CIVIS a pour objectif d'accompagner les jeunes dans leur projet d'insertion dans un emploi durable ou dans leur projet de création ou de reprise d'une activité non salariée. L'accompagnement personnalisé proposé est adapté aux difficultés rencontrées, à la situation du marché du travail et aux besoins de recrutement. Il vise à lever les obstacles à l'embauche et à développer ou restaurer l'autonomie des jeunes dans la conduite de leur parcours d'insertion. Il peut comprendre des mesures d'orientation, de qualification ou d'acquisition d'expérience professionnelle.

La première période de trois mois doit déboucher sur la construction d'un parcours d'accès à la vie active, à partir de propositions :

- d'emplois,
- de formation professionnalisante, pouvant comporter des périodes en entreprise, dans un métier pour lequel des possibilités d'embauche sont repérées,
- d'actions spécifiques pour les personnes rencontrant des difficultés particulières d'insertion,
- d'assistance renforcée dans une recherche d'emploi ou une démarche de création d'entreprise.

Pour les personnes d'un niveau de formation VI, V bis (jeunes n'ayant aucun diplôme et jeunes ayant prolongés leurs études jusqu'à la fin de la première année de CAP ou de BEP) ou V sans diplôme (jeunes entrés en deuxième année de CAP et BEP sans obtenir de diplôme et jeunes sortis de formation initiale en seconde ou en première) l'accompagnement personnalisé et renforcé est assuré par un référent unique ; au cours du premier trimestre du CIVIS,

IL A POUR OBJECTIF D'ORGANISER LES ACTIONS NÉCESSAIRES À LA RÉALISATION DE LEUR PROJET D'INSERTION DANS UN EMPLOI DURABLE.



© auremar - Fotolia.com

LE CIVIS PEUT ÊTRE RENOUVELÉ POUR UNE DURÉE MAXIMALE D'UN AN LORSQUE L'OBJECTIF D'INSERTION PROFESSIONNELLE N'EST PAS ATTEINT.

Le référent assure une fréquence hebdomadaire des contacts. Les actions menées dans le cadre du CIVIS peuvent comprendre des mesures de lutte contre l'illettrisme.

Quelles sont les caractéristiques du contrat ?

Le CIVIS est signé, d'une part, au nom de l'Etat, par la mission locale ou PAIO et, d'autre part, par le jeune. Il mentionne les actions destinées à la réalisation du projet d'insertion professionnelle ainsi que l'obligation pour le jeune d'y participer. Il précise la nature et la périodicité, au moins mensuelle, des contacts entre la mission locale ou la PAIO et le bénéficiaire. Le CIVIS est conclu pour une durée d'un an. Il peut être renouvelé pour une durée maximale d'un an lorsque l'objectif d'insertion professionnelle n'est pas atteint.

Pour les jeunes de niveau de formation V bis et VI, le CIVIS peut être renouvelé par périodes successives d'une année, jusqu'à la réalisation du projet d'insertion professionnelle.

Dans tous les cas, le CIVIS prend fin :

- au terme de la période d'essai débouchant sur un emploi d'une durée au moins égale à six mois ;
- six mois après que son bénéficiaire a créé ou repris une activité non salariée ;
- lorsque son bénéficiaire atteint son 26^e anniversaire.

Il peut également être mis fin au CIVIS de manière anticipée en cas de manquements de son bénéficiaire à ses engagements contractuels. Dans ce cas, après avoir invité l'intéressé à fournir ses explications, le représentant légal de la mission locale ou de la PAIO, sur proposition du référent,

peut décider la résiliation du contrat. Cette décision, qui doit être motivée, est notifiée par courrier recommandé avec accusé de réception au bénéficiaire du CIVIS ou à ses parents (ou représentants légaux) lorsque celui-ci est mineur (ou majeur juridiquement reconnu incapable).

Nonobstant les dispositions relatives à la fin du CIVIS, le jeune signataire d'un tel contrat peut, à sa demande, être accompagné dans l'emploi pendant une durée d'un an.

Quel est le montant de l'aide qui peut être versée au jeune ?

Le titulaire du CIVIS peut, s'il est âgé d'au moins 18 ans, bénéficier d'un soutien de l'État sous la forme d'une allocation versée pendant les périodes durant lesquelles il ne perçoit ni une rémunération au titre d'un emploi ou d'un stage, ni une autre allocation.

Le bénéfice de cette allocation est ouvert, par le préfet, à compter de la signature du CIVIS ou à compter du jour du 18^e anniversaire du bénéficiaire, et pour toute la durée du contrat, dans la limite de 1 800 euros par an.

Lorsqu'elle est accordée, l'allocation est versée mensuellement à terme échu, au nom de l'État, par l'Agence de services et de paiement (ASP, nouvel établissement public administratif ayant repris les missions précédemment dévolues au CNASEA).

Le montant mensuel de l'allocation, qui ne peut excéder 450 euros, est proposé par le représentant de la Mission locale pour l'insertion sociale et professionnelle des jeunes ou de la PAIO ou toute personne dûment habilitée par lui. Pour déterminer ce montant, il est tenu compte de la situation personnelle de l'intéressé, de son projet d'insertion professionnelle et du nombre de jours pendant lesquels il n'a perçu aucune des rémunérations ou allocations mentionnées ci-dessus.

Le montant de l'allocation par jour varie de 0 à 15 euros, par tranche de 5 euros.

Le bénéficiaire de l'allocation déclare chaque mois à la Mission locale ou à la PAIO ou à toute personne dûment habilitée par elles, les éléments nécessaires à la détermination du montant mensuel de l'allocation, notamment les périodes pendant lesquelles il a perçu des rémunérations ou allocations, ainsi que leur montant. Il certifie la sincérité des informations communiquées, sous peine de s'exposer au reversement des sommes indûment perçues. ■

Sources : © Ministère du travail, de la solidarité et de la fonction publique - 2011.

Toutes les informations sur :
www.travail-solidarite.gouv.fr

Les chiffres clés

au 1^{er} janvier 2014

SMIC HORAIRE : 9,53 € brut au 1^{er} janvier 2014

MINIMUM GARANTI : 3,51 € depuis le 1^{er} janvier 2014

SMIC MENSUEL : 35 heures hebdomadaires = 1 445,38 € / 39 heures hebdomadaires = 1 651,87 € avec majoration de 25 % et 1 627,09 € avec une majoration de 10 %

PLAFOND DE SÉCURITÉ SOCIALE : 3 129 € par mois, 172 € par jour, 37 548 € pour l'année 2014

TAUX DE BASE BANCAIRE : 6,60 % depuis le 15 octobre 2001

TAUX EONIA (MARCHÉ MONÉTAIRE) : 0,2051 % en janvier 2014 - moyenne mensuelle

HAUSSE DES PRIX : sur les 12 derniers mois, en décembre 2013, indice Insee des prix harmonisés "tous ménages" : + 0,8 %

INTÉRÊT LÉGAL JUSQU'AU 31 DÉCEMBRE 2013 : 0,04 % / majoré : 5,04 %

REMBOURSEMENT DES FRAIS DE REPAS : hors des locaux de l'entreprise (chantiers) = 8,70 €, dans les locaux (paniers) : 6,10 €. Repas lors d'un déplacement professionnel = 17,90 €

INDEMNITÉS DE GRAND DÉPLACEMENT (PAR JOUR) EN 2014 POUR LES 3 PREMIERS MOIS : logement et petit déjeuner : 64,10 € (départements 75, 92, 93 et 94) 47,60 € (autres départements)

INDICE DU COÛT DE LA CONSTRUCTION INSEE (BAUX COMMERCIAUX)

| Année | 1 ^{er} trimestre | 2 ^e trimestre | 3 ^e trimestre | 4 ^e trimestre |
|-------------|---------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 2013 | 1 646 | 1 637 | 1 612 | |
| 2012 | 1 617 | 1 666 | 1 648 | 1 639 |
| 2011 | 1 554 | 1 593 | 1 624 | 1 638 |
| 2010 | 1 508 | 1 517 | 1 520 | 1 533 |
| 2009 | 1 503 | 1 498 | 1 502 | 1 507 |
| % sur 1 an | | | - 2,18 % | |
| % sur 3 ans | | | + 6,05 % | |
| % sur 9 ans | | | + 26,73 % | |

NOUVEL INDICE DE RÉFÉRENCE DES LOYERS (IRL) À UTILISER À COMPTER DU 01/01/2008

Tableau des valeurs de l'indice de référence des loyers

| Période | Indice de référence des loyers | Variation annuelle en % |
|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------|
| 4 ^e trimestre 2013 | 124,83 | + 0,69 % |
| 3 ^e trimestre 2013 | 124,66 | + 0,90 % |
| 2 ^e trimestre 2013 | 124,44 | + 1,20 % |
| 1 ^{er} trimestre 2013 | 124,25 | + 1,54 % |
| 4 ^e trimestre 2012 | 123,97 | + 1,88 % |
| 3 ^e trimestre 2012 | 123,55 | + 2,15 % |
| 2 ^e trimestre 2012 | 122,96 | + 2,20 % |
| 1 ^{er} trimestre 2012 | 122,37 | + 2,24 % |

BARÈME KILOMÉTRIQUE AUTOS 2012 (EXTRAIT, VOIR CONDITIONS D'UTILISATION)

| | D ≤ 5 000 km | D = de 5 001 à 20 000 km | D > 20 000 km |
|------|--------------|--------------------------|---------------|
| 5 CV | D x 0,536 | (D x 0,3) + 1 180 € | D x 0,359 |
| 6 CV | D x 0,561 | (D x 0,316) + 1 223 € | D x 0,377 |
| 7 CV | D x 0,587 | (D x 0,332) + 1 278 € | D x 0,396 |

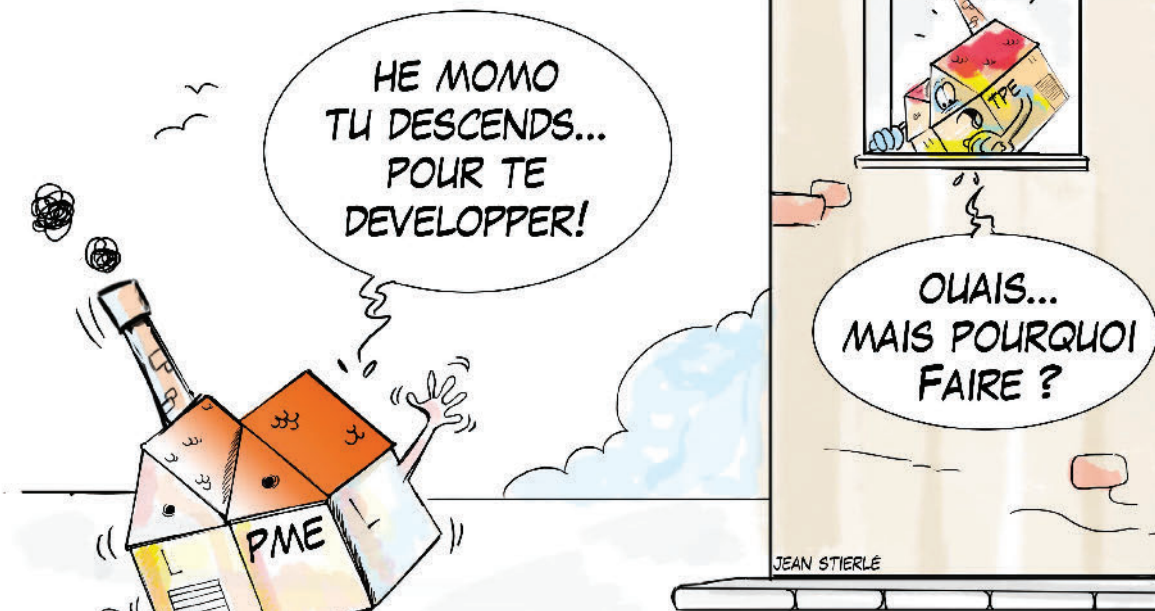
Pour en savoir plus demandez conseil à votre expert-comptable ou consultez le site du gouvernement : www.gouv.fr

RÉDUCTION FILLON TPE POUR LES ENTREPRISES DE MOINS DE 20 SALARIÉS FORMULE PAR ANTICIPATION MENSUELLE AVEC UNE RÉGULARISATION PROGRESSIVE OU EN FIN D'ANNÉE :

$C = (0,281 \div 06) \times [(1,6 \times \text{SMIC horaire ou } 9,53 \times \text{nombre d'heures rémunérées (151,67 ou 169)} \div \text{rémunération mensuelle brute}) - 1]$

C est plafonné à 0,281

RETRAITE : pour valider un trimestre, il faut cotiser sur une base égale à 150 fois le SMIC horaire soit 1 429,50 € au 1^{er} janvier 2014.



La nouvelle FRONTIÈRE

Cette année-là, Gudule fut confronté au plus terrible des dilemmes : croître ou ne pas croître.

Tous les voyants étaient au vert, ses clients ne cessaient de le recommander à leurs proches et, malgré la sérénité qu'il affichait, il paniquait. Lui qui avait l'habitude d'un carnet de commandes à côté duquel les mines du roi Salomon ressemblaient à une déchetterie de banlieue défavorisée, lui dont les délais pouvaient dépasser les deux ans, cet homme, au fond de lui, doutait.

**À QUOI BON
ŒUVRER
POUR LE
DÉVELOPPE-
MENT D'UN
DOMAINE QUE
NOMBREUX
CONSIDÉRAIENT
COMME
D'ARRIÈRE-
GARDE ?**

Conseillé par son comptable et ami, pour sortir de la grisaille, il prit part à une semaine de formation off-shore organisée par son CGA dont l'intitulé lui avait semblé plein de promesses de guérison.

Gudule, à l'époque *-nous sommes dans un temps quasiment protohistorique-* avait été envoûté à l'idée de plancher au soleil sur le thème porteur du moment : « De la TPE à la PME, rêve ou réalité ? », au sous-titre plus prosaïque (*comment et pourquoi développer son entreprise*). Gudule, lui, en était surtout au « pourquoi » et, d'abord, « pour quoi faire ? »

Professionnel reconnu *-on s'en souviendra-* dans le domaine de la réparation des bronzes et laitons domestiques, il inondait la région de ses compétences. Minuscule élu local, il était souvent confronté aux problèmes de l'emploi. C'est là, sans nul doute, qu'il trouverait un moteur.

À la question « pour quoi faire ? » Gudule répondait sans ambages, à la manière directe qui était la sienne : « sauver le monde ».

Le consultant qui animait le stage avait beau lui mon-

trer qu'il ne pouvait tout faire et que, après tout, une grande partie de l'humanité ignorait jusqu'à son existence et aux possibilités de création d'em-

ploi qu'il envisageait, Gudule doutait.

A quoi bon, se disait-il, former de nouveaux réparateurs qui, une fois opérationnels, choisiraient comme les précédents une activité moins contraignante ?

À quoi bon œuvrer pour le développement d'un domaine que nombreux considéraient comme d'arrière-garde ?

Quand, à la fin du stage, eut lieu la traditionnelle « réunion d'évaluation », il doutait toujours.

Quand vint son tour de prendre la parole, et qu'il raconta à tous les présents, qui se préoccupaient d'abord, il faut les comprendre, de chiffre d'affaire et de marge brute, il hésita un instant à se dévoiler puis fonça.

Il leur raconta le bonheur de serrer dans l'étau un robinet hors d'âge ou une statuette gallo-romaine. Il leur montra la photo du dernier apprenti qu'il avait eu et qui semblait la parfaite illustration d'un article sur le bonheur.

Il leur parlait du soleil qui éclairait l'établi quand, interrompant son propos pour un verre d'eau, il regarda enfin les visages de ses auditeurs. Les étoiles qu'il vit dans leurs yeux lui dirent à quel point il avait raison de vouloir insister : ils allaient tous grandir, et d'abord parce qu'ils venaient de comprendre que ça les faisait rêver.

Plus n'étaient nécessaires ni courage, ni patience.

Pour Gudule, par ordre, l'illisible remplaçant...

Vu & Revue de presse

Nos mots courants identiques à ceux de la Préhistoire

Selon les travaux du professeur de biologie évolutive Mark Pagel, plusieurs des mots courants que nous utilisons sont des dérivés de ceux de nos ancêtres d'il y a 15 000 ans. Avec des modèles statistiques, l'étude a montré que les mots les plus utilisés dans une langue se répliquent dans le temps, en subissant peu de mutations, et constitueraient une «super-famille» linguistique eurasiatique.

Huffington Post, 10/05/13

La Chine dans l'espace

L'agence spatiale chinoise CNSA a mis au point le programme Chang'e 3 dont la sonde du même nom a placé sur la Lune le robot mobile Yutu dans une logique d'exploration lunaire. Se placer sur la Lune est pour la CNSA une façon d'expérimenter tous les aspects d'un vol spatial avec pour objectif d'envoyer des astronautes en 2030-2040 et d'expérimenter d'autres terrains spatiaux.

Science et Vie, 15/12/13

Une cave à vin de 3 700 ans

Sur le site archéologique de Tel Kabri (Israël), a été découverte par Eric H. Cline une cave à vin de 3 700 ans. Les 40 jarres retrouvées, d'une capacité de 2000 litres chacune –correspondant à 3 000 bouteilles de vin aujourd'hui–, ont été analysées. Les résidus organiques montrent la présence de menthe, de miel, d'écorce de cannelle et de baies de genièvre, dans des quantités égales qui correspondraient donc à une recette de l'époque.

Science et Vie, 09/12/13

De meilleures frites sur Jupiter

Des chercheurs financés par l'Agence spatiale européenne étudient le goût des aliments, surtout des frites, cuisinés dans l'espace en créant différentes conditions de gravité grâce à une centrifugeuse. Les conditions de gravité optimales, c'est-à-dire celles à l'origine de la meilleure texture de la frite, correspondent à celles de Jupiter !

Slate, 06/01/14

Des miroirs géants pour être au soleil

A Rjukan, village d'une vallée encaissée en Norvège, grâce à un investissement de 610 000€ majoritairement fourni par des sponsors, les habitants ont installé des

miroirs géants sur une crête afin de ne plus être privés de soleil 6 mois par an. Situés 400 mètres en surplomb du village, les 3 miroirs de 17m² permettent de détourner les rayons du soleil sur la place du marché depuis fin novembre 2013.

Zejournal.info, 27/10/13

De nouveaux pacemakers sans fil

Aux Etats-Unis, St Jude Medical et Nanostim commercialisent des stimulateurs cardiaques sans fil. Au lieu d'un appareil classique avec des électrodes reliées à un boîtier implanté sous la peau, ce stimulateur prend la forme d'une capsule cylindrique placée directement dans le ventricule droit du cœur et dotée d'une technologie de communication sans fil. L'autonomie de la pile alors utilisée se limite à une dizaine d'années, elle ne peut être remplacée.

Le Monde, 11/12/13

Des taxis sans chauffeur en 2015 ?

La Grande-Bretagne expérimente à Milton Keynes, pour un investissement de 65 millions de livres, un système de taxi sans conducteur. Un système GPS, des caméras haute définition et des capteurs à ultrasons équiperont chaque taxi qui seront également capables de communiquer entre eux. Les voitures pourraient être électriques et se recharger par induction grâce à des balises placées dans le sol.

01.net, 05/11/13

Quelle taille donner à nos villes demain ?

C'est la question complexe que se sont posés de jeunes chercheurs du génie et des sciences (*Université de Sherbrook, et Institut des nanotechnologies de Lyon*), dans le cadre d'un café des sciences. Au travers des questions de développement durable, d'efficacité énergétique, de transport, de circulation, ou encore de qualité de vie, il est apparu qu'il n'existe pas de réponse simple mais qu'il faut plutôt imaginer des combinaisons de solutions. «Au-delà d'un certain nombre d'habitants, ça ne devient plus vivable, et en revanche, s'il y a trop peu d'habitants, la ville devient moins fonctionnelle», assure Pascal Newby. Un des enjeux pourrait être d'anticiper le développement d'une ville pour aller vers une taille «optimale» et assurer une meilleure utilisation de ses ressources.

Techno-sciences.net, mai 2013

CGA informations est diffusé aux adhérents de CGA 47 Agen, CGA PROVENCE Aix-en-Provence, CGA DES CÉVENNES Alès, CCGA Angoulême, CGA 74 Annecy, CGA de l'arrondissement d'Arles, CGA DE L'YONNE Auxerre, CGA2B HAUTE-CORSE Borgo, CGAIBA Cesson-Sévigné, CGAS Chambéry, CENTREXPRT Chartres, CEPROGES Déols, CEDAGE DRÔME-ARDÈCHE Guilherand-Granges, CGA 52 Langres, CGA 02 Laon, CGA 13 Marseille, CEMOGEST Metz, CGA 06 Nice, CGA 30 Nîmes, CGAIB Rennes, CGA DE LA MANCHE Saint-Lô, CGACTION Saint-Malo, LES LANDES DE GASCOGNE Saint-Paul-lès-Dax, CGA AISNE Saint-Quentin, CGAAS Sisteron, CGA ARTISANS Toulon.

Le CGA 74 est propriétaire des articles et toute reproduction totale ou partielle est soumise à autorisation du directeur de publication. Les informations contenues dans les articles signés sont publiés sous la responsabilité de leurs auteurs.

Le CGA Infos est imprimé sur papier écolabellisé et certifié PEFC, imprimé avec des encres végétales.

Elections

Le 4 décembre 2013, le Conseil d'Administration a élu le nouveau Bureau qui a pris ses fonctions le 1^{er} janvier 2014

MEMBRES DU BUREAU

| | | | |
|--------------------------|---|-------------------------------|--|
| Président : | Monsieur Gildas FATOUT Expert-comptable, Tournelville | Secrétaire | Monsieur Erwan LE ROUX Représentant de la Chambre de Commerce et d'Industrie Centre et Sud Manche |
| Vice-Président | Monsieur Gilles DUHAMEL Hôtelier, Barneville Carteret | Trésorier | Monsieur Guy MICHEL Expert-Comptable Honoraire, Saint-Lô |
| Vice-Président | Monsieur Jacques VOISIN Gérant de société en vente de lingerie à Cherbourg | Trésorière adjointe | Madame Annick GLASTRE Expert-Comptable, Saint-Lô |

Les formations 1^{er} semestre 2014

Les formations sont **gratuites** pour vous, votre conjoint, vos collaborateurs (les 40 € de droit d'inscription vous sont restitués après votre participation à la réunion)

- > **Décoration florale d'une vitrine**
Lundi 10 mars 2014 à Granville
- > **Accueillir les visiteurs Anglais**
Lundi 17 mars 2014 à Granville
- > **Demain moins de retraite, comment la compléter**
Lundi 24 mars 2014 à Saint-Lô
- > **Réaliser un repas à base de produits du terroir**
Lundi 31 mars 2014 à Agneaux
- > **Le savoir faire pour conclure une vente sans agresser le client**
Lundi 7 avril 2014 à Agneaux
- > **Initiation Excel**
Lundis 14 et 28 avril 2014 à Cherbourg
- > **Maîtriser les fondamentaux du management, compétences et comportements**
Lundi 12 mai 2014 à Agneaux
- > **Maîtriser la relation avec son banquier**
Lundi 19 mai 2014 à Agneaux
- > **Optimiser l'utilisation de son Iphone**
Lundi 26 mai 2014 à Saint-Lô
- > **Perfectionnement Word**
Lundis 2 et 16 juin 2014 à Saint-Lô
- > **Les bases de la comptabilité**
Lundi 23 juin 2014 à Cherbourg