

Spécial
Étudiant



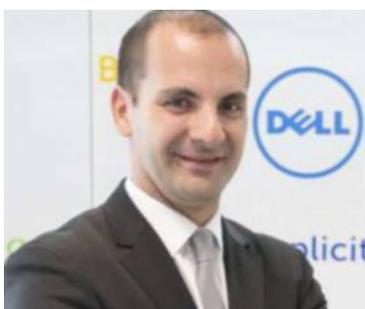
Bien réussir sa nouvelle année

Cours et vie pratique :
le guide

CAHIER CENTRAL

LUNDI 19 OCTOBRE 2015

INVITÉ DE LA SEMAINE



(LP/Olivier Arandel.)

ANWAR DAHAB

Vice-président et directeur
général de Dell France

Page 6

RENCONTRES

Le Women's Forum

Page 7

FACE-À-FACE

Netflix / Videofutur

Pages 10 et 11

FORMALITÉS

**Le contrat
d'apprentissage**

Page 15

ARGENT

**Le portage
salarial,
une bonne solution**

Pages 18 et 19

R 20174 - 1019 - 1,20€



COMMISSION PARITAIRE N° 0120 C 85979
NE PEUT ÊTRE VENDU SÉPARÉMENT

Le Parisien ÉCONOMIE

5 PAGES
D'OFFRES
D'EMPLOI

Pages 23 à 27



(LP/Nicolas Foray.)

Fidéliser ses clients, un enjeu stratégique

« Le Parisien Economie » est partenaire pour la troisième fois consécutive du Prix « Elu service client de l'année » qui récompense les entreprises les plus à l'écoute des consommateurs. Pages 2 à 5

ÊTES-VOUS ASSEZ EXIGEANT ?

BANK
MON BANQUIER, C'EST MOI.

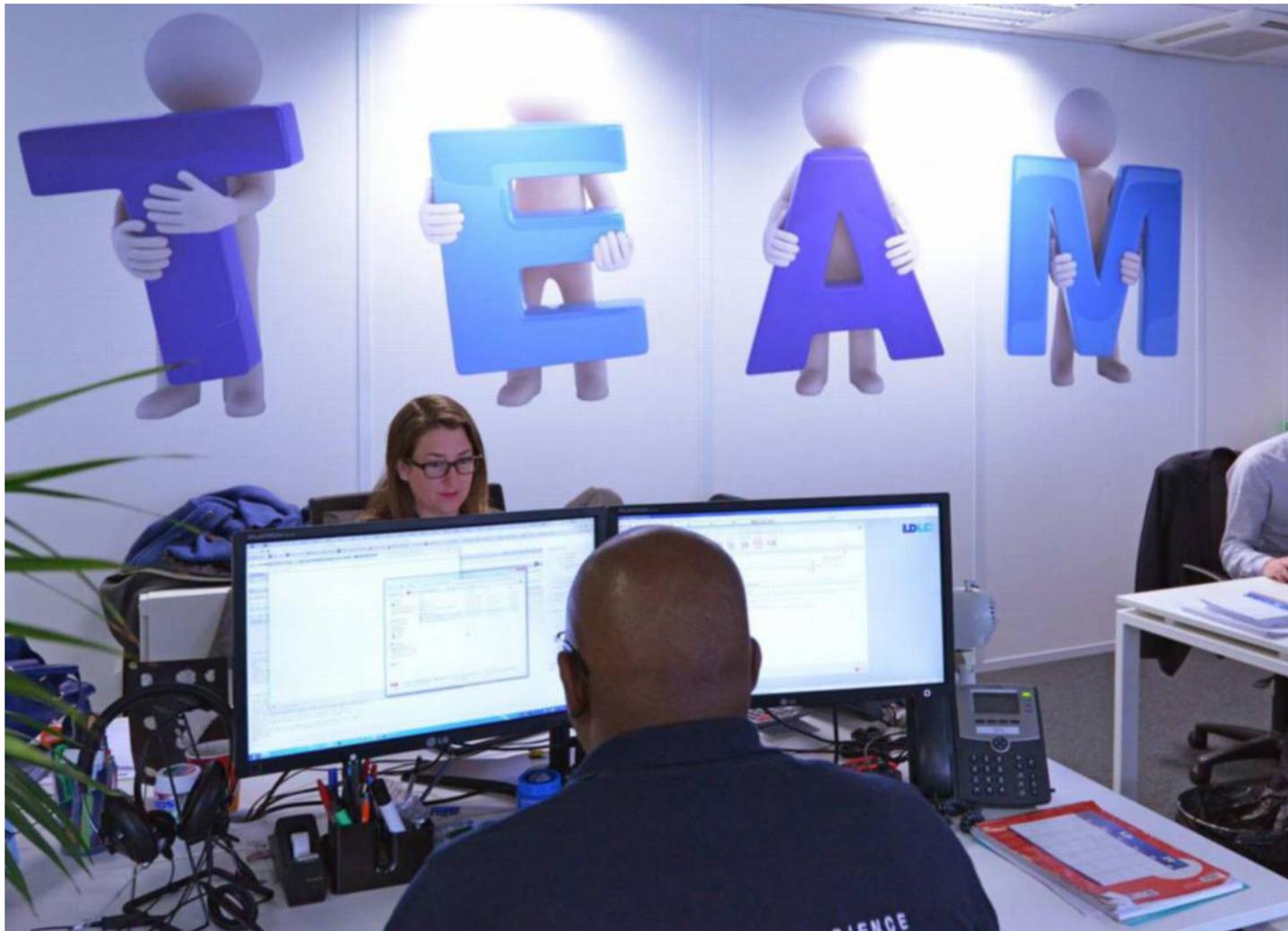
L'éditorial

Proposer
un échange

Chacun d'entre nous n'a-t-il pas envie qu'une petite fée enlève les cailloux sur sa route, comme par exemple renvoyer le pull ou les chaussures commandées dans une mauvaise taille, appeler le SAV parce que sa box s'est éteinte sans préavis ou renvoyer un mail à sa banque pour commander un chéquier parce que le premier est resté sans réponse ? Plus Internet nous offre de nouvelles possibilités, plus notre tolérance aux impondérables diminue. Les services client qui mettent tout en oeuvre pour nous satisfaire n'ont pas de baguette magique mais l'envie de porter haut les couleurs de leur entreprise, une forte implication au quotidien et une bonne dose d'humour pour faire face à notre mauvaise humeur, souvent légitime, ou à nos demandes, parfois totalement inattendues. Bien au-delà d'un remboursement, d'une expédition ou d'un conseil technique, ce qu'ils nous proposent est un échange, pas uniquement commercial, mais tout simplement humain.

■ BÉNÉDICTE ALANIOU

La relation client au cœur de leur stratégie



Le service client de LDLC à Dardilly, près de Lyon. (LP/Nicolas Foray.)

Une trentaine d'entreprises françaises ont été distinguées la semaine dernière par le prix « Elu Service Client ». Pour elles, la satisfaction est un défi quotidien.

Organisée pour la neuvième fois par Viséo Conseil, l'Election du Service Client de l'année, qui récompense, dans 33 catégories, les entreprises les plus performantes dans le domaine de la relation client, démontre une nouvelle fois l'attention croissante apportée à cet enjeu par des sociétés de tout secteur. Il ne s'agit pas seulement de faire plaisir aux consommateurs. Aujourd'hui la relation client est en effet devenue stratégique. D'abord parce que les Français sont des clients volages. Selon le sondage réalisé pour l'Election par BVA, 77 % d'entre eux disent avoir changé de fournisseur dans au moins un secteur au cours de l'année passée. « Et ils sont 89 % à considérer qu'en cas de déception par rapport à la qualité de la relation client, ils pourraient changer d'avis et ne pas acheter ou interrompre leur abonnement », souligne Marie-Laure Soubils, directrice adjointe BVA Services. Fidéliser ses consommateurs passe

donc aujourd'hui par une relation client de qualité. « On parle même désormais plutôt d'expérience client, l'idée étant d'embarquer dans la réflexion sur le sujet des éléments rationnels mais aussi émotionnels, explique Patrice Mazoyer, président de Colorado Conseil et Formation. Certaines entreprises de la nouvelle économie, à l'instar d'Amazon, ont fait de cette notion le cœur de leur stratégie ». Mais satisfaire ses clients suppose d'être en mesure d'évoluer en permanence en fonction de leurs attentes et des technologies. Ainsi, si

seaux sociaux viennent par exemple aujourd'hui s'ajouter aux sollicitations par téléphone ou par email. Pour les entreprises cela suppose de pouvoir s'adapter aux codes de chaque canal, mais aussi à des exigences de réactivité de plus en plus fortes. L'enjeu est qu'avec Twitter ou Facebook, leurs clients peuvent les mettre en cause publiquement en cas de mécontentement. Et s'ils veulent des réponses rapides, les consommateurs attendent aussi des solutions personnalisées. Pour les entreprises attentives au sujet, la satisfaction client est donc un défi quotidien. Celles qui sont récompensées par l'Election Service Client de l'Année se donnent les moyens organisationnels, techniques et humains de le relever. Elles ont été testées et notées pendant

Etre en mesure d'évoluer en permanence en fonction des attentes et des technologies

75 % des Français ont contacté un service client au cours des douze derniers mois, ils l'ont fait en moyenne à l'aide de trois canaux différents. Bien qu'encore très marginaux, les contacts via les ré-

dix semaines, à travers des tests client-mystère dont 150 par téléphone, 50 par email, 15 navigations Internet et 10 contacts par les réseaux sociaux. Pour figurer au palmarès, rien ne doit donc être

77%

des Français

disent avoir changé de fournisseur dans au moins un secteur au cours des douze mois écoulés.

(Sondage BVA réalisé pour E.lu service client 2016)

■ SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

« Nous répondons sous 30 minutes sur Twitter »

Pour le réseau Société Générale, dont l'activité banque de détail compte près de 9 millions de clients, l'enjeu est aujourd'hui de s'adapter à leurs nouveaux usages. En effet, 90 % de leurs contacts avec la banque se font désormais via le digital. « Nous devons réinventer notre proximité au quotidien avec le client sur le digital », explique Antoine Pichot, co-directeur de la stratégie, du digital et de la relation client. Outre le réseau d'environ 2 200 agences, c'est donc via le site Internet et l'application mobile, qui

gènèrent 65 millions de connexions par an, mais aussi via le compte Twitter de la banque, que les utilisateurs entrent en contact avec ses équipes. « Et dans ce domaine, ce ne sont pas nos concurrents mais les entreprises comme Amazon ou Google qui fixent les standards », explique-t-il. La petite équipe de cinq personnes qui, depuis le siège, centralise la relation client sur Twitter, s'est donc engagée à répondre sous 30 minutes aux sollicitations formulées via ce canal. « Il est encore très marginal mais c'est

Antoine PICHOT

Co-directeur de la stratégie, du digital et de la relation client

aussi un capteur pour alimenter notre réflexion sur la manière de faire évoluer l'ensemble des canaux. » 800 personnes travaillent en outre sur les plateformes de la banque avec pour objectif non seulement de répondre vite mais aussi d'instaurer une relation de proximité. « On a fait un gros travail, avec des ateliers d'improvisation, pour apprendre à sortir du script, souligne Antoine Pichot. L'idée est de transformer chaque appel, qui dure en moyenne 4 minutes en une véritable conversation »

Les entreprises lauréates du Prix Elu Service Client 2016

- **Abritel** – Tourisme
- **Acer** – Informatique
- **Aéroports de Paris** – Aéroport
- **ALD Automotive** – Location longue durée automobile
- **Bforbank** – Banque en ligne
- **Bourse Direct** – Bourse en ligne
- **Brother** – Solutions d'impression
- **Bruneau** – Fournitures et équipements pour l'entreprise
- **Cegid** – Editeurs de logiciels
- **Chronodrive** – Vente à distance alimentaire
- **Cofidis** – Organisme de crédit
- **Cyclocity-JC Decaux** – Transport individuel de personnes
- **DHL International Express** – Distributeurs de prix et de colis
- **Digitick** – Réservation de spectacles et de cinéma
- **Direct Energie** – Fournisseur d'électricité et de gaz
- **Eau de Paris** – Distribution d'eau
- **Edenred** – Services prépayés aux entreprises
- **IdTGV** – Transport collectif de voyageurs
- **Interflora** – Livraison de fleurs
- **KFC** – Restauration
- **LDLC** – Vente à distance de produits techniques
- **Meetic** – Site de rencontres
- **Motoblouz** – Vente à distance d'accessoires et pièces de véhicules
- **Mutavie** – Assurance
- **Nespresso** – Distribution spécialisée
- **Nestlé** – Alimentation
- **Schmidt – Cuisinella** – Aménagement de l'habitat
- **Société générale** – Banque
- **Speedy** – Réparation automobile
- **Total** – Service aux automobilistes
- **Vente-privée.com** – Vente à distance généraliste
- **Volkswagen group** – Constructeur automobile
- **W3 LTD – Vivastreet** – Petites annonces



laissé au hasard. Ceux qui, à l'instar de Total ou ALD Automotive, sont régulièrement récompensés, l'ont bien compris et sont dans une démarche constante d'amélioration. « Le service client doit s'adapter en permanence à l'évolution de nos produits et services », confirme aussi Vincent Wermus, directeur général d'HomeAway. Les 60 conseillers client de Homeaway, spécialiste de la location de vacances entre particuliers, propriétaire entre autres d'Abritel, doivent ainsi désormais être en mesure d'accompagner propriétaires et locataires dans l'utilisation de la réservation et du paiement en ligne. Basés à Marseille, ces services, qui n'existaient pas il y a encore quelques années, bénéficient du support de collègues américains francophones, qui prennent le relais de 22 heures à 8 heures. « Grâce à cela nous proposons un chat disponible 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7 pour répondre aux clients à tout moment », explique le directeur général. « C'est grâce à cela que l'on peut fidéliser les clients, et surtout, continuer à grandir en en acquérant de nouveaux. »

■ DOSSIER RÉALISÉ PAR MARION PERRIER

■ CYCLOCITY

« Il faut de l'humain à l'appui de la technique »

« Quand on a mis en place le premier système de location de vélos en libre-service, à Lyon, en 2005, nous n'avions d'abord pas imaginé l'importance d'un service client, que nous voulions dès l'origine internalisé et basé en France. Aujourd'hui nous le considérons comme essentiel », confie Thomas Valeau, directeur de la relation client chez Cyclocity, la filiale de JC Decaux en charge des vélos en libre-service. En France, 500 personnes en tout sont dédiées à la gestion des douze systèmes actuellement en place. Et parmi elles, 70 collaborateurs travaillent au sein de deux plateaux téléphoniques, à Lyon et Paris, pour répondre aux usagers. « L'automatisation du système, avec les bornes en libre-service, et la digitalisation sont des outils formidables, mais il faut plus que jamais de l'humain, pour renseigner et venir corriger tous les petits biais techniques que la machine ne peut pas comprendre », explique le directeur.



(JCDecaux.)

Ses équipes traitent 60 000 appels par an. Eux-mêmes utilisateurs, les conseillers sont poussés à trouver des solutions personnalisées et innovantes. L'entreprise est aussi à l'écoute des remarques des clients pour améliorer son système. « Le fait que l'ensemble du service soit internalisé et en contact direct avec

Thomas VALEAU

Directeur de la relation client

le bureau d'études nous permet de faire remonter très efficacement les propositions. A Paris, le vélo a déjà bénéficié de sept évolutions », remarque Thomas Valeau. Son credo : « étonner le client en plus de le satisfaire ». Et cela fonctionne, Cyclocity affiche un taux de satisfaction client de 86 %.

■ LDLC

« Certains de nos conseillers sont d'anciens clients »

Leader de la vente en ligne de composants et matériels informatiques et high tech avec un catalogue de 25 000 références, LDLC se positionne comme un spécialiste capable d'accompagner tous les férus de nouvelles technologies. Sa relation client comporte donc une large part de conseils spécialisés. « Un tiers des demandes que l'on reçoit provient de clients qui n'ont pas encore passé commande, souligne Christophe Bégué, responsable de la relation client. Ce peut être par exemple pour avoir des conseils afin d'as-

sembler un ordinateur sur-mesure. » Parmi la soixantaine de conseillers travaillant au sein du service client, soit près de 10 % des effectifs de l'entreprise, une trentaine a donc un profil de techniciens, passionnés d'informatique. « Ce sont souvent d'anciens clients. C'est aussi pour cela qu'ils n'hésitent pas à prendre des initiatives », raconte le responsable en évoquant l'essai d'un GPS pendant le week-end par un conseiller pour dénicher un bug dénoncé par un client, mais que les tests du fabricant n'avaient pas mis à

Christophe BÉGUÉ

Responsable de la relation client

jour. Si la moitié des demandes traitées par le service lui est adressée par mail, celui-ci s'est rendu plus disponible par téléphone, à mesure que le site grossissait. Aujourd'hui joignable de 9 heures à 18 heures, du lundi au samedi, il répond à 99 % des contacts, avec un temps d'attente moyen de seulement 15 secondes. « On n'exclut pas d'élargir nos plages de disponibilité », précise Christophe Bégué, convaincu que son service contribue à fidéliser les clients dans un secteur où les concurrents sont à portée de clics.

Des clients d'accord pour l'utilisation de leurs données en échange d'un vrai service

28 % des Français seraient prêts à accepter qu'une marque accède à l'historique de leur tablette ou de leur smartphone pour améliorer la qualité de son service, et 18 % qu'ils se connectent à leurs différents objets du quotidien. L'année dernière, ils n'étaient que 14 % selon l'observatoire des Services Clients BVA. Preuve que sur ce terrain, les évolutions sont rapides.

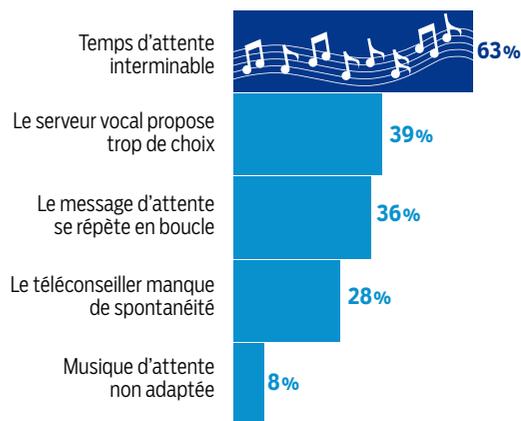
Pour les entreprises, l'intérêt d'accéder aux données des clients semble évident. « Cela peut servir dans le cadre d'une démarche de prospection pour connaître les tendances du marché, ou pour le pilotage des relations avec les clients, de la facturation au service après-vente, par exemple », illustre Fabrice Naftalksi, avocat chez EY et spécialiste du droit des technologies de l'information, de la protection des données personnelles et de la propriété intellectuelle.

Un sujet sensible et très encadré

Mais l'utilisation de ces informations est un sujet sensible et très encadré. Pour les entreprises, cela se traduit notamment par une obligation de vérifier la légitimité du traitement mais aussi des données recueillies au regard de l'objectif visé et d'en assurer la sécurité. Elles sont en outre soumises à des obligations déclaratives auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (Cnil), et doivent dans certains cas obtenir son autorisation. « De plus en plus d'entreprises mettent en avant leur souci non seulement de se conformer au cadre légal mais aussi d'observer les meilleures pratiques en la matière, car cela peut devenir un avantage concurrentiel », souligne l'expert. Au-delà de cette transparence, c'est bien le constat par le client lui-même de l'intérêt du recueil de ses données qui peut le convaincre de l'autoriser. « Les clients sont majoritairement d'accord si cela leur apporte un vrai service. On accepte par exemple de rentrer ses données dans l'application SNCF parce qu'au lieu de prendre 35 minutes notre prochaine réservation se fera en deux clics », précise Patrice Mazoyer, président de Colorado Conseil et Formation. L'enjeu pour les entreprises est donc non seulement de respecter les règles et la volonté du client, mais aussi de véritablement améliorer son expérience.

Les consommateurs veulent une réponse immédiate

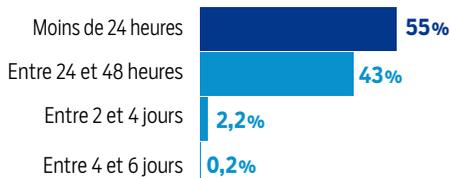
Parmi les situations suivantes, lesquelles qualifieriez-vous de plus irritantes lorsque vous contactez un service client par téléphone ?



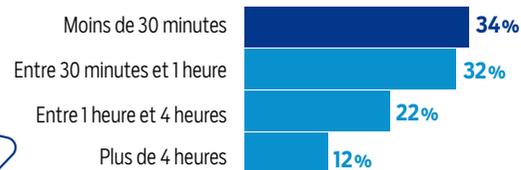
Quel est selon-vous le délai d'attente acceptable au téléphone pour être mis en relation avec un conseiller ?



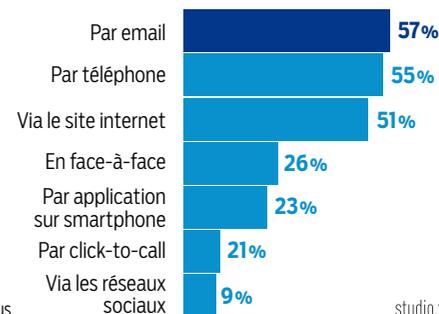
Quel est selon-vous le délai de réponse acceptable pour vos demande adressées par email ?



Et via les réseaux sociaux ?



Au cours des 12 derniers mois, avez-vous contacté un service de relation client, quel que soit le domaine d'activité concerné ?



Sondage réalisé par Internet par l'Institut BVA, entre le vendredi 28 août et le mercredi 2 septembre 2015 auprès d'un échantillon de 1001 personnes de 18 ans et plus.

MOTOBLOUZ

« Toute l'entreprise est au service de l'expérience client »

Thomas THUMERELLE

Président

Spécialiste de la vente en ligne d'équipement pour le motard, Motoblouz fait de la satisfaction des clients un enjeu stratégique. « Nous sommes distributeurs, c'est donc sur une qualité de service exceptionnelle que l'on peut faire la différence », juge Thomas Thumerelle, président de l'entreprise. Pour motiver les

troupes, des messages de remerciements de clients sont affichés chaque jour sur les murs de la société, dont les services logistiques et clients sont entièrement internalisés. Ce dernier compte une trentaine de personnes, toutes pratiquantes de la moto et expertes du sujet, joignables par téléphone, par mail ou via le chat du site motoblouz.com qui propose aussi à l'internaute un rappel téléphonique.

Avec une réponse en moins d'une heure pour un email, et moins de 20 secondes par téléphone, ces « moto-conseillers » peuvent grâce à leur expertise travailler sans script. Les 80 collaborateurs de l'entreprise s'investissent pour apporter satisfaction aux clients. « De la prise de la commande à la livraison, toute l'entreprise est au service de l'expérience client », assure le président,

quitte à tous mettre la main à la pâte pour confectionner et livrer en temps et en heure des colis de Noël avec des éléments envoyés en retard par le fournisseur. La PME a également créé un poste à temps plein dédié au suivi des livraisons des 1 200 colis envoyés chaque jour. Preuve que cela fonctionne : elle reçoit régulièrement des cartes postales et des cadeaux de la part de ses clients.

ALD AUTOMOTIVE

« Chacun de nous répond au client comme s'il lui était dédié »

Fabrice DENOUL

Directeur général adjoint stratégie et développement

Leader du marché de la location de véhicule longue durée à destination des entreprises, avec un parc de 350 000 véhicules, ALD Automotive est un habitué du palmarès Elu Service Client. « Participer nous permet de voir les points sur lesquels nous pouvons encore progresser, explique Fabrice Denoual, directeur

général adjoint stratégie et développement de l'entreprise. Cela motive aussi les équipes. » 60 de ses 850 collaborateurs sont chargés de répondre aux sollicitations des clients, et traitent 500 000 appels et 180 000 mails par an. Grâce à une diffusion très large de logiciels de gestion des relations clients au sein de l'entreprise, ces conseillers ont accès à un maximum d'informations sur leurs interlocuteurs. « Deux tiers de nos

salariés ont accès à cet outil. Lorsque le commercial va rencontrer un client, il peut connaître ce qui a été dit. Cela permet de suivre tout ce qui se passe. Ainsi chacun est en mesure de répondre au client comme s'il lui était dédié », indique le directeur général adjoint. Et pour toujours s'améliorer, ces conseillers disposent d'outils leur permettant de débriefer leurs échanges téléphoniques et mails avec les clients. D'ailleurs

ALD Automotive continue à faire évoluer sa relation client. Pour être encore plus au service des conducteurs de ses véhicules, les collaborateurs de ses entreprises clientes, elle lance une application qui leur permettra notamment de prendre rendez-vous avec des points de services sélectionnés ou de réserver une place de parking. « On veut en faire une sorte d'assistant au quotidien », résume Fabrice Denoual.

AÉROPORTS DE PARIS

« Notre travail est de rassurer les voyageurs »

Laure BAUME

Directrice générale adjointe

« Nous rôle d'information des passagers est primordial, parce que le voyage peut être source de stress », assure Laure Baume, directrice générale adjointe d'Aéroports de Paris. Les 93 millions de passagers accueillis sur les plateformes de Roissy-Charles de Gaulle ou à Orly ont donc à leur disposition un service client joignable par téléphone sept jours sur sept et 24 heures sur 24, mais aussi par email, réseaux sociaux et courrier. « A la quarantaine de personnes chargées de répondre via ces canaux s'ajoutent plusieurs centaines d'agents d'informations, présents dans les terminaux », souligne la directrice générale adjointe. La société se veut proactive en communiquant des informations en temps réel via sa plateforme Myairport. Les personnes qui répondent aux



(ADP/Zoo Studio/Gwen Le Bras.)

voyageurs sont bilingues en anglais, tandis que des bornes et l'application mobile, proposent des traductions en dix langues. L'objectif : rassurer autant que possible, même quand les informations, à l'instar de celles relevant du suivi d'un bagage, ne relèvent pas directement de l'entreprise. « Dire "Ce n'est pas moi c'est les autres" ne serait pas une attitude responsable, insiste Laure Baum. Dans ce cas, nous faisons nous-même la mise en relation avec la compagnie concernée. » Pour confirmer un horaire ou préciser par exemple les conditions d'accès aux terminaux, le service client traite 1 500 appels par jour. Et en cas de crise, dix personnes supplémentaires sont à disposition pour renforcer les équipes et continuer à rassurer tous les passagers.

■ TOTAL

« Aucune question n'est anecdotique »

Hervé HÉBERT
directeur Communication,
Partenariats
chez TOTAL Marketing France



Des questions sur le carburant pour l'aviation à celles relatives à l'accueil dans l'une des 3 800 stations du réseau Total, le spectre d'intervention du service consommateurs de l'entreprise est large. « Qu'il s'agisse de l'enregistrement des points sur la carte fidélité d'un consommateur ou d'une mise en cause du carburant par un conducteur dont la voiture ne démarre plus, aucune question n'est anecdotique », souligne Hervé Hébert directeur communication, partenariats chez Total Marketing France. Pour

couvrir la totalité des sujets, les 30 conseillers chargés d'y répondre, dont 6 au siège de l'entreprise et 24 au sein d'un plateau externalisé, à Poitiers (Vienne), ont à leur disposition un réseau de 500 experts métiers identifiés au sein des 33 000 collaborateurs de l'entreprise mais aussi une très large base de connaissances accessible via une application. Cela fait 7 ans que le service est élu Service Client de l'année. Ainsi la mise en page des emails à destination des clients a été récemment améliorée, tandis que l'entreprise a investi dans un outil pour accélérer l'accès aux informations de la base de connaissances. Et si les sollicitations les plus récurrentes proviennent du million d'adhérents du programme de fidélité du groupe, le service consommateur est aussi capable de se plier à des demandes plus inhabituelles... comme celle de ce jeune homme qui voulait faire sa demande en mariage sur la station où il avait rencontré sa future épouse !

L'AVIS DE...



(Edouard Jacquinet.)

« Une relation client performante permet de continuer à gagner des parts de marché »

Ludovic NODIER

Président de Viséo
Conseil, organisateur
du prix Elu Service Client
de l'Année

◆ **Que recouvre la relation client ?**

Ce sont toutes les interactions que peut avoir une entreprise avec son client. Ce ne sont donc pas que les réclamations, même si cela en fait partie, mais c'est aussi la facturation au service comptabilité, la prise de commande, toute la chaîne dans l'entreprise qui est en relation avec un client, et dont, on a tendance à l'oublier, les actions peuvent avoir une incidence sur sa satisfaction.

◆ **Pourquoi est-ce stratégique aujourd'hui ?**

On parlait traditionnellement du plan marketing pour se différencier sur un marché, avec le produit, le prix, la distribution et la publicité. Mais la relation client vient aujourd'hui s'ajouter à ces éléments. On le voit d'ailleurs dans certaines publicités qui vantent plus la relation client que le produit lui-même.

◆ **Cela se traduit-il en termes de résultat ?**

Ce que l'on constate, c'est que les entreprises qui sont performantes dans la relation client et sont régulièrement lauréates de notre prix, à l'instar de Vente-privée.com ou ALD Automotive, sont aussi celles qui surperforment dans leur marché, qui continuent à y prendre des parts. D'ailleurs, aujourd'hui la relation client est de plus en plus un élément intégré à l'actif incorporel des entreprises, valorisé aussi par les actionnaires, et auquel le directeur général se montre attentif.

◆ **Que doivent faire les entreprises pour améliorer leur relation client ?**

Il faut d'abord prendre conscience que les process de l'entreprise, pensés pour être faciles pour ses salariés, ne sont pas toujours adaptés à l'expérience du client. Il y a aussi du travail de formation, d'accompagnement des équipes. Parfois les entreprises n'ont simplement pas conscience de ne pas bien faire. J'en ai rencontré une qui mettait cinq jours et demi à répondre à un mail, simplement parce qu'elle avait une culture papier, et que les équipes répondaient en priorité aux courriers. Mais selon le canal, le client n'a pas les mêmes attentes!

MON EXIGENCE, C'EST D'ÊTRE ÉCOUTÉE.

BforBANK, ÉLU SERVICE CLIENT DE L'ANNÉE 2016, DANS LA CATÉGORIE BANQUE EN LIGNE*, POUR LA 3^E FOIS CONSÉCUTIVE.



Élu Service Client de l'Année 2016, BforBank a pour la 3^e année consécutive été récompensé pour la qualité de sa relation client.

Avec BforBank, vous êtes toujours accompagné : nos conseillers sont disponibles du lundi au vendredi de 8h à 21h et le samedi de 9h à 18h et vous bénéficiez d'une assistance personnalisée 7j/7 et 24h/24 en cas d'urgence.

*Catégorie Banque en ligne - Étude Inference Operations - Viséo Conseil - mai à juillet 2015 - Plus d'infos sur : www.escca.fr.

⁽¹⁾ La carte Visa Premier est gratuite à vie sous réserve de réaliser au moins 3 opérations de paiement par trimestre (à défaut 15 euros/trimestre).

BFORBANK.COM

3911

Coût d'appel local, hors surcoût éventuel selon votre opérateur.

BforBank, SA au capital de 47 992 119 euros, immatriculée au RCS de Nanterre sous le n° 509 560 272, dont le siège social est situé Tour Europlaza, 20, avenue André Prothin, La Défense 4, 92927 Paris la Défense Cedex. Inscrit sous le numéro d'immatriculation d'intermédiaire en assurance ORIAS : 09 050 824.

Octobre 2015

L'INVITÉ DE LA SEMAINE

« Dell veut devenir le numéro 1 des PC professionnels »

Ce quadragénaire a rejoint Dell en 1999 et gravi tous les échelons. Depuis mai dernier, il dirige la filiale française du géant américain de l'informatique et affiche clairement son ambition : passer devant son rival HP.

ANWAR DAHAB, vice-président et directeur général de Dell France.



(LP/Olivier Arandel.)

◆ **Dell vient d'annoncer le rachat du groupe informatique EMC, numéro 1 mondial du stockage de données. Quelle stratégie derrière ce mariage ?**

Cette union rassemble deux des plus grands noms de l'IT (haute technologie), avec des positions de leadership sur le marché du PC et des infrastructures (serveurs, stockage, réseau, sécurité) pour les centres de données informatiques. C'est la réunion de compétences mondialement reconnues dans des domaines de notre industrie qui connaissent une évolution et une croissance très rapides. Quand l'acquisition sera finalisée, l'entité issue de la fusion sera l'entreprise la mieux positionnée pour répondre aux besoins informatiques actuels et futurs des clients professionnels, de la TPE au grand groupe international.

◆ **Vous avez été nommé à la tête de Dell France en mai dernier. Quelle est votre feuille de route ?**

Continuer à gagner des parts de marché ! A l'instar de Dell dans le monde, nous sommes sur une trajectoire de succès. La France est un marché important. Dell en France emploie 1 500 salariés. Nous sommes en croissance et avons de fortes ambitions. La fabrication d'ordinateurs et de PC pour les entreprises, représente la moitié de notre activité. Sur ce secteur, nous sommes numéro 2 avec plus de 20 % de part de marché et nous ambitionnons clairement de devenir numéro 1 en France (NDLR, devant HP). Ce marché du PC est dominé par trois grands acteurs, Dell, HP et Le-

novo qui détiennent 80 % du marché des PC pro.

◆ **Et sur votre deuxième métier, les centres de données informatiques ?**

Nous sommes aussi très confiants car les besoins de stockage et de traitement des données sont en croissance exponentielle. Ce sont les besoins informatiques qui progressent le plus vite, même si cela n'est pas visible du grand public. On ne réalise pas que tout est donnée dans notre vie : un mail envoyé, un message posté sur Facebook, Instagram ou encore twitter, les transactions financières d'une entreprise, l'imagerie médicale etc. Tous les jours ce sont des milliards de données qui circulent sur Internet. Et je parle même pas de l'Internet des objets, fourmillant de petites puces et de capteurs, qui est en pleine expansion. Nous stockons ces données bien sûr mais notre métier est aussi de sécuriser leur accès et de les sauvegarder.

◆ **Le PC est-il amené à disparaître au profit de la tablette ?**

On nous a promis la mort du PC et force est de constater que le bon vieil ordinateur de bureau a encore de beaux jours devant lui ! Nous sommes passés de 360 millions d'ordinateurs vendus dans le monde en 2011, année apogée pour la vente de PC, à 300 millions en 2015, selon les estimations des grands instituts. Il est vrai que l'arrivée et le succès des tablettes avec plus de 220 millions vendues à travers le monde ont changé la donne et entraîné une baisse de la vente de PC. Mais les vraies victimes sont les

netbook, ces petits PC qui se vendaient à plus de 30 millions d'unités et qui ont totalement disparu du marché. Aujourd'hui, la frontière est de plus en plus fine entre tablette et portable.

◆ **A quoi ressemblera l'ordinateur de demain ?**

Il n'y a pas eu vraiment de cannibalisation entre ces différents produits, car, finalement, ils restent assez complémentaires. Les gens qui ont un ordinateur ont très souvent une tablette. Par essence, l'ordinateur est un produit innovant. Il évolue sans cesse et, aujourd'hui, les ordinateurs de bureau sont de plus en plus petits mais de plus en plus puissants. En outre, une partie du stockage des données se trouve sur un serveur distant accessible via le réseau et non plus sur le disque dur. Pour les ordinateurs portables, les consommateurs aspirent à des produits de plus en plus fins tout en voulant le plus possible de connectique, ports USB, lecteur DVD etc. Pour les années à venir, je crois que cela se jouera entre la tablette 2-en-1, une tablette dotée d'un clavier extractible, et l'ordinateur ultra-portable très fin et très puissant comme notre dernier né, l'ultrabook XPS 13. Ce produit, conçu au départ pour les particuliers, est l'une de nos meilleures ventes, et de plus en plus d'entreprises l'achètent pour leurs salariés.

◆ **Beaucoup de vos salariés sont en télétravail. Pourquoi ?**

Sur les 600 salariés de notre site de Saint-Denis (Seine-Saint-Denis), près de 70 % sont en télétravail. Passer tout son temps au bureau, ça commence à être dépassé et ça le sera même de plus en plus, si on regarde comment travaillent les jeunes. Chez Dell sous l'impulsion de Michale Dell, fondateur et actionnaire majoritaire, nous sommes très attachés au côté citoyen de l'entreprise et à la qualité de l'environnement de travail. Je ne juge pas les gens sur le présentisme mais sur leur résultat. Et s'il fallait être attentif en tant que manager, cela serait plutôt de m'assurer que tous les salariés aient trouvé le juste équilibre entre vie personnelle et vie professionnelle.... De même je défend la mixité hommes-femmes mais malheureusement, le secteur de l'informatique reste très masculin. Avec nos moyens, nous tentons de le féminiser !

◆ **Comment ?**

Nous avons un grand nombre d'initiatives pour promouvoir la mixité : identification des talents, formations dédiées, accompagnement et suivi. Nous sommes aussi engagés avec des associations. A La Plaine Saint-Denis (Seine-Saint-Denis) où nous avons des bureaux, nous sommes partenaires de la Fondation agir contre l'exclusion (FACE). Nous menons ensemble des actions concrètes pour faire connaître les métiers de l'informatique aux jeunes filles du département. L'idée est de démystifier l'informatique et de faire savoir que chez Dell, il y a plein de métiers différents qui peuvent les intéresser.

◆ **Vous recrutez en France ?**

Nous avons recruté une cinquantaine de personnes ces derniers mois, principalement dans les métiers commerciaux ou de service, et, en 2016, nous devrions être sur la même tendance.

◆ **Quid de l'école Dell à Montpellier ?**

A Montpellier (Hérault) où se trouve notre siège social, nous avons lancé il y a quatre ans la « Dell Sales Academy ». Pour faire face à ses besoins de recrutement, Dell propose aux étudiants d'écoles de commerce régionales des contrats de professionnalisation d'un an, qui leur permettent d'acquérir une formation concrète au sein des équipes de vente. Une telle expérience peut déboucher sur un CDI. Cette année nous avons ainsi embauché une dizaine de jeunes alternants.

« L'ordinateur de bureau a encore de beaux jours devant lui ! C'est le netbook qui disparaît au profit de la tablette »

◆ **Quelle est votre position sur la protection des données ?**

En tant que fournisseurs d'infrastructures, nous sommes très attentifs à toutes les lois de régulation pour la protection des données et la protection de la vie privée. Nos solutions techniques sont parmi les meilleures du marché et elles permettent aux professionnels comme aux particuliers de bénéficier de la meilleure protection.

◆ PROPOS RECUEILLIS PAR SANDRINE BAJOS

Le chiffre
À RETENIR

300

millions

de PC ont été vendus dans le monde en 2015, contre 360 millions avant l'arrivée des tablettes, dont il s'est déjà vendu 220 millions d'unités.

WOMEN'S FORUM

La femme est l'avenir de l'entreprise

Selon une étude du cabinet McKinsey, plus de parité entre les hommes et les femmes permettrait de dégager 10 500 milliards d'euros, dont 263 milliards d'euros rien qu'en France, à l'horizon 2025.

Il est urgent de réduire les inégalités hommes-femmes dans le monde pour des raisons éthiques, mais aussi pour le bien de l'économie mondiale. Telle est la principale conclusion de l'étude que présentait ce mercredi, le cabinet de conseil McKinsey à l'occasion du Women's Forum de Deauville. McKinsey a, cette année, passé au crible 15 indicateurs de parité dans 95 pays représentant 93 % de la population féminine et 90 % du PIB mondial.

«On espérait voir que l'équité avait progressé dans le monde, mais notre étude a montré que les femmes souffrent encore d'inégalités partout dans le monde sur la plupart des indicateurs, avec des inégalités fortes ou très fortes dans certains pays, comme l'Asie du Sud, l'Inde, le Moyen Orient et l'Afrique », souligne Sandrine Devillard, directeur associé senior de McKinsey. «Même chez les bons élèves comme l'Amérique du Nord

ou l'Europe — et donc la France —, il y a encore beaucoup d'efforts à faire sur certaines dimensions.» Pourtant, réduire ces inégalités pourrait rapporter très gros à l'économie mondiale puisque McKinsey estime à 10 500 milliards de dollars le PIB supplémentaire qui pourrait être dégagé à l'horizon 2025, soit 1 % de croissance supplémentaire par an et ce dans un scénario «réaliste» consistant pour un pays à s'aligner sur les meilleures pratiques déjà en oeuvre au sein de sa zone géographique. Rien qu'en France, ce gain atteindrait 263 milliards de dollars.

Enclencher le cercle vertueux

«Les entreprises ont un rôle très important à jouer, insiste Sandrine Devillard. Nous avons en effet constaté qu'équité dans la société et équité dans le monde du travail vont de pair. Il y a donc là, un vrai cercle vertueux qui peut, et qui doit même être enclenché au plus vite.»



Clara Gaymard, présidente de General Electrics France (10 000 salariés) et du Women's Forum. (GE.)

Il faut changer les états d'esprit, le travail est un moyen incontournable d'y parvenir. Mais le chemin s'avère encore semé d'embûches. Les inégalités de salaires entre un homme et une femme à poste équivalent sont encore très fortes, pointe l'étude. De même, trop de femmes effectuent encore des tâches domestiques non rémunérées

(tâches domestiques, soin de la famille — enfants et personnes âgées) dans des proportions significativement plus élevées que les hommes.

«Souvent, s'alarme Sandrine Devillard, on entend dire que les choses s'améliorent d'elles-mêmes, que les inégalités se réduisent au fil du temps : notre étude montre que

cela ne va pas de soi ». Mais selon elle, il n'existe pas de mesure miracle. Tous les acteurs, les entreprises qu'elles soient cotées ou non, les pouvoirs publics, doivent dialoguer et prendre de concert des mesures en faveur de l'égalité femme-homme.

■ BAJOS

Aucune femme dans le Top 120 des dirigeants

Clara Gaymard, qui préside la 11^e édition du Women's Forum, pointe cette anomalie.

◆ Vous présidez la 11^{ème} édition du Women's Forum. Quelle est votre motivation ?

Le Women's Forum n'est pas un simple rendez-vous pour les femmes du monde entier. C'est une manifestation internationale pour porter leur voix. Durant trois jours, 1 300 participantes — dont 20% d'hommes — sont venues débattre, s'interroger sur les nouveaux savoirs pour transformer le monde et le rendre meilleur. Pour aller plus vite, plus loin, j'ai demandé à la centaine de dirigeants d'entreprise participants de venir avec leur jeune talent. La plupart ont joué le jeu...

◆ Quel combat souhaitez-vous mener lors de ce Davos au féminin ?

Je souhaite que nous abordions le thème de la flexibilité au travail lors du «CEO Champions», qui réunit une quinzaine de chefs d'entreprises pour réfléchir et échanger sur l'amélioration de la parité. Depuis des années, notre vie professionnelle empiète sur notre vie personnelle. Pourquoi ne pas inverser cette tendance ? A l'heure d'Internet et des nouvelles technologies, j'aimerais

qu'on insuffle un peu de plus de souplesse dans l'organisation du temps de travail.

◆ L'étude McKinsey (voir ci-contre) dresse un bilan encore inquiétant sur la parité. Qu'en pensez-vous ?

Il faut bien sûr plus de parité car une entreprise plus mixte est une entreprise plus performante. Et nous parlons là de gain de performance de 6 à 7 points. Ce n'est pas rien. Les retombées économiques sont énormes, comme le détaille cette étude. Reste que la France est encore très en retard. Sur les inégalités de salaires mais aussi sur le management. Sur les 120 plus grosses entreprises françaises, aucune n'est dirigée par une femme. C'est hallucinant. J'ai la chance de diriger l'entreprise General Electric en France qui prône naturellement la parité et la diversité. En France, il est urgent de changer les mentalités et il ne faut jamais lâcher le morceau. Pour plus de parité et de mixité dans la société et dans l'entreprise, le Women's Forum est une formidable caisse de résonance.

■ PROPOS RECUEILLIS PAR S. B.

EN ILE-DE-FRANCE,
L'APPRENTISSAGE
C'EST VOTRE AVENIR



ET RECRUTER
UN APPRENTI
C'EST FACILE



Publiez votre offre d'apprentissage sur www.cfacile.iledefrance.fr, qui recense aussi tous les CFA franciliens. Vous pouvez aussi contacter votre chambre consulaire, agence Pôle Emploi, Mission locale ou Cap emploi.



Sélectionnez votre apprenti parmi les candidatures reçues.



Établissez le contrat à l'aide du formulaire cerfa 10 103 disponible sur www.service-public.fr puis adressez-le pour enregistrement à votre chambre consulaire.

Nouvelle « aide TPE jeunes apprentis » : 4 400 € la 1^{ère} année, soit le coût du salaire et des charges sociales

Toutes les aides et + d'info sur www.apprentissage.gouv.fr



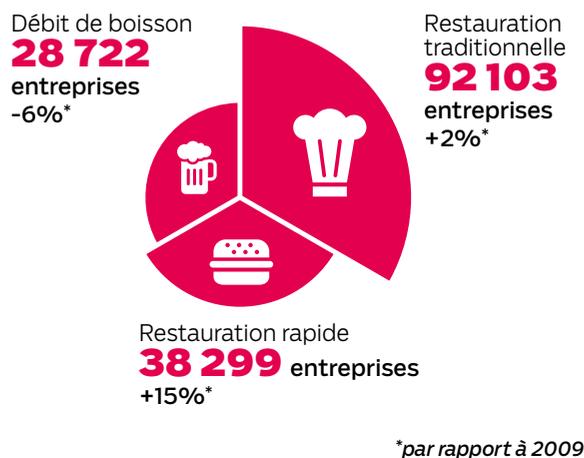
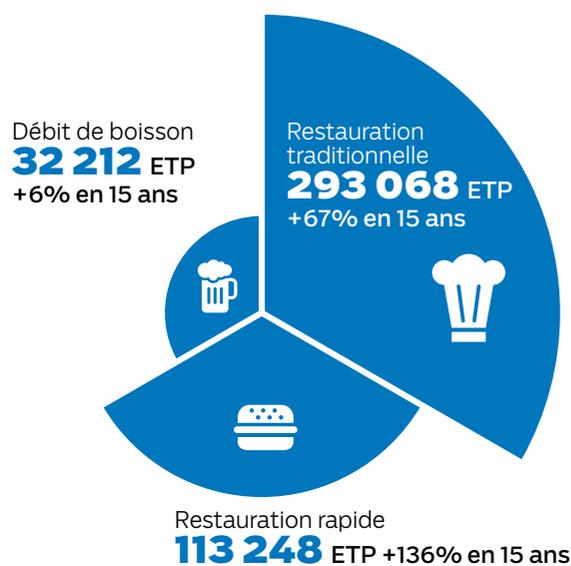
DÉCRYPTAGE

Restauration : presque deux fois plus de salariés en 15 ans

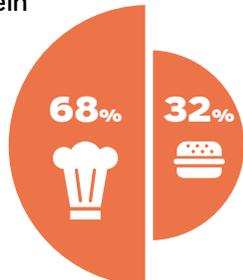
Depuis 1997, le nombre d'emplois dans les restaurants français a augmenté de 75%, une part qui passe à 136% pour la restauration rapide, devenue dans le même temps la locomotive du secteur.

603 000 salariés dans la restauration
soit **438 528** équivalents temps plein (ETP)
+75% entre 1997 et 2012

159 000 entreprises de restauration
dont **148 000** TPE
+ 3% par rapport à 2009



Part de salariés à temps plein



31% des entreprises de restauration n'ont pas de salarié



Salaire net moyen dans la restauration :



Un très fort taux de renouvellement : **35%** des entreprises présentes en 2012 n'existaient pas en 2009

Source : étude Insee 2/9/2015. Données 2012.

studio.v2

LE DICO DE L'ÉCO

En partenariat avec www.lafinancepourtous.com

Le RSA

Le revenu de solidarité active (RSA) a remplacé en 2009 le RMI (Revenu Minimum d'Insertion). Il assure aux personnes ayant peu ou pas de ressources un niveau minimum de revenu, qui peut évoluer en fonction de la situation familiale. Le RSA est accessible, sous certaines conditions, aux personnes d'au moins 25 ans et aux personnes de 18 à 24 ans, si elles sont parents isolés ou justifient d'une certaine durée d'activité professionnelle. Des conditions de résidence stable en France sont nécessaires pour les Français et les membres de l'Espace économique européen ou Suisse. Pour les autres ressortissants, il faut séjourner de façon régulière sur le territoire national depuis au moins cinq ans. On compte 2,44 millions d'allocataires.

Le montant du RSA dépend de la composition et des ressources du foyer. Pour les foyers sans revenu d'activité, son montant est égal au montant forfaitaire correspondant à la composition du foyer. Il s'élève ainsi, depuis le 1^{er} septembre 2015, à 524 € par mois pour une personne seule sans ressources. Cette allocation n'est ni imposable ni saisissable. Le montant du RSA est majoré

pour les parents isolés ayant des enfants à charge de moins de 25 ans. Pour les foyers disposant de revenus d'activité, le RSA prend la forme d'un complément de revenu si les revenus d'activité sont inférieurs à un montant minimum garanti de ressources.

Les démarches à accomplir

Afin de bénéficier du RSA, vous devez simuler vos droits depuis www.caf.fr. Ensuite, il faut compléter et retourner le dossier avec les pièces demandées en fonction de chaque situation (en emploi, sans emploi) à la Caisse d'Allocations familiales, à la Mutualité Sociale Agricole, au Conseil départemental, au Centre d'action sociale ou auprès d'une association agréée.

Chaque bénéficiaire du RSA dispose d'un accompagnement personnalisé à l'emploi et à la création d'entreprise ainsi que d'une aide pour faciliter une meilleure insertion socio-professionnelle.



LE TABLEAU DE BORD

LE CHIFFRE DE LA SEMAINE

15%

de Français voudraient créer leur startup, selon un sondage réalisé par l'institut Think à l'occasion du Salon des entrepreneurs de Marseille (Bouche-du-Rhône). Et 1 Français sur 4 se dit prêt à investir financièrement dans une startup.

LES CHIFFRES DE LA CONSOMMATION

par rapport au mois précédent

Inflation (septembre 2015)	-0,4 %
dont Énergie	-1 %
Alimentation	+0,5 %
Produits manufacturés	+1,4 %
Services	-1,6 %
Consommation des ménages	+0,0 %
Indices des loyers (au 3 ^e trimestre 2015) En variation annuelle	125,26 +0,02 %

En septembre, l'indice des prix à la consommation se replie de 0,4% après +0,3% en août. Il est stable sur les douze derniers mois (+0,0%). Ce sont surtout les services qui ont baissé en septembre, notamment l'hébergement touristique (-16,4%), les voyages tout compris (-28,8%) et les billets d'avion (-18,8%). Côté énergie, le prix des produits pétroliers a poursuivi sa baisse (-2,2%). Les plus fortes hausses mensuelles portent sur l'habillement/chaussures (+7,7%) et les produits alimentaires frais (+4,4%), notamment les légumes (+7,5%).

LE MARCHÉ DU TRAVAIL

Salaires (A partir du 1^{er} janvier 2015)

	Minimum horaire brut	Minimum horaire net
	9,61 €	7,53 €
35 h	1 457,52 €	1 142,07 €

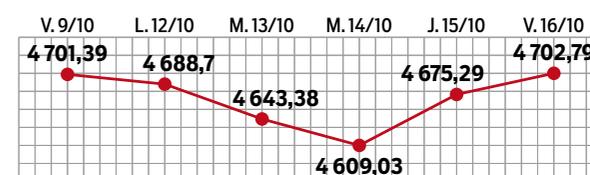
Chômage (août 2015)

	(sans les DOM-TOM)
Demandeurs d'emploi (Cat. A, B, C)	5 420 900
% de la population active (2 ^e trimestre 2015) Source : INSEE	10,3 %
Variation sur le mois précédent	+0,2%

ÉPARGNER

CAC 40

+0,03 %



Livrets A/bleu (net)	PEL (brut)	Euro/dollar
0,75 %	2 %	1 € = 1,1356 \$ Cours le 16 octobre

EMPRUNTER

Taux fixe pour un emprunt immobilier

	Sur 15 ans	Sur 20 ans
Taux moyen	2,30 %	2,55 %
Taux minimum	1,80 %	1,98 %

Taux minimum des crédits à la consommation sur un an **2,50 %**

Source : Baromètre Empruntis.com, taux moyens hors assurance.

SOLUTIONS COP21



L'imagination au secours du climat

Le 4 décembre prochain, les 60 projets les plus inventifs au monde face au dérèglement climatique seront dévoilés au Grand Palais, à Paris, lors de la « Breakthrough night », une nuit entière dédiée à l'innovation.

« **F**ace au dérèglement climatique, nous n'avons plus le temps d'attendre. Il est urgent de trouver de nouvelles solutions et l'innovation a, plus que jamais, son rôle à jouer pour aider la planète à tourner plus rond. » Pour Gilles Berhault, président du Comité21 (organisateur de Solutions Cop21) et du club France développement durable, « il faut donc mobiliser très vite tous ceux qui sont capables d'inventer et d'innover, entrepreneur, chercheurs, ingénieurs etc ». Prenant une fois de plus son bâton de pèlerin de défen-

seur de la planète, il a profité de la prochaine COP21, à Paris, pour organiser le 4 décembre prochain, la « Breakthrough night », une « nuit de l'innovation » au secours du climat. Plus de 3 000 participants sont attendus. L'Association communication et information pour le développement durable (ACIDD) qui organise cette manifestation attend plus de 1 000 porteurs de projets. Des patrons de start up, de TPE et PME, mais aussi de grands groupes viendront échanger et présenter leur solution en faveur du climat. Sont aussi attendus des investisseurs, autrement appelés « facilitateurs de projets »,



(LP/Arnaud Journois.)

ainsi que des journalistes et des communicants qui, espèrent les organisateurs, porteront la bonne parole. « La question climatique est à la fois une prise de responsabilités et une exceptionnelle opportunité, insiste Gilles Berhault. Une responsabilité

pour chaque organisation qui doit diminuer son impact sur la planète, et une opportunité pour l'entreprise innovante qui peut créer une nouvelle chaîne de valeur. » Tous les secteurs sont concernés. Celui de la mobilité avec le co-voiturage, le Velib ou en-

core la voiture électrique, mais également l'alimentation, la santé, la construction ou l'énergie... Pour sa première édition, la « Breakthrough night » se déroulera sous la nef du Grand Palais à Paris. Parmi les moments phares, la présentation des 60 projets les plus innovants au monde, sélectionnés par le comité scientifique de l'ACIDD. Les dix meilleures innovations françaises seront également exposées. Pour Gilles Berhault la lutte contre le réchauffement climatique est le « chantier du siècle ». « Car insiste-t-il, préserver le climat est une priorité absolue si nous voulons conserver une qualité de vie correcte pour tous. »

■ S. B.

Solutions COP21 : du 4 au 10 décembre 2015 au Grand-Palais (Paris VIII^e). www.solutionscop21.org

LE RENDEZ-VOUS START UP AVEC



Grands Prix de l'Innovation : ces start up fabriquent la ville de demain

Il y en avait 520, ils ne sont plus que 35. Le 13 octobre, Paris&Co et la Ville de Paris ont annoncé les noms des finalistes des Grands Prix de l'Innovation de la Ville de Paris, qui seront décernés le 3 décembre prochain à l'Hôtel de ville. Zoom sur six d'entre eux.

La Louve : premier supermarché coopératif et participatif

A « La Louve », les membres réunis en coopérative, s'engagent à participer ponctuellement à la gestion de la structure. « La réduction des coûts de main d'œuvre nous permet ainsi de proposer des produits bio, locaux et artisanaux, à des prix jusqu'à 50 % moins cher que dans le commerce traditionnel », explique Tom Boothe, son instigateur. La Louve, finaliste dans la catégorie Innovation sociale, ouvrira ses portes mi-2016, dans le XVIII^e arrondissement.

L'impression 3D pour sauver des vies

Biomodex veut imprimer des organes humains en 3D qui permettront de réaliser un geste chirurgical complexe en le simulant au préalable. Gains espérés : 30 % de diminution des risques opératoires et complications post-opératoires. « Etre sélectionné parmi 500 participants confirme la pertinence de notre démarche et nous donne de l'énergie pour continuer », s'enthousiasme Thomas Marchand,



Les 35 finalistes des Grands Prix de l'Innovation de la Ville de Paris. (Elsa Sidawy/Paris&Co.)

de Biomodex, finaliste dans la catégorie Santé.

Captain Contrat : des conseils juridiques à des tarifs imbattables

Captain Contrat permet aux entreprises d'obtenir tous leurs documents juridiques sur mesure, personnalisés par des avocats, à des tarifs quatre fois moins chers, grâce à une technologie basée sur des algorithmes. « Nous ne remplaçons pas les avocats, nous leur apportons des technologies et des processus qui révolutionnent leur façon de travailler », souligne Philippe Wa-

gnier, de Captain Contrat, finaliste de la catégorie Services aux entreprises.

PhiLOCK : la location de vélos de particulier à particulier

L'innovation de PhiLOCK repose sur deux piliers : l'application, qui couvre toutes les étapes de la location (réservation, paiement, caution...) et le cadenas connecté, un boîtier fixé sur le vélo qui assure la sécurité du dispositif et utilise le smartphone de l'utilisateur comme une clé. « Que notre société naisse dans la ville du Vélib', c'est logique, il y a une continuité.

Notre ambition est de nous étendre rapidement à d'autres pays comme les Etats-Unis, l'Espagne et l'Europe du Nord », détaille Louis-Marie Meyer de PhiLOCK, finaliste dans la catégorie Technologies Numériques.

Glowee : une crevette, pour éclairer votre salon

Grâce à la bioluminescence, cette réaction chimique qui permet à 90 % des organismes marins de produire de la lumière, Glowee promet une énergie 100 % naturelle. En travaillant sur des bacté-

ries capables de s'auto-alimenter, la start up estime que la production de gaz à effets de serre pourrait être proche de zéro. Cette électricité sera utilisée pour éclairer le mobilier urbain ou les vitrines des magasins. « Etre finaliste des Grands Prix, se réjouit Sandra Rey, c'est un véritable tremplin qui nous permettra de faire de cette lumière biologique une solution alternative à l'usage de l'électricité. »

Timescope : s'immerger dans l'histoire via la réalité virtuelle

Timescope, c'est la première borne de réalité virtuelle en libre-service permettant aux visiteurs d'un lieu historique d'entrer en immersion dans un environnement 3D qui représente ce même lieu à une autre époque. « Notre objectif : enchâsser l'expérience de visite et mettre en valeur le patrimoine des villes », précise Adrien Sadaka, Président de Timescope, finaliste dans la catégorie Industries numériques créatives et culturelles.

■ ELSA SIDAWY

EN SAVOIR PLUS S'INSCRIRE

à la cérémonie de remise des Prix du 3 décembre : www.innovation-paris.com

Netflix, le roi des séries

Le géant américain de la vidéo à la demande produit aussi ses propres programmes, comme *House of Cards*. Il diffusera en 2016 sa première série originale française.

La fiche D'IDENTITÉ



(DR.)

- **PDG** : Reed Hastings
- **Siège social Europe** : Amsterdam (Pays-Bas)
- **Chiffre d'affaires** : 4,9 milliards d'euros
- **Effectif** : 2 000 collaborateurs

DATE DE CRÉATION

1997

L'actualité de la marque

Positionnement

Arrivé sur le marché français en septembre 2014, Netflix a vu son catalogue hexagonal doubler en un peu plus d'un an. Si la marque se revendique opérateur global, deux tiers de ses abonnés sont basés aux États-Unis. En France, d'après ses études en interne, le groupe constate des similitudes dans le comportement des membres avec le marché anglo-saxon : ses adeptes sont généralement des fans de séries, technophiles, urbains et CSP+ entre 25 et 40 ans. Netflix articule d'ailleurs sa communication autour du binge watching (boulimie de visionnage), en mettant à disposition de l'utilisateur une série, ou du moins une saison, en intégralité dès sa mise en ligne, afin de juguler le téléchargement illégal. En plus d'être un éditeur de contenus, Netflix produit et finance ses propres programmes, qui ont connu un véritable succès outre-Atlantique : «*House of Cards*», «*Daredevil*» ou plus récemment «*Narcos*». Pour renforcer son côté premium, les séries originales sont proposées en ultra HD 4K. Bien qu'à ses débuts, le marché français va être l'objet d'une première mondiale : la série originale Marseille (avec Gérard Depardieu), prévue pour 2016, sera le premier programme Netflix produit localement, pour une diffusion mondiale.

Stratégie

Octobre coïncide avec le lancement de Netflix en Espagne, au Portugal et en Italie. Une implantation dans 200 pays est visée pour la fin 2016. Pour séduire l'utilisateur, Netflix (qui offre un mois gratuit à chaque nouvel utilisateur depuis cet été) parie sur la flexibilité : la souscription et la résiliation se font en un clic. Consciente d'être plébiscitée principalement par les sérievores, l'enseigne cherche à se di-

versifier. Netflix vient par exemple de sortir son premier long métrage, «*Beast of no Nation*», présentera également prochainement un documentaire sur la révolution ukrainienne («*Winter on Fire*») et vient de commander sept séries originales pour les enfants (disponibles à partir de décembre) parmi lesquelles «*Les Croods : Origines*», de DreamWorks Animation, «*Lego Bionicle*» ou encore «*Lego Friends*». Pour booster «*l'expérience utilisateur*» sur le marché français - un terme qui revient souvent chez les décideurs du groupe - Netflix a notamment organisé la première édition du Netflix Fest à Paris du 15 au 19 octobre : un festival gratuit de quinze événements, qui propose au public de découvrir des films et des documentaires dans des lieux insolites (Festival du film romantique au premier étage de la Tour Eiffel, marathon de séries américaines sur un bateau à roue du Mississippi, etc.)

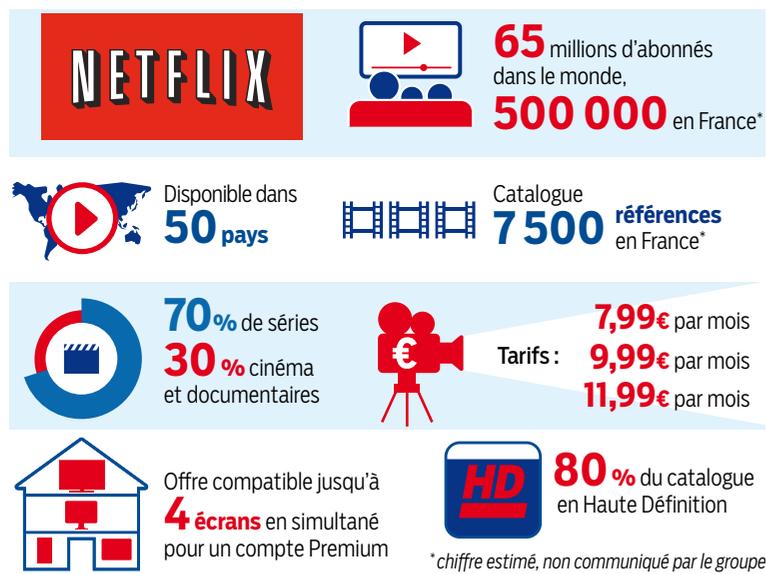
Politique sociale

L'enseigne reste très américaine dans son management : les décisions stratégiques, y compris ce qui concerne les marchés locaux, sont prises dans ses bureaux américains de Los Gatos (Californie). Les effectifs européens sont gérés depuis le siège continental situé à Amsterdam. L'équipe française ne concerne qu'une dizaine de personnes au profil relations publiques, marketing et communication, chargées de faire connaître le service dans l'hexagone. Les équipes, quels que soient les pays, sont généralement très cosmopolites. Au niveau mondial, le deuxième trimestre a été particulièrement fructueux en termes de recrutement avec 216 embauches, augmentant ainsi les effectifs de 10%.

■ DOSSIER RÉALISÉ PAR MARC HERVEZ



(DR.)



L'AVIS DE L'EXPERT

Damien DOUANI

Consultant en nouveaux médias, cofondateur de l'agence FaDa

Points forts

« Le catalogue de Netflix est en constante évolution. L'ergonomie de l'interface est exemplaire : quels que soient les terminaux utilisés, c'est soigné et fluide. La rapidité de chargement est également un plus pour le consommateur, qui a la sensation d'avoir la main grâce à ce système de disponibilité en intégralité instantanée. Grâce au travail sur les algorithmes, le moteur de suggestions est performant et apprécié. En étant compatible Playstation et Xbox, Netflix a peut-être pris le bon pari, car l'accès à la télé via la console de jeu de salon est une piste de développement pour l'avenir.

Points faibles

Netflix s'inscrit dans une stratégie similaire à celle d'Apple, en communiquant par le mystère et en divulguant peu de chiffres, comme pour dire « la marque est incomparable et est suffisamment forte pour être attractive ». Seulement en France le vrai poids lourd s'appelle Canal Play. Si le sous-titrage est de qualité, sa disponibilité laisse à désirer. Certains produits du catalogue sont exclusivement en anglais. Enfin, il peut sembler déroutant qu'une série à succès comme «*House of Cards*» soit produite par Netflix, mais que l'enseigne n'ait pas les droits pour la diffuser sur son réseau français, car elle a été achetée par Canal avant l'arrivée de Netflix

Les produits qui CARTONNENT



(Jojo Whilden.)

• «*Orange is the New Black*»

Cette série sur l'univers des prisons pour femme lancée en 2013 est l'un des fleurons de Netflix, qui en est le diffuseur exclusif en France. La saison 3 est en ligne depuis juin.



(DR.)

• «*Narcos*»

La grosse nouveauté de l'année 2015, qui retrace l'itinéraire du narcotrafiquant Pablo Escobar, a connu un succès critique et populaire, grâce à son réalisme. Le 3 septembre, elle a été renouvelée pour une deuxième saison.



(DR.)

• «*What Happened Miss Simone?*»

Ce documentaire sur la prêtresse de la soul Nina Simone est disponible sur Netflix depuis cet été. Présenté dans divers festivals comme le «*Sundance*», il est l'œuvre de la réalisatrice Liz Garbus, à qui l'on doit également un documentaire sur Marilyn.

Videofutur, du vidéo club à la box

La marque française donne accès à un catalogue cinéma fourni, et à des services de télévision. Elle s'apprête à concurrencer les fournisseurs d'accès à Internet avec un pack fibre.



(DR.)

La fiche D'IDENTITÉ



(DR.)

- **Directeur Général :** Mathias Hautefort
- **Siège social:** Paris La Défense (Hauts-de-Seine)
- **Filiale du groupe Netgem**
- **Chiffre d'affaires :** 10 millions d'euros

DATE DE CRÉATION

1982

L'AVIS DE L'EXPERT

Damien DOUANI

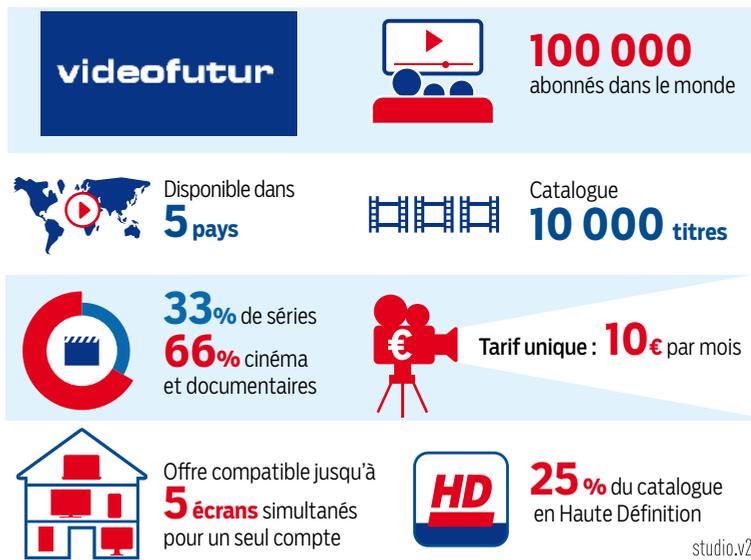
Consultant en nouveaux médias, cofondateur de l'agence FaDa

Points forts

« Un particularisme très français veut que l'accès à la télé s'effectue via les box des opérateurs. Videofutur y a vu une clef de développement et capitalise dessus. Leur box « tout en un » a de quoi séduire, d'autant que son prix reste très compétitif, avec la haute définition en natif et non en option : il n'y a qu'un seul prix pour les programmes et si votre bande passante le permet, vous le visionnez automatiquement en HD. L'enseigne s'appuie également sur une grosse offre cinéma et jeunesse pour attirer les familles, qui peuvent profiter des nouveautés seulement quatre mois après leur sortie en salle. Un délai relativement court. »

Points faibles

« Les contenus exclusifs sont moindres que chez les leaders de la VOD en France type Netflix ou Canalplay, notamment les séries qui sont pourtant un vrai produit d'appel pour le consommateur moderne. Vu les tarifs, il peut parfois choisir de s'abonner pour une seule série. Ce n'est pas une enseigne qui attire ce qu'on appelle les adeptes du binge watching. Si l'offre de Videofutur reste riche, elle oblige à passer par le boîtier de la marque, alors que Netflix est disponible sur énormément de terminaux d'un simple clic. Quant à cette entrée en concurrence avec les box opérateurs, reste à voir si le consommateur n'aura pas une impression de doublon. »



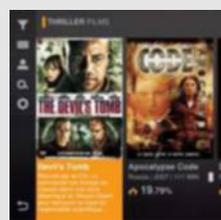
Les produits qui CARTONNENT



(DR.)

• La Famille Bélier

Disponible en achat définitif dans le cloud, le film d'Eric Lartigau connaît un vif succès chez les abonnés de Videofutur. Un plébiscite qui s'explique par son prix (1,99 €) et aussi par son histoire, qui s'accommode avec le cœur de cible de l'enseigne.



(DR.)

• Viewster

C'est l'une des applications phares de la box Videofutur, qui permet de regarder instantanément films, émissions tv et animés. L'une des raisons de son succès : son gros catalogue de dessins animés à la fois classiques et nouveaux, et un large choix de nouvelles diffusions sous-titrées venues tout droit du Japon.



(DR.)

• Les Zouzous

Une application (du nom de l'émission culte de France 5) conçue pour les enfants, qui peuvent regarder du contenu de 7h à 21h gratuitement. Les parents, eux, peuvent configurer la durée maximale d'utilisation quotidienne via un minuteur.

L'actualité de la marque

Positionnement

Oublié le cœur de métier historique de l'enseigne Vidéo Futur, devenue Videofutur en 2011. Les quelques vidéo-clubs physiques qui subsistent sous ce nom sont aujourd'hui indépendants. Toutefois, la marque possède toujours une activité marginale de location de DVD et Bluray par abonnement. Aujourd'hui, Videofutur, qui a fusionné avec la marque Netgem il y a un an (elle est aussi filiale du groupe du même nom) est un opérateur de solutions TV et un agrégateur de contenus, mais pas un éditeur : en se procurant la box Videofutur (pour 10 euros par mois), les usagers ont ainsi accès à plusieurs chaînes de télé premium (Paramount Channel, Disney Channel, Virgin radio TV etc.), des applications vidéo, des services TV élargis (possibilité de retour au début du film en cas de retard) ainsi qu'à un premier catalogue de 1 000 films et séries compris dans l'abonnement. A cela s'ajoute un service à la carte de VOD payant en multi-écrans. Compter 5 euros pour les nouveautés (disponibles 4 mois après la sortie en salle) et 3 euros pour les œuvres moins récentes. 60% de ce catalogue concernent des œuvres françaises ou européennes. En plus de la télé, le service est disponible sur PC, Mac, tablettes, Smartphone Samsung et Ios. Android devrait suivre avant fin 2015.

Stratégie

Très ancré dans le cinéma, avec une offre jeunesse massive, Videofutur séduit davantage les familles et les cinéphiles que les purs amateurs de séries. Pour étendre son catalogue, le groupe noue des accords génériques avec des studios qui le fournissent en contenu. En contrepartie, Videofutur doit diffuser la totalité de ce qui est soumis. L'enseigne se concentre sur le marché francophone : France mé-

tropolitaine, Réunion, Monaco, Suisse francophone et bientôt le Luxembourg. Videofutur s'apprête également à concurrencer les fournisseurs d'accès à Internet traditionnels avec le gros enjeu de cette fin d'année : le pack fibre Videofutur qui comprend téléphonie, accès à Internet et TV VOD pour 39,90 euros. Cette offre, destinée en priorité aux zones fibrées et aux réseaux d'initiative publique (RIP), territoires peu desservis en très haut débit par les opérateurs nationaux, est commercialisée depuis le premier octobre dans l'Essonne, la Seine-et-Marne et le sera dans une partie du Pas-de-Calais dès novembre. L'enseigne vise l'équipement de 40 000 foyers d'ici la fin de l'année. Puisqu'il s'agit pour le moment d'une offre de proximité, la marque déploie une stratégie de marketing direct local dans les zones fibrées : mailing, SMS et même porte-à-porte, avec démonstrations à domicile.

Politique sociale

Les perspectives d'embauche pour 2016 dépendent du succès commercial du produit fibre Videofutur. Pour les démarches marketing, l'enseigne s'appuie sur une équipe de commerciaux interne enrichie par des prestataires extérieurs, avec une connaissance du tissu local (77, 62 et 91). Le siège social de La Défense regroupe une cinquantaine de personnes : une équipe dédiée aux contenus, un call center intégré, équipes marketing et personnel technique. La moyenne d'âge est relativement jeune puisqu'elle oscille autour de la trentaine. Si les embauches récentes concernent surtout des profils jeunes, l'enseigne recherche également du personnel avec une certaine expérience dans le milieu du DVD et du cinéma.

VOS DROITS

Posez vos questions pas mail à : mlaghouati@leparisien.fr

◆ **Un de mes salariés qui a repris des études du soir à l'université m'informe qu'en vertu d'une loi nouvelle il va prendre des jours de congés pour préparer ses partiels de janvier 2016. De quoi s'agit-il encore ?**

Il s'agit d'un dispositif nouveau issu de la loi Macron, qui vient compléter l'arsenal d'aides que les employeurs doivent offrir à leurs employés. Au congé spécifique sous rémunération destiné aux apprentis, et au congé examen prévu dans le cadre du congé individuel de formation (CIF) pour l'obtention d'un titre ou diplôme enregistré dans le répertoire national des certifications professionnelles, vient s'ajouter l'aide à la préparation d'examen que votre salarié souhaite passer. Celle-ci prend la forme d'une autorisation d'absence non rémunérée de cinq jours ouvrables par tranche de 60 jours ouvrables travaillés. Toutefois, ce congé supplémentaire (aux congés payés et aux congés annuels des salariés de moins de 21 ans) doit être pris dans le mois qui précède l'examen et pour y prétendre, le salarié doit justifier d'une inscription valide et en cours au sein d'un établissement de l'enseignement supérieur.

◆ **Je viens de recevoir de l'Administration une amende à acquitter car mon employeur m'a désigné comme le chauffeur d'une des voitures d'entreprise, ce que je conteste. Quels sont mes recours ?**

La carte grise du véhicule verbalisé est au nom de l'entreprise. C'est donc à elle, en théorie, qu'il revient de payer l'amende. L'employeur peut s'y soustraire s'il n'est pas lui-même le conducteur et s'il désigne à l'Administration le contrevenant. C'est ce que votre employeur a fait à votre encontre, en mettant à votre charge le paiement de l'amende. S'il s'agit d'une méprise et que vous n'étiez pas le véritable conducteur, vous devez contester l'avis de contravention reçu en bonne et due forme sans avoir besoin de pratiquer une quelconque délation vis-à-vis d'un autre collègue conducteur par exemple. Vous échapperez au paiement de l'amende si l'on ne peut pas prouver que vous étiez l'auteur de l'infraction. Votre employeur échappera aussi au paiement s'il est à même de prouver avec son emploi du temps qu'il ne pouvait être le conducteur de ce véhicule.

■ YVES THOMAS

ÇA COÛTE OU ÇA RAPPORTE ?

Faire appel à une agence d'intérim

Dans certaines situations, faire appel à une agence de travail temporaire peut se révéler utile. Le coût de cette prestation varie en fonction de nombreux critères.



(MAXPPP/IP3 Press/Bruno Levesque.)

520 000 intérimaires

en équivalent temps plein, travaillaient en France en 2014, soit 3 % de l'emploi salarié du pays.

(source : Prism'Emploi 2015)

Une hausse soudaine des commandes, un chantier à terminer d'urgence, une absence de plusieurs semaines pour cause de maladie du comptable en plein bilan, une activité saisonnière... Les situations où il est nécessaire de remplacer un salarié absent ou de renforcer temporairement ses équipes ne manquent pas. Dans ce contexte, deux options sont possibles : le contrat à durée déterminée ou l'intérim. « C'est un arbitrage qui dépend des ressources internes de chaque entreprise et de l'urgence de la situation : a-t-elle les moyens d'identifier et de sélectionner de bons profils dans un délai rapide ? », remarque Sébastien Sanchez, directeur exécutif Senior au sein de Page Personnel, filiale spécialisée dans l'intérim et le recrutement spécialisé de PageGroup. Dans les petites structures, la réponse est bien souvent négative, d'où le recours aux services d'une agence de travail temporaire. « Le premier des avantages de l'intérim, c'est la réactivité », assure Sébastien Archi, directeur des affaires économiques de Prism'Emploi, l'organisation professionnelle du secteur. En deux décennies, les grandes enseignes ont en effet accru leur professionnalisation, en spécialisant

leurs agences par secteurs d'activité et métiers. « Elles disposent de viviers de professionnels qualifiés immédiatement opérationnels pour répondre dans des délais très courts aux demandes des entreprises clientes », poursuit Sébastien Archi. Un atout lorsqu'il s'agit de trouver en urgence un profil rare sur le marché de l'emploi, ou un bataillon de vingt personnes pour faire face à un boom temporaire des commandes. Mais ce n'est pas le seul. « Autre avantage, l'agence prend en charge tous les aspects administratifs liés au contrat de travail, puisque c'est elle l'employeur », rappelle Sébastien Sanchez. Le coût ? Il est fixé en fonction de nombreux critères : le niveau de qualification, la rareté du profil souhaité, la durée du contrat, le nombre d'intérimaires recherchés ou encore la régularité de la relation entre une agence et ses clients. Lorsqu'une entreprise fait régulièrement appel à une enseigne de travail temporaire, pour des volumes d'intérimaires importants, elle aura une marge de négociation plus importante qu'une autre qui sollicitera ses services de manière très exceptionnelle. La

fourchette de ce qu'on appelle le coefficient de délégation s'étend généralement de 2 à 2,5 de la rémunération brute de l'intérimaire. Pour un salaire mensuel de 2 000 € nets, la prestation sera donc facturée entre 4 000 et 5 000 €. « En plus du salaire de l'intérimaire, ce coût comprend les charges sociales, les congés payés, la prime de précarité ainsi que les frais de l'agence », explique Sébastien Sanchez. Il peut d'ailleurs être dégressif pour les contrats de longue durée. « Par exemple, pour un contrat d'une durée de 12 mois, un coefficient de délégation sera appliqué les trois premiers mois avant d'être remplacé par un coefficient de gestion, moins élevé », complète Sébastien Sanchez.

Oublié le risque du recrutement raté

Ces frais doivent être comparés aux coûts cachés engendrés par une embauche en CDD réalisée en interne, comprenant le prix d'une annonce dans la presse ou sur un jobboard, le temps consacré à la sélection des candidatures, aux entretiens ou encore aux démarches administratives à effectuer lors de l'embauche. Sans oublier le risque de réaliser un recrutement raté qui, lui aussi, peut coûter cher.

A noter, depuis 2005 et la loi de cohésion sociale, les entreprises de travail temporaire peuvent également réaliser des activités de « placement », autrement dit proposer des contrats durables, CDD ou CDI — une activité pour laquelle les grands réseaux ont créés des « agences d'emploi » qui connaissent une forte croissance. En 2014, plus de 50 000 recrutements ont été réalisés par leur intermédiaire (soit 28 % de plus qu'en 2013). Dans ce cadre, comme dans celui d'un cabinet de recrutement, le coût de la prestation correspond à un pourcentage de la rémunération brute annuelle du candidat recruté. Un pourcentage qui, là encore, peut faire l'objet d'une négociation.

■ JEAN-MARC ENGELHARD

L'agence prend en charge tous les aspects administratifs liés au contrat de travail : c'est elle l'employeur

EN SAVOIR PLUS A CONSULTER

• **Le cadre légal du contrat d'intérim** sur le site du ministère du Travail et de l'Emploi :

<http://travail-emploi.gouv.fr> (rubrique « Les fiches pratiques du droit du travail »)

• **Des informations sur les modalités pratiques et l'actualité de l'intérim** sur le site de l'organisation professionnelle Prism'Emploi :

www.prism-emploi.fr

Electricité : la fin des tarifs réglementés, c'est pour le 1^{er} janvier 2016 !

D'ici à la fin de l'année, les contrats aux tarifs réglementés seront supprimés. Les entreprises devront choisir entre différentes offres.

Un an après le gaz, c'est l'électricité qui voit arriver la fin des tarifs réglementés. En effet, le 1^{er} janvier 2016, les contrats souscrits avec une offre aux tarifs réglementés seront caducs. Cette mesure s'inscrit dans le cadre des dispositifs législatifs visant à l'ouverture des marchés de l'électricité à la concurrence. Néanmoins, la mesure s'adresse uniquement aux clients ayant une consommation supérieure à 36 kVA et qui sont soumis aux tarifs jaunes ou verts. C'est-à-dire des entreprises moyennes et grandes, soit plus de 400 000 sites en France représentant environ 30 % de la consommation nationale. L'autre tarif, le bleu, qui couvre les particuliers et une partie des TPE et des artisans demeure. Depuis déjà plusieurs mois, les entreprises concernées peuvent étudier les offres de marché et même souscrire à l'une d'elles afin d'être conformes à la législation d'ici à la fin de l'année. Mais si globalement, les grandes entreprises sont prêtes, ce n'est pas le cas de la majeure partie des PME et des ETI (entreprises de taille intermédiaire). Selon l'Observatoire de l'industrie électrique (OIE), 92% des sites de « moyenne consommation » (au tarif jaune) avaient toujours un tarif réglementé à la fin du premier trimestre 2015. Néanmoins, depuis la rentrée, les sorties du tarif s'accroissent.

Pas de frais de résiliation

Il est donc urgent pour les entreprises qui n'ont pas encore souscrit de sonder le marché, à travers par exemple la sollicitation d'un devis chez différents fournisseurs. En principe, le fournisseur historique était tenu de prévenir ses clients au plus tard trois mois avant l'échéance, il a donc dû le

Fin des tarifs réglementés : mode d'emploi

	Qui est concerné ? Tous les clients qui consomment au-delà de 36 kVA et qui sont soumis aux tarifs jaunes ou verts. Soit plus de 400 000 sites en France.
	De quoi s'agit-il ? Les tarifs réglementés de vente de l'électricité seront supprimés au 31 décembre 2015. Les clients concernés devront obligatoirement choisir une offre de marché proposée par l'un des fournisseurs.
	Quand ? La date limite pour choisir une offre de marché est le 1 ^{er} janvier 2016. Pour les clients qui ne l'auront pas fait, leur contrat sera transformé en un contrat transitoire d'une durée maximum de 6 mois, au tarif plus élevé que le tarif réglementé.
	Où s'informer ? Sur le site officiel de la Commission de régulation de l'énergie www.tarifsreglementes-cre.fr ou sur www.energie-info.fr/Pro

faire avant le 1^{er} octobre. Et, en cas de changement, le Code de l'énergie est formel : « Aucuns frais, indemnité ou pénalité ne peuvent être appliqués lorsque l'on quitte un contrat au tarif réglementé. » Si finalement un client n'a pas souscrit de contrat en offre de marché au 31 décembre, son contrat actuel chez son fournisseur historique sera automatiquement transformé en un contrat transitoire d'une

durée maximale de six mois. Ce tarif transitoire sera plus élevé que le tarif réglementé et il sera plus difficile à l'entreprise accueillie par le temps de négocier avec les fournisseurs. Quoiqu'il en soit, rien n'empêche l'entreprise satisfaite de son fournisseur historique de le conserver, dans le cadre d'une offre de marché.

Un contrat transitoire de six mois

■ DOSSIER RÉALISÉ PAR MARIA CORNU

L'AVIS DE...



(CYRILLE DUPONT.)
Marc BENAYOUN,
directeur du marché entreprises et professionnels chez EDF

◆ Qui est concerné par la libéralisation du marché de l'électricité ?

Tous les professionnels, entreprises et collectivités qui ont aujourd'hui les tarifs jaunes ou verts, c'est-à-dire une consommation supérieure à 36 kVA. Cela représente pour EDF 220 000 clients et 430 000 sites. Il s'agit aussi bien d'entreprises de services que d'artisans.

◆ Quelle démarche doivent faire vos clients pour accéder à un tarif de marché ?

La démarche est simple. Il suffit de demander un devis à un fournisseur en donnant la liste des sites. Cela permet d'avoir un contrat unique, alors que dans le tarif réglementé, les clients avaient souvent un contrat par site. Si le client souhaite changer, il n'a pas de préavis à envoyer. Son nouveau fournisseur se charge de toutes les modalités. Chez EDF, nous avons des programmes marketing

« Une démarche simple »

avec des offres pour nos clients. De son côté, l'Etat a envoyé trois lettres aux entreprises afin de les informer, et de leur indiquer que, si elles n'ont pas changé à la fin de l'année, elles se verront proposer une offre transitoire assurée par EDF, dont le tarif sera en moyenne 5 % supérieur au tarif réglementé appliqué aujourd'hui.

◆ Comment EDF se prépare-t-il à la fin du marché tarifé ?

Notre objectif, surtout pour les petites entreprises, est de proposer des offres simples. Il n'y aura pas plus de 2 ou 3 options par client avec des contrats renouvelables par tacite reconduction ou à durée limitée. Tous ces projets sont portés par les directions régionales qui ont un portefeuille local et qui sont en contact direct avec les clients. Ceux-ci ont également la possibilité de souscrire directement un contrat par internet : nous les y incitons avec des offres préférentielles.

◆ Allez-vous pouvoir proposer de nouveaux services ?

Tout à fait. Nous avons deux sortes de services : ceux que nous portons déjà, comme le suivi de la courbe de charges et les factures dématérialisées. Mais nous allons également pouvoir rencontrer nos clients pour leur proposer d'autres offres, par exemple du gaz. Pour EDF, ce sont de nouvelles opportunités de croissance. **M.C.**



C'est le moment, choisissez EDF.

DÉCOUVREZ NOS OFFRES DE MARCHÉ EN ÉLECTRICITÉ ET GAZ

Avec la fin des tarifs réglementés de vente d'électricité et de gaz, les entreprises ayant des sites avec une puissance souscrite supérieure à 36 kVA en électricité ou consommant plus de 30 MWh par an en gaz doivent souscrire une offre de marché avant le 1^{er} janvier 2016. C'est le moment de choisir le bon accompagnement.

edfentreprises.fr

EDF ENTREPRISES INNOVE POUR VOTRE COMPÉTITIVITÉ

OPPORTUNITÉS

Se faire connaître au salon du made in France

Avec plus de 40 000 visiteurs et 400 exposants, le MIF expo valorise les fabricants français depuis quatre ans. Un salon ouvert aux TPE, PME et grandes entreprises de tous secteurs.



(Prod DR.)

Depuis quatre ans, les TPE, PME ou grandes entreprises adeptes du made in France ont leur salon. Le MIF Expo revient les 6, 7 et 8 novembre au parc des expositions de la porte de Versailles (Paris XV^e) avec plus de 400 exposants. « J'ai voulu créer un salon pour permettre aux consommateurs de trouver des produits réellement fabriqués en France, par des entreprises de toutes tailles, qui préservent tout ou une grande partie de leurs emplois sur le territoire national, explique Fabienne Delahaye, la fondatrice et commissaire du salon MIF Expo. Et je voulais aussi que les entreprises puissent montrer ce qu'elles fabriquent et rencontrer leurs consommateurs en direct. Nous vérifions systématiquement que nos exposants ne trichent pas. » Même si certains ne produisent pas 100% de leurs gammes dans l'Hexagone, ils doivent jouer le jeu de la transparence et expliquer aux visiteurs ce qui est effectivement fabriqué dans des usines ou des ateliers français et ce qui ne l'est pas.

Dans tous les secteurs

« Ce salon existe aussi pour démontrer qu'il est encore possible de fabriquer en France dans tous les secteurs (mode, industrie lourde, technologies, alimentaire), ajoute Fabienne Delahaye. Pour exposer, les entreprises doivent être labellisées (Origine France Garantie, Entreprise vivante du patrimoine ou IGP ou AOC dans l'alimentaire) ou être sélectionnées sur dossier ou sur recommandation de leur commune, région, chambre des métiers. »

Quarante mille visiteurs s'étaient pressés l'an dernier à ce salon. « Nous sommes sur MIF Expo depuis sa création en 2012 et l'année où nous avons repris notre entreprise, explique Olivier Remoissonnet, directeur général de Bioseptyl. Nous sommes le dernier fabricant de brosses à dents français et nous voulions rencontrer directement nos consommateurs. Nous voulions leur parler de nos 170 ans de savoir-faire, de la qualité française de nos brosses, étudiées pour l'orthodontie ou la parodontie, et qui ne sont pas de simples produits marketing. Grâce au salon nous avons eu de nouvelles idées comme celle d'ouvrir notre site

de vente directe en ligne, de proposer des abonnements pour livrer nos brosses à dents chez les particuliers, de lancer le service de recyclage, ou encore de nous faire labelliser Origine France Garantie. » Grâce au made in France, l'entreprise basée à Beauvais (Oise) et qui emploie 28 personnes a ainsi évité la faillite, redoré son image, et boosté son activité. Les inscriptions des exposants sont ouvertes dès le début de chaque année via www.mifexpo.fr, mais une petite

dizaine de places de dernière minute sont encore disponibles jusqu'à quelques jours avant l'ouverture des portes. Le prix d'un stand est de 350 euros le mètre-carré tout équipé, et de 260 euros le mètre-carré « nu ». Des tarifs très avantageux sont accordés à certaines TPE ou start up innovantes, par exemple dans l'espace dédié à l'engineering, co-financé par des partenaires.

■ SOPHIE STADLER

EN SAVOIR PLUS

Y ALLER

• **Salon MIF Expo**, les 6, 7, 8 novembre au Parc des expositions de la porte de Versailles, Paris XV^e. Inscriptions pour les entreprises sur www.mifexpo.fr. Tarif visiteurs : 10 euros (remboursés dès le premier achat sur le salon) ou invitations distribuées dans les hôtels, gares, aéroports partenaires et sur inscription en ligne.

Bons PLANS

■ Concours mondial d'innovation

Les entreprises qui développent un produit, procédé ou service non disponible sur le marché et à fort contenu innovant peuvent participer à la phase d'amorçage du Concours mondial d'innovation ouverte par BPI France jusqu'au 2 décembre. Les projets retenus recevront jusqu'à 200 000 €.

www.bpifrance.fr

■ Baromètre de l'entrepreneuriat social

A quelques semaines du lancement de la Cop 21, la plateforme de réflexion Convergences invite les entreprises au lancement de la 4^e édition du baromètre de l'entrepreneuriat social. De l'emploi au logement, c'est l'occasion de découvrir les bonnes pratiques et les initiatives inspirantes du secteur. Mardi 24 novembre de 18 heures à 20 heures dans les locaux de KPMG à Paris La Défense (92). Inscriptions sur www.eventorite.fr

AGENDA

Salon de l'ESS à Niort

Pour la 2^e année, le Salon national de l'économie sociale et solidaire se tient à Niort (Deux-Sèvres) les 23 et 24 octobre. Pour faire le point sur les débouchés professionnels qu'offre le secteur ainsi que sur les dispositifs d'accompagnement pour les créateurs d'entreprises qui désirent entreprendre sous les statuts de l'ESS. Plus de 140 structures présenteront leurs réalisations.

<http://sa.bn-ess.fr/>

■ TÉMOIN

« Nous participons pour la troisième fois »



(DR.)

François DE LACVIVIER

Président de Lifebox à Puteaux (92).

Lifebox est un spécialiste de la sécurité domestique et notamment des incendies. L'entreprise fondée il y a dix ans et dont les deux usines (en sous-traitance) sont installées à Soisson (Aisne) et à Dieppe (Seine-Maritime), fait aujourd'hui travailler plus de 90 personnes. Elle fabrique désormais 100 % de ses produits — des détecteurs de fumée — en France. « Nous avons relocalisé notre production en 2013, explique François de Lacviver, son président. Jusqu'alors, comme 90 % des marques du sec-

teur, nous faisons fabriquer nos produits en Asie. Mais, au fil des années, nous avons remarqué que la qualité des séries n'était jamais égale. Or ces produits sont des matériels de sécurité et le moindre dysfonctionnement ou écart de qualité peut avoir des conséquences graves pour les consommateurs. » En effet, un détecteur de fumée défaillant peut faire courir un risque mortel au client, s'il n'est pas alerté d'un départ d'incendie dans son logement... « Pour nous, proposer la meilleure qualité c'est être capable de surveiller, maîtriser et contrôler notre production, ajoute le dirigeant. Ce qui est impossible quand on travaille avec des sous-traitants en Chine ou en Asie. Aujourd'hui nous avons mis en place un processus de contrôle très strict et chaque détecteur de fumée passe en bout de ligne dans un tunnel à fumée. » Les contrôles ne sont donc plus aléatoires mais systématiques, pour chaque produit qui sort des usines. « Cette stratégie de production fait aujourd'hui de nous le premier fabricant français, nos produits ont été classés n°1 dans le classement de l'UFC Que Choisir, et nous

sommes labellisés Origine France Garantie depuis 2014. Le salon MIF Expo nous permet de nous positionner clairement dans l'esprit des consommateurs comme la marque de détecteurs de fumée produits 100% en France. Cet événement auquel nous participons pour la troisième fois cette année nous permet d'entrer en contact direct avec nos consommateurs qui achètent d'ordinaire nos produits chez nos distributeurs. Ils nous donnent leurs idées, leurs avis, nous font leurs remarques et nous expliquent quelles sont leurs motivations pour acheter français. » Grâce à ce contact, Lifebox peut aussi mettre en avant ses services comme la hotline gratuite et sans limitation de durée. L'entreprise, qui a aussi eu l'idée de développer de nouveaux modèles de détecteurs de fumée plus colorés et personnalisables, profite enfin du salon pour vendre ses produits. « Nous avons réalisé environ 50 000 euros de ventes l'an dernier », explique le dirigeant. Intéressant, pour un stand de 15 mètres carrés qui lui coûte environ 18 000 euros, mètres carrés et ressources humaines compris.

Industries de la création, un atout pour le Grand Paris



Elles contribuent au rayonnement de l'Ile-de-France et au dynamisme de son économie, et bénéficient de nombreux dispositifs de soutien.

Haute couture et prêt-à-porter, design, arts de la table, artisanat d'art... la réputation de Paris dans le domaine des industries de la création n'est plus à faire. C'est même un de ses principaux attraits pour beaucoup de touristes, avec le patrimoine et la culture. « Ces industries représentent environ 10 % du PIB de l'Ile-de-France », souligne Nelly Rodi, fondatrice de l'agence de prospective éponyme, et vice-présidente de la Chambre de commerce et d'industrie de Paris Ile-de-France, en charge de la création, de la mode et du design. Ce rayonnement s'appuie sur un écosystème intégrant toutes les étapes du processus créatif, de l'amont à l'aval. Autrement dit, de la formation des talents de demain dans



A Pantin, « Petit H », un atelier d'Hermès, crée des objets d'art à partir des chutes de cuir et de tissus maison. (LP/Eric Bureau.)

les classes d'écoles renommées comme Boule, Duperré ou La Fabrique, jusqu'à la vente des produits de luxe dans les quartiers fétiches des fashionistas, comme l'avenue Montaigne, la rue du Faubourg-Saint-Honoré ou le Marais. Cette économie s'appuie évidemment sur les géants français du luxe, mais aussi sur la concentration de centaines de PME dans les métiers d'art, du luxe et du patrimoine. Pour conforter le dynamisme de la filière, de nombreux dis-

positifs ont été mis en place, par exemple le crédit d'impôt collection (pour les entreprises du secteur textile-habillement-cuir), le crédit d'impôt métiers d'art, les aides de BPI France, comme le Fonds pour les savoir-faire d'excellence, ou encore le label Entreprise du patrimoine vivant (EPV) donnant accès à des dispositifs d'appui multiples (incitations fiscales, aide au financement, à l'exportation, à la communication...). Ces dernières années aussi, plusieurs

pépinières d'entreprises dédiées à la filière ont vu le jour, comme Les Ateliers de Paris, Ici Montreuil et Paris Soleillet, créée à l'initiative de la CCI Paris Ile-de-France.

Des événements de renommée internationale

Selon une étude réalisée en 2012 par cette dernière, cette filière représente 150 000 emplois directs, hors commerce de détail, dans la région. « Mais si l'on y intègre les emplois indirects, le chiffre est beaucoup plus important », précise Nelly Rodi. Des emplois indirects générés, par exemple, par la multitude de manifestations en lien avec la mode ou le design. « Dans le domaine de la mode, la Paris Fashion Week, les salons Who's Next, Première Classe, Première Vision ou encore Traffic, dans le domaine du design la Design Week ou le salon Maison & Objets... Autant d'événements qui attirent les professionnels du monde entier », constate Nelly Rodi. Et dont certains, qui se déroulent hors de la capitale, préfigurent les nouvelles frontières du Grand Paris.

■ JEAN-MARC ENGELHARD

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

• Des informations sur les activités Création mode et design, sur le site : www.cci-paris-idf.fr (rubrique « Informations territoriales », sous-rubrique « Paris (75) »)

En BREF

■ Se préparer au marché des Etats-Unis

La Chambre de commerce et d'industrie Paris Ile-de-France organise le 28 janvier un forum : « Réussir aux Etats-Unis pour une entreprise française ». L'occasion de collecter des informations sur l'environnement des affaires et les modalités d'implantation à travers des témoignages de chefs d'entreprises. De 9 heures à 18 heures, Bourse de commerce, 2 rue de Viarmes Paris 1^{er}. Inscriptions sur www.entreprises.cci-paris-idf.fr

AGENDA

Salon business Sud francilien

Prospection, amélioration de la relation client, recherche de partenaires... Ce salon propose aux entrepreneurs de venir rencontrer leurs homologues du territoire. Trois conférences sont au programme : « Label RH, valoriser vos bonnes pratiques », « le savoir-être professionnel, vecteur de performance », ou « les projets de développement du Sud-Est francilien ». Mardi 3 novembre de 15 heures à 19 heures au Clarion Suites Sénart, Lieusaint (Seine-et-Marne). Inscriptions avant le 30 octobre auprès de Faustine Cescut : 07 60 91 24 03 contact@esf-asso.org

Journée nouvelle vie professionnelle

Organisée par le groupe AEF, cette journée s'adresse à toutes les personnes qui souhaitent changer de vie professionnelle. Elle les aidera à répondre à certaines questions : comment valider mon expérience ? où trouver les formations ? et si je créais mon entreprise ? Comment trouver les financements ? Jeudi 5 novembre de 9 heures à 18 heures, Paris Event Center, porte de la Villette (XIX^e). Inscription gratuite sur www.nouvelleviepro.fr

L'AVIS DE...



(Philippe Ricard.)

« Le monde de la mode va au-delà du périphérique »

Charlotte FRANÇOIS

Co-gérante de la teinturerie JBD Gabriel, Pantin (93).

◆ Pour quelles raisons avez-vous quitté le centre de Paris ?

Notre teinturerie, qui travaille presque exclusivement pour les maisons de haute-couture, était depuis toujours installée au cœur de Paris, au plus près de nos clients. Pour être aux normes, nos locaux devaient faire l'objet de travaux importants, que le propriétaire ne souhaitait pas effectuer. Nous avons donc dû partir en quête d'un nouveau site. En raison de la spécificité de notre activité, mais aussi du prix des loyers parisiens, nous avons choisi de nous installer au-delà du périphérique.

◆ Pourquoi avez-vous choisi de vous installer à Pantin ?

D'abord parce que nous y avons trouvé un local deux fois

plus grand que celui que nous occupions à Paris, ce qui nous permet de travailler dans de meilleures conditions. De plus, il est idéal pour notre activité, dans un quartier résidentiel, de plain-pied et offrant une grande luminosité, ce qui est essentiel lorsque l'on travaille dans le domaine de la couleur. Il est par ailleurs bien desservi par les transports en communs : nous ne sommes qu'à quelques minutes des stations Eglise de Pantin, sur la ligne 5, et Mairie des Lilas, sur la ligne 11.

◆ Avez-vous le sentiment de vous être éloigné de l'univers de la haute couture ?

La distance avec nos clients est évidemment plus grande, ce qui implique d'anticiper davantage les demandes les plus urgentes, pour tenir compte du délai de livraison par coursier plus long. Pour le reste, Pantin est une ville où les métiers d'art sont très présents. Et Hermès et Chanel ont, comme nous, franchi le périphérique pour s'installer ici. De grandes maisons qui sont aussi nos clients.

DONNEZ DE L'ÉLAN À VOTRE PARCOURS PROFESSIONNEL

Deux jours pour initier un projet de mobilité, anticiper des changements potentiels liés à l'évolution de votre environnement professionnel ou personnel.



Une prestation

bicp

CCI PARIS ILE-DE-FRANCE

Contactez-nous
au 01 55 65 64 24

MARKETING

Cinq bonnes raisons d'externaliser sa fonction marketing

Les PME pratiquent depuis longtemps l'externalisation, pour la comptabilité, le nettoyage ou la gestion informatique. Pourquoi pas pour le marketing ?

Le marketing est souvent considéré comme la cinquième roue du carrosse dans les PME, faute de budget et de compétences. Faire une croix sur cette source de croissance serait pourtant une erreur. Faire appel à une agence de marketing externalisé peut se révéler un bon compromis pour différentes raisons :

1. Étendre son expertise

Mener à bien des actions marketing demande une palette de plus en plus large de compétences et de technicité. Pour une petite structure, il est impossible de se doter en interne de spécialistes pour tous les besoins, tels que le développement web, le e-commerce, le graphisme, le media planning, le référencement... Les usages, les technologies et les outils évoluent tellement vite qu'il est difficile de tout maîtriser et de rester à la page. En externalisant, l'entreprise capitalise sur l'expérience que l'agence s'est forgée en travaillant pour d'autres clients. Et elle peut alors rester concentrée sur son cœur de métier. « Quand bien même une entreprise déciderait de recruter un directeur

marketing, celui-ci devrait de toute manière faire appel à des prestataires extérieurs pour l'épauler », remarque Valérie Higuero, fondatrice de l'agence de marketing externalisé MBD Consulting.

2. Faire du sur-mesure

Les prestataires interviennent sur une durée plus ou moins longue en fonction des besoins et des moyens de la PME. Un mode de collaboration à la carte qui offre souplesse et flexibilité aux petites structures confrontées aux aléas de l'offre et de la demande. Il est aussi plus facile d'arrêter une prestation de service que de mettre fin à un CDI.

3. Maîtriser ses coûts

Embaucher un directeur marketing à temps plein coûte cher, environ 70 000 euros annuels. Sans compter les frais générés par les campagnes. Faire appel à une équipe de prestataires pour des besoins ponctuels revient jusqu'à 50 % moins cher. Illustration avec le site Cartouche vide qui a choisi MBD Consulting pour faire connaître son activité. Un plan opérationnel a été mis en œuvre sur un an comprenant l'intervention d'un community manager, d'un



(Photononstop/Hero Images.)

traffic manager, d'un attaché de presse, d'un chargé du marketing digital et d'un responsable marketing. Coût : 50 000 euros, tous frais inclus. Au bout de neuf mois, le trafic du site Internet a été triplé et le taux de collecte de cartouches vides augmente régulièrement.

4. Gagner du temps

Les processus de recrutement traînent souvent en longueur car les erreurs de casting peuvent coûter cher. Faire appel à un prestataire dispense la PME de perdre un temps précieux, non seulement à chercher le candidat idéal pour prendre la tête de son service marketing mais aussi à le former. Dans

le cas d'une externalisation, l'équipe d'experts en marketing est immédiatement opérationnelle.

5. Avoir un regard extérieur

Travailler avec un prestataire externe, c'est aussi bénéficier d'un regard neuf sur l'activité de l'entreprise. S'ouvrir à de nouvelles idées permet de se remettre en question, d'identifier certains dysfonctionnements et, pourquoi pas, de redéfinir sa stratégie. L'agence de marketing externalisée fait aussi profiter ses clients de méthodes innovantes qui peuvent être réutilisées en interne.

■ SOLENNE DUROX

Les erreurs à éviter

• **Confier son marketing mix à une agence de communication.** La communication n'est qu'un des outils utilisés en marketing.

• **Considérer l'externalisation comme une simple sous-traitance.** Il s'agit plutôt d'une collaboration, le prestataire travaillant en lien étroit avec les salariés et sous le contrôle du chef d'entreprise grâce à un reporting régulier.

FINANCES

Comment déclarer ses créances en ligne

Depuis le 1^{er} octobre, les entreprises confrontées au défaut de paiement d'un client en redressement ou liquidation judiciaire peuvent se manifester par Internet.

Il y a plus de quatre ans, la loi du 28 mars 2011 de modernisation des professions judiciaires ou juridiques et de certaines professions réglementées confiait au Conseil national des administrateurs judiciaires et des mandataires judiciaires la mise en place d'un portail offrant des services de communication électronique sécurisée. Prévue initialement pour début 2014, son ouverture a été différée faute de décret d'application. Ce dernier est finalement intervenu le 1^{er} octobre, date du lancement

officiel du site Creditors Services. Jusqu'alors, lorsqu'il apprenait qu'un de ses clients était placé en redressement ou en liquidation judiciaire, un créancier devait déclarer ses créances auprès d'un mandataire ou d'un liquidateur par courrier, de préférence par lettre recommandée.

« Le processus était assez lourd. Le nouveau portail va accélérer le temps judiciaire, c'est une très bonne chose », se félicite Maître Xavier Huertas, président du Conseil national des administrateurs judiciaires.

Cette plateforme innovante fait appel aux dernières technologies en matière de sécurisation des flux et d'authentification forte afin de garantir l'intégrité du processus de déclaration des créances de manière dématérialisée. Les documents conservés par la plate-forme sont protégés individuellement par des fonctions de chiffrement cryptographique dans le but d'en garantir la confidentialité.

Confidentialité garantie

Pour déclarer ses créances, rien de plus simple : il suffit de s'inscrire gratuitement sur le site web. On peut alors créer un compte soit à titre personnel, soit en tant que personne morale. Les documents échangés sont signés électroniquement.

Outre la déclaration de créances, un certain nombre d'autres actes pourront également être réalisés par le biais du portail, tels que les revendications et demandes de restitution ou la mise en demeure de l'administrateur ou du liquidateur d'avoir à prendre parti sur la poursuite d'un contrat en cours. Ce qui devait être habituellement transmis en courrier recommandé avec accusé de réception le sera, via ce portail, par lettre recommandée électronique. « Une première dans le cadre d'actes de procédure », souligne Maître Huertas. Son coût a été fixé à 3,94 € hors taxes maximum pour une lettre n'excédant pas 30 mégaoctets.

■ S. D.

2

mois

C'est le délai dont dispose un créancier pour effectuer sa déclaration et ce, à compter de la publication au Bulletin officiel des annonces civiles et commerciales du jugement d'ouverture de la procédure collective.

EN SAVOIR PLUS

A CONSULTER

La plate-forme sécurisée Creditors Services sur www.creditors-services.com

SANTÉ



(MAXPPP/Altopress/Sigrïd Olsson.)

La grille de diagnostic balaye tout le fonctionnement de l'entreprise jusqu'à l'inspection des installations électriques.

Réaliser l'autodiagnostic de ses pratiques de prévention

Pour s'assurer qu'ils respectent leurs obligations en matière de santé et de sécurité de leur personnel, les dirigeants peuvent réaliser eux-mêmes un diagnostic des pratiques de leur entreprise.

Depuis 2001, chaque entreprise a l'obligation de réaliser et de mettre à jour un document unique (DU) des risques. Une obligation loin d'être entrée dans les mœurs, en particulier dans les petites structures. Selon une étude réalisée par Viaivoice pour l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des maladies professionnelles et des accidents du travail (INRS), seulement 46 % des entreprises de moins de 10 salariés satisfaisaient à cette obligation fin 2014. « Les très petites entreprises (TPE) ne disposent pas de compétences dédiées à la prévention des risques professionnels », constate Patrick Laine, responsable de la mission TPE / PME à l'INRS. « Certains dirigeants ne connaissent pas toutes les obligations liées à la santé et à la sécurité, ni les avantages qu'ils peuvent retirer

ceux qui ne l'ont pas encore fait, de réaliser un diagnostic des pratiques de leur entreprise.

L'INRS a ainsi conçu Digest, un outil destiné aux entreprises de moins de 50 salariés. « C'est une grille d'évaluation ne nécessitant aucune compétence particulière, permettant d'évaluer la maturité de l'entreprise en matière de gestion de la santé et de la sécurité et d'identifier les points de progression », explique Patrick Laine.

Application en ligne interactive

Cette grille balaye tous les aspects du fonctionnement de l'entreprise, depuis l'organisation du travail jusqu'à l'entretien des ateliers et des installations électriques. « Ce diagnostic réalisé, les chefs d'entreprise peuvent ensuite solliciter leur Caisse d'assurance retraite et de la santé au travail (CARSAT) ou leur

service de santé », précise Patrick Laine. Avec l'Agence européenne pour la sécurité au travail, et en lien avec les organisations professionnelles, l'organisme public a également conçu OiRA (Online interactive risk assessment), une application en ligne permettant de réaliser de façon interactive l'évaluation des risques professionnels dans des secteurs d'activité spécifiques. « Il est aujourd'hui décliné pour le transport routier, la restauration et la réparation automobile », précise Patrick Laine. De

■ JEAN-MARC ENGELHARD

EN SAVOIR PLUS

À CONSULTER

- Le site de l'Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des maladies professionnelles et des accidents du travail (INRS) sur lequel télécharger la grille d'autodiagnostic Digest : www.inrs.fr (rubrique Publications et outils)
- La plateforme européenne OiRA (Online interactive risk assessment) : www.oira-project.eu/
- Présentation de l'outil d'autoévaluation en matière de prévention santé et sécurité de Malakoff Mederic : www.situationssantesecurite.com

ALIRE

- « Les clés de la santé et de la sécurité au travail », Gaëtan Gibeault, Xavier Bernard et Olivier Gauthier, Afnor, 2014. 316 pages, 33 €.

46% des entreprises de moins de dix salariés avaient rédigé le document unique obligatoire, fin 2014.

d'actions de prévention dans ce domaine, notamment en matière d'absentéisme », remarque de son côté Anne-Sophie Godon, directrice Innovation au sein de l'organisme de protection sociale complémentaire Malakoff Mederic. Pour autant, l'obligation de veiller à la sécurité et à la protection de la santé des salariés pèse sur chaque employeur. D'où la nécessité, pour

son côté, Malakoff Mederic a développé pour ses clients le site d'autodiagnostic Situation Santé Sécurité. En une vingtaine de minutes, il permet à un chef d'entreprise de vérifier qu'il respecte ses obligations légales et de disposer de conseils pratiques. « Au-delà du diagnostic, le site permet de bénéficier de conseils d'expert, de télécharger des documents comme un modèle de règlement intérieur ou des affiches sur la santé au travail », souligne Anne-Sophie Godon. Pour compléter ce dispositif, Malakoff Mederic propose aussi un accompagnement à l'édition du fameux « DU ». Pour encourager ses clients à formaliser ce document, elle a aussi organisé une vingtaine d'ateliers sur le sujet l'an dernier.

FORMALITÉS

Le contrat d'apprentissage

Les démarches administratives en cas d'embauche d'un apprenti sont assez longues. Rappel des points essentiels.

Embaucher un apprenti, le parcours du combattant ? Dans de nombreux secteurs — l'hôtellerie restauration, l'industrie ou encore le commerce —, les patrons sont amenés à recruter et à former bon nombre d'apprentis. Si les employeurs ont la possibilité de piocher dans les candidatures spontanées ou de faire appel à Pôle emploi pour recruter la perle, la finalisation de l'embauche repose ensuite sur leurs épaules. « Or, explique Sandrine Rozès, expert-comptable chez BGH Experts et conseils, cabinet membre du groupement France Défi, les démarches administratives concernant les apprentis sont assez longues à réaliser. » Mieux vaut s'armer de patience.

Première étape, obtenir un formulaire Cerfa de contrat d'apprentissage en trois exemplaires, en ligne ou auprès de sa Chambre de métiers, et le compléter. Ce document précise notamment la formation suivie par le jeune, la durée de son contrat, sa rémunération...

Pas de temps partiel

A l'employeur d'éviter les chausse-trappes en le remplissant. « Les principales erreurs portent sur la détermination du montant du salaire. Celui-ci est calculé selon un pourcentage du Smic ou du minimum conventionnel et varie selon le nombre d'années d'études de l'apprenti », précise Sandrine Rozès, chez BGH. Ainsi, par exemple, un jeune en première année d'exécution de son contrat, âgé de 15 à 17 ans doit percevoir au moins 25 % du Smic en vigueur au 1^{er} janvier de l'année.

Sur le temps de travail, l'apprenti est soumis au même rythme que les autres salariés de l'entreprise, soit la durée légale de 35 heures par semaine. Il est exclu de l'employer à temps partiel. « Pour les mineurs, certaines dispositions particulières s'ajoutent à ces règles générales, rappelle Sandrine Rozès, comme l'obligation d'accorder deux jours de repos consécutifs par semaine et l'interdiction de tout travail de nuit par exemple. »

Autre point important du contrat : le maître d'apprentissage. « Ce dernier ne doit pas suivre plus de deux apprentis à la fois, avertit Sandrine Rozès, et son profil est soumis à conditions. » Il doit avoir fait la

preuve de sa compétence professionnelle, soit en possédant un diplôme ou d'un titre relevant du domaine professionnel correspondant à celui de « son » apprenti, soit parce qu'il exerce depuis trois ans, au moins, dans le domaine visé par l'apprenti. « Attention, note enfin Sandrine Rozès chez BGH, le contrat doit prendre fin après la date d'examen du jeune apprenti. »

Une fois le contrat rédigé, il doit être signé par le salarié (ou son représentant légal si l'apprenti est mineur), par l'employeur et par l'école où l'apprenti suit sa formation. L'entreprise transmet alors le document à la Chambre de commerce et d'industrie, à la Chambre de métiers ou à la Chambre d'agriculture, selon son secteur d'activité, et au plus tard dans les cinq jours suivant le début du contrat. En France les CCI enregistrent environ la moitié des contrats d'apprentissage et proposent même de le faire en ligne.

Une fois l'embauche effectuée, l'employeur doit savoir qu'avec la loi Rebsamen, parue au Journal officiel (JO) le 18 août dernier, la période d'essai de l'apprenti a été portée de deux mois à 45 jours, consécutifs ou non, passés dans l'entreprise.

Pendant ces 45 jours, l'apprenti peut mettre fin au contrat sans préavis et sans avoir à fournir de motivation, tout comme son employeur. Après la fin de sa période d'essai, les deux peuvent également mettre fin au contrat d'un commun accord. En revanche, en cas de faute grave ou de manquements répétés aux obligations, ou bien d'incapacité de l'apprenti à exercer le métier choisi, c'est le conseil de prud'homme qui tranchera.

■ ANNE-CLAIRE ORDAS



EN SAVOIR PLUS

À CONSULTER

- Le portail officiel de l'apprentissage : www.alternance.emploi.gouv.fr
- Le site de la CCI de France, établissement fédérateur des CCI (rubrique Formations, puis apprentissage puis Le contrat d'apprentissage) : www.cci.fr

À TÉLÉCHARGER

- Le formulaire Cerfa de contrat d'apprentissage : www.service-public-pro.fr

VOS DROITS

Posez vos questions pas mail à :
mlaghouati@leparisien.fr

◆ **Je ne comprends pas car j'ai souscrit un contrat d'assurance habitation chez un agent général d'une compagnie d'assurance connue, et celui-ci refuse ma rétractation qui intervient pourtant trois jours après la signature du contrat. Est-ce légal ?**

Compte tenu des circonstances de votre souscription, vous commettez une erreur due à une confusion. En effet, toutes les souscriptions ne permettent pas au consommateur de disposer d'un droit de renonciation à la suite d'une réflexion personnelle. La signature du contrat d'assurance et le paiement de la prime ayant été réalisés dans les bureaux de l'assureur, vous ne pouvez pas bénéficier d'un quelconque droit à un délai de rétractation. Pour ce faire, il aurait fallu que la souscription soit intervenue à l'extérieur, c'est-à-dire à votre domicile ou sur votre lieu de travail par exemple, à la suite d'un démarchage de sa part ou d'une demande de la votre. Dans ces cas, vous auriez disposé de 14 jours pour faire marche arrière sans justification ni pénalité, à condition de le faire par lettre recommandée avec accusé de réception.

◆ **Qu'en est-il en matière de dépôt de garantie pour les locations en meublé ? Par le passé, le montant que je demandais était libre, et on me dit aujourd'hui qu'il est limité à un mois de location.**

Effectivement, auparavant le montant du dépôt de garantie était libre, même s'il coïncidait généralement dans la pratique avec celui demandé pour une location nue. Il pouvait donc être supérieur à deux mois hors charges selon les termes du contrat de bail et se justifier par la qualité du mobilier mis à disposition du locataire par exemple. La durée d'un mois dont vous faites état concerne le nouveau régime, applicable aux locations vides dès lors que le paiement du loyer est mensuel. Aucun dépôt de garantie ne peut être réclamé si le loyer est payable d'avance pour une période supérieure à deux mois. Pour les locations en meublé, le dépôt de garantie depuis le 27 mars 2014 n'est plus libre, mais il peut représenter l'équivalent de deux mois de loyer hors charges (sauf en cas de loyers payés d'avance). Il est en effet tenu compte que le logement en meublé est garni de meubles.

■ YVES THOMAS

RÉMUNÉRATION

Pourquoi choisir le portage salarial ?

60 % des cadres déclarent aujourd'hui connaître le portage salarial, contre 47 % en 2013. Le principe présente l'avantage de permettre de travailler en indépendant tout en gardant un statut de salarié...



(Alberto Ruggieri.)

50 000
portés

en France en 2014
(estimation du PEPS).

Depuis le 2 avril 2015, une ordonnance complète et détaillée sécurise enfin le portage salarial. « C'est un vrai encadrement juridique pour des indépendants qui souhaitent à la fois la liberté de l'entrepreneur et une certaine sécurité, explique Patrick Levy-Waitz, président du groupe ITG, l'un des leaders sur le marché avec 3 500 « portés ». On est au cœur des contradictions du pays car les Français sont ceux qui ont le plus envie d'entreprendre mais en même temps la plus grande aversion au risque. Or le portage permet de résoudre ce paradoxe. »

Lætitia Vovelle décrit volontiers ce statut qu'elle a adopté sans regret. « Je suis consultante en ressources humaines mais je ne travaille que pour un seul client. Je touche environ 50 %

si je pourrais toucher le chômage si mon activité devait s'arrêter demain. » « Aujourd'hui, le portage salarial n'est pas encore assez connu, déplore Frédéric Biard, président de Groupe JAM qui compte aujourd'hui 2 500 portés. Aujourd'hui il y a 450 000 portés en Grande-Bretagne, soit près de dix fois plus qu'en France ! »

Ce prestataire rappelle que les secteurs concernés sont pourtant nombreux. « On utilise au maximum le périmètre que la loi nous autorise, sauf les métiers de la personne et les professions réglementées. Il est même possible de commencer avec une mission modeste. Le prix de la prestation fournie est ramené à un nombre d'heures de travail qui génère une vraie fiche de paie. »

Chaque porté est surtout libre de s'interroger sur ses besoins. « Je suis actuellement chez Venturis qui propose l'option d'un paiement régulier en fin de mois, même si une facture n'a pas encore été encaissée, témoigne Lætitia Vovelle. Si on n'est pas sûr d'avoir suffisamment d'avance de trésorerie, c'est intéressant. » Mais cette consultante ajoute qu'il est possible de faire appel à plusieurs prestataires « Je connais des consultants qui passent par une autre société de portage mettant des bureaux à disposition par exemple. Avant de se lancer, il faut savoir ce que l'on attend de sa société de portage. »

« C'est un moyen idéal de tester une activité sans une lourde structure administrative et juridique, et de tra-

vailer avec des entreprises qui sont plus frileuses pour embaucher, résume Frédéric Biard. Le consultant va signer un vrai contrat de travail avec la société de portage salarial qui, de son côté, va contractualiser avec le client. Le statut donne aussi accès à la formation que l'on essaie d'encourager. C'est une autre façon de mettre les portés en réseau et de casser la solitude du consultant. »

L'idée fait son chemin. « On a observé une croissance de 10 % du nombre de portés chez nous l'an dernier et de 16 % cette année, ajoute Patrick Levy-Waitz. En 2013, 47 % des cadres seulement connaissent le portage. Ils étaient 53 % l'an dernier et 60 % cette année. »

■ CÉLINE CHAUDEAU

Plus besoin de trouver un comptable, ni de courir après les factures impayées

du chiffre d'affaires facturé, via la société de portage, à mon client. Je ne voulais pas créer de société et c'est reposant de ne pas devoir trouver un comptable ni courir après des factures impayées. Tout cela est compris dans mes frais de gestion. Par ailleurs, je paye des charges sociales, comme salariée, qui me garantissent une sécurité. Un de mes critères était de savoir

EN SAVOIR PLUS

À CONSULTER

- **Le syndicat des Professionnels de l'emploi en portage salarial :** www.peps-syndicat.fr
- **Le syndicat des sociétés de portage salarial :** www.uneps.org
- **Le site de la Fédération européenne du portage salarial :** www.feps-asso.org

À LIRE

- « **Le portage salarial** », de Benjamin Kantorowicz, éditions LexisNexis, 2013, 180 pages. 20 €.

TÉMOINS

« Une bonne solution pour les seniors »



(Intense Photos/Vincent Mahieux.)

Christian TORZ

Manager de transition, Paris.

« J'ai commencé à 45 ans et je pense que je terminerai ma carrière en portage salarial. » A 52 ans, Christian Torz a déjà mené plusieurs vies professionnelles. « J'ai été salarié dans une banque et dans une société du CAC 40, mais j'ai aussi connu un licenciement. Suite à cela, j'ai monté ma société de conseil sous un statut

de SARL puis de SA. On m'a reproché un poste de salarié, mais finalement, j'ai préféré rester indépendant. » Il opte alors pour le portage salarial. « Je ne voulais pas m'occuper de mon business en même temps que de ma propre gestion. Or, j'avais découvert le principe du portage salarial en Angleterre et il devenait de plus en plus intéressant en France. » Il décrit des motivations autant administratives que personnelles. « Alors qu'un indépendant doit basculer vers le RSI, je reste affilié au régime général pour ma protection sociale. Avec le portage, je reste salarié et je cotise à Pôle emploi. Le portage salarial sera le CDD ou le CDI de demain, surtout pour la tranche des seniors dont je fais partie. »

Au passage, Christian Torz s'étonne que cette alternative ait parfois mauvaise presse. « On critique souvent les frais de gestion des sociétés de portage. Or, pour moi, ils couvrent surtout l'économie d'un expert comptable et de beaucoup de formalités. » Malgré tout, ce consultant reconnaît qu'il faut faire le tri entre les prestataires. « Chacune propose un type d'accompagnement différent. » Cet entrepreneur a d'ailleurs choisi deux sociétés selon ses activités. « Pour des missions longues liées à des restructurations, je passe par une société qui ne me prend que 1 % de commission. Mais pour des missions plus ponctuelles de formation et de coaching, j'ai un autre prestataire qui me prend 5 %. Il faut savoir comparer les avantages. »

« Je peux me concentrer sur mon activité »



(DR.)

Patrice BONHOMME

Consultant et formateur, Bordeaux (Gironde).

Il était une fois un expert dans la vente de produits pour bébés désireux de se mettre à son compte. « J'ai commencé à me spécialiser dans le sourcing, c'est-à-dire la recherche de partenaires de fabrication à l'étranger », se souvient Patrice Bonhomme. Quand, en 2009,

il décroche son premier gros contrat dans la grande distribution, ce consultant doit vite trouver un mode de facturation. « Je ne voulais pas monter une structure à part entière car cela me semblait trop lourd. » Parmi les avantages du portage, il apprécie de conserver un statut de salarié et de continuer à cotiser à l'assurance chômage. « Entre deux missions, on peut donc parfois toucher des allocations dont sont privés les travailleurs indépendants. » Mais surtout, il est heureux d'être dispensé de la paperasse. « Etre "porté" porte bien son nom, sourit-il. La comptabilité est prise en charge chez eux et on peut déduire certains frais de mission. Pour ma première mission à l'international, c'était ap-

préciable. » Mais Patrice Bonhomme se souvient aussi avoir eu du mal à choisir sa structure. « Pour affiner son choix, il faut regarder la spécialisation de chaque prestataire. Il est important de se rendre sur place ou d'avoir un responsable en ligne. En effet, c'est lui qui sera l'interlocuteur de vos futurs clients, donc il est important de s'assurer de son relationnel et de sa crédibilité. » Pour sa part, le consultant a choisi Ventoris. « Quand on propose aussi des formations, c'est intéressant, car cette société offre la possibilité d'utiliser son numéro d'agrément par exemple. Au final, tous ces avantages m'ont permis de me concentrer davantage sur mon activité... »

L'AVIS DE...



(Luc Lamotte.)

« Le portage est un excellent tremplin »

Guillaume CAIROU

fondateur de Didaxis et président de la Fédération européenne du portage salarial (FEPS).

◆ Comment résumeriez-vous le portage salarial ?

J'aimerais juste expliquer aux 5,5 millions de Français qui recherchent une activité à temps plein ou partiel que le portage salarial peut-être un moyen simple pour eux de travailler en indépendants tout en restant salariés. L'Europe compte déjà 7 millions de portés mais c'est un statut qui gagne à être davantage connu en France. En Grande-Bretagne, 48 % des nouveaux emplois sont créés par des indépendants. Chez nous, on est encore en dessous de 10 %. Or le portage salarial est un excellent tremplin.

◆ Qui est concerné ?

Depuis la réforme récente du statut, à peu près tout le monde, des jeunes diplômés aux seniors en passant par des mères de famille qui veulent reprendre une activité. On peut y trouver une activité d'appoint comme un moyen de tester et de pérenniser une idée d'entreprise. Et on a le choix : le portage couvre aujourd'hui plus de 750 métiers comme les métiers du conseil et de la formation, de l'ingénierie, mais aussi toutes les activités

tournées vers les services comme la santé, le social, le sport ou la traduction.

◆ Comment ce statut évolue-t-il ?

Même si elle n'a pas encore été suivie d'un décret d'application, l'ordonnance du 2 avril 2015 est déjà appliquée par les principaux prestataires et encadre encore mieux ce statut. On retrouve dans le portage salarial tous les avantages du salariat sans les inconvénients de l'indépendance. Les portés relèvent ainsi de la solide protection du régime général, et non du RSI. À partir de 2016, les prestataires devront aussi prévoir une mutuelle complémentaire et une retraite complémentaires. Tous ceux qui afficheront une rémunération supérieure à 2 380 € brut par mois seront rattachés au régime des cadres. Enfin, les portés reçoivent de vraies fiches de paie avec mention de leurs cotisations à l'assurance chômage, ce qui leur permet de prétendre à une couverture qui manque trop souvent aux indépendants. Alors que l'emploi traditionnel n'est plus adapté à la réalité économique, le portage permet de réinventer sa façon de travailler.

Cumuler portage et statut d'auto-entrepreneur

« Chaque année à l'automne, on voit arriver les auto-entrepreneurs qui ne veulent pas dépasser les seuils autorisés par la loi », observe Jean-Marc Fontaine, directeur général de Portage Group. Concrètement en effet, un consultant auto-entrepreneur ne peut facturer plus de 32 900 € par an. « Certains passent alors par le portage salarial pour éditor leurs dernières factures. » Rien d'illégal là-dedans. « Beaucoup optent pour un statut d'auto-entrepreneur car les charges paraissent moins lourdes et la somme touchée plus élevée, observe ce prestataire. C'est vrai, mais je ne recommanderais pas de se reposer uniquement sur ce statut sur le long terme, car on ne cotise pas pour le chômage. » Malgré tout, les deux approches restent compatibles. « On peut opter pour le portage salarial pour garder un statut de salarié et rester affilié au régime général et garder son statut d'auto-entrepreneur pour des missions plus modestes. On en revient d'ailleurs au principe de départ de ce statut : apporter un complément de salaire. »

	Statut juridique	Mise en place	Facturation	Plafond	Paiement	Comptabilité	Charges	Allocations chômage	Accompagnement
Portage salarial	Salarié d'une entreprise, dépendant du régime général de l'assurance maladie	Facile mais nécessite une étude de marché des prestataires	Éditée au nom de la société de portage	Pas de limite de montant	Salaires en fin de mois ou après paiement du client. Recouvrement des impayés	Comprise dans les frais de gestion et prise en charge par la société de portage	Paiement de charges sociales et de frais de gestion, soit autour de 50 % de la somme facturée	Possible cumul et, grâce à ses cotisations, le porté peut ouvrir ou prolonger ses droits	Variable selon les sociétés de portage (réseau conseils, mise à disposition de bureaux...)
Auto-entrepreneur	Entrepreneur individuel, rattaché au régime social des indépendants. Responsabilité professionnelle et impact possible sur son patrimoine personnel	Rapide sur un portail unique dédié	Facturation individuelle	32 900 € ou 82 200 € à ne pas dépasser selon les secteurs	Au paiement du client	À réaliser par l'auto-entrepreneur qui doit dédier un compte bancaire indépendant à l'exercice de ses transactions	Régime déclaratif du micro-social simplifié et taux forfaitaire réduit entre 13,3 % et 22,9 %	Lorsque le demandeur d'emploi perçoit des allocations, le cumul avec le statut d'auto-entrepreneur est possible sous condition	Aucun

studio.v2

STRATÉGIE

En
BREF■ **Handi2Day**

Du 26 au 30 octobre, en ouverture de la semaine pour l'emploi des personnes handicapées (SEPH), le salon du recrutement digital Handi2day devrait générer 4 500 entretiens d'embauche. Cette semaine-là, tous les candidats en situation de handicap pourront consulter plus de 16 000 offres d'emplois publiées par 80 entreprises. Quel que soit leur niveau d'études ou d'expérience, et leur région, ils peuvent d'ores et déjà postuler et décrocher des entretiens qui se dérouleront par téléphone ou par chat du 27 au 30 octobre. Inscriptions sur www.handi2day.fr

■ **Journée des parents au bureau**

Le 5 novembre, ce sera la journée mondiale des parents au bureau. Organisée par le réseau LinkedIn, elle permet aux professionnels du monde entier d'inviter leurs parents sur leur lieu de travail afin de leur faire découvrir leur métier de l'intérieur. Pour savoir comment prendre part à l'événement, rendez-vous sur

<https://bringinyouparents.linkedin.com/>

■ **Charte de l'égalité dans les cabinets d'experts-comptables**

Les cabinets d'experts-comptables s'engagent en faveur de l'égalité hommes-femmes. Plus de 50 d'entre eux ont déjà signé la charte proposée par l'Association des femmes diplômées d'expertise comptable administrateurs et le Conseil supérieur de l'ordre. Parmi les actions mises en place : organisation du travail (flexibilité des horaires, télétravail), valorisation des talents (coaching, mentoring), mise en place d'un suivi individualisé pour gérer les absences...

■ **Un « Lab RH »**

Il a été lancé en juin. Le Lab RH, association pour le soutien et la promotion des solutions innovantes dans le domaine des ressources humaines, regroupe aujourd'hui 80 start up. Leur objectif : « lutter contre le chômage, favoriser la croissance des entreprises et le bonheur au travail ». Les dirigeants qui souhaitent rejoindre ce club acceptent de donner plusieurs jours dans l'année à des projets. Le Lab RH est organisé en pôles : recherche et développement, insertion professionnelle, événementiel et communication, entreprise libérée... Plus d'informations sur www.lab-rh.com



(LP/Nicolas Fertin.)

Le transport et la logistique recrutent à tous les niveaux

Si le secteur se porte bien, les métiers du transport et de la logistique souffrent manifestement d'un déficit d'image et d'une profonde méconnaissance des profils demandés, de plus en plus complexes.

Les candidats du jour constatent comme un embouteillage à l'entrée du Pavillon C. Ironie de l'histoire : l'allée est dédiée aux métiers du transport. « On fait un premier routage en fonction de ce que les gens recherchent, sourit Laurent, agent de sécurité à la RATP venu soutenir ses collègues recruteurs au récent salon Paris pour l'emploi. Je ne pensais pas voir autant de monde, mais tant mieux ! On a vraiment besoin de candidats... » Pendant que ces derniers patientent, il témoigne de

la variété des profils recherchés. « Rien que dans le domaine de la sécurité, il nous faudra 160 agents sur deux ans. Mais on a aussi des besoins en maintenance des voies, en conducteurs et en encadrement. Il y a une grosse vague de départs en retraite à combler avant 2017. »

« C'est un secteur qui se porte bien, confirme Julien Ridé, directeur au cabinet Page Personnel. Ne serait-ce que sur la partie transport, tous les candidats ont dû voir les annonces de la RATP ou de la SNCF pour des postes de chauffeur. Il y a un besoin de renouvellement important. Avec une population vieillissante et approchant de la

retraite, il faut une relève. » Malgré tout, les recrutements ne sont pas réservés aux grands groupes. « La taille des entreprises est variée car toutes ont à cœur d'optimiser la logistique et transport, que ce soient les grandes structures qui sont déjà pourvues d'un département logistique ou les PME qui sont encore en développement. Elles recherchent les profils les plus polyvalents dans une optique d'optimisation des coûts et de la performance. »

« Même si nous sommes connus dans le milieu aéroportuaire, notre métier est parfois un peu compliqué à expliquer, reconnaît Lena Fawaz, chargée de communication chez Worldwide Flight Services. On cherche des agents de piste, de transit, et des bagagistes, mais nous avons aussi des postes en recherche-développement. » Leader mondial pour le traitement du fret et l'assistance au sol des passagers, WFS emploie ainsi 10 000 collaborateurs sur 120 implantations dans le monde.

« Les métiers se sont complexifiés, observe Julien Ridé. L'idée est d'optimiser la chaîne avec la mise en place des nouveaux outils informatiques et sur la partie davantage transports, de s'appuyer sur des gestionnaires qui vont assurer tout le suivi et l'optimisation des schémas, notamment dans une lo-

gique éco-responsable. » Parmi les métiers en demande, il cite ainsi des profils de supply chain managers, des ingénieurs logistiques ou des acheteurs transports. « Les vrais sujets de demain sur ces marchés sont liés à la révolution des systèmes d'information, la professionnalisation des formations, et le développement des entreprises qui s'adaptent à de nouvelles attentes comme la logistique verte par exemple. » Une vraie mutation est en marche : entre 2010 et 2020, les experts évaluent à 30 % le renouvellement des emplois dans la profession...

■ CÉLINE CHAUDEAU

EN SAVOIR PLUS

A LIRE

• « **Supply chain management : achat, production logistique, transport, vente** », de Rémy Le Moigne, éditions Dunod, 2013, 304 pages. 33 €.

A CONSULTER

• **Le rapport national de l'Observatoire prospectif des métiers et des qualifications dans les transports et la logistique :**

www.optl.fr

• **Les guides 2014 des filières Transport Logistique Tourisme ; avant et après Bac :**

www.aft-iftin.com

• **Le site du Conseil national des transports (CNT) :** www.cnt.fr

• **Les offres d'emploi dans le transport et la logistique :** www.jobtransport.com

RATP et SNCF
recherchent des candidats pour anticiper le remplacement des prochains départs en retraite

646 384

salariés

dans le secteur.
(source OPTL, 2017)

Formations adaptées à des besoins pointus

Si l'activité repose toujours en grande partie sur les chauffeurs, d'autres métiers génèrent de l'emploi et de la croissance.

Comment optimiser la circulation des trains en cas de travaux sur le réseau dans certaines gares ? Ou, question subsidiaire, quels travaux acoustiques mener autour d'une gare ? Voilà deux problématiques, parmi quelques autres, posées lors d'un des récents recrutements de la SNCF. « Plus innovant, nous organisons depuis deux ans un "serious game" pour attirer des candidatures de grande qualité, mais surtout renforcer notre attractivité vis-à-vis des jeunes diplômés », explique Françoise Tragin, la directrice du recrutement de la SNCF. 8 000 étudiants ont ainsi participé au dernier « Défi ingénieurs » de l'entreprise. Sur les 350 candidats ayant réussi l'ensemble des défis, quinze heureux élus ont été invités découvrir les activités des sociétés du groupe à l'international : en Norvège et en Suède pour Keolis, en Chine pour Arep, ou encore à Dubaï pour Systra.

« Il y a quinze ans, on trouvait surtout dans le transport des formations de chauffeurs ou de caristes, observe Alain Péroni, directeur du site Jobtransport. Avec le développement et la complexité de la logistique, les compétences demandées sont de plus en plus larges et de plus en plus pointues. Depuis 20 ans j'ai vu émerger de nouvelles formations comme des "executive masters en supply chain" à l'ESSEC, HEC ou à l'ESCP. Ces besoins traduisent les besoins en expert pour optimiser les

flux ou gérer des flux mondiaux. » « Clairement, c'est un secteur en pleine mutation et qui couvre tous les niveaux de qualification, abonde Jérôme Bour, président de DDS Logistics, un éditeur de logiciels spécialisé en transport logistique et commerce International. Après avoir connu des années difficiles, le transport routier renoue avec la croissance grâce à l'e-commerce. On a l'habitude de commander sur Amazon et d'être livré le lendemain. Or ce mode de consommation du transport nécessite un accompagnement logistique. »

Cercle vertueux

Parmi les profils recherchés : des ingénieurs mais aussi des profils d'exécutants avec un minimum de bagage informatique. « Il y a une demande très forte au niveau des technologies de l'information appliquées au domaine des transports. On recherche des profils d'ingénieurs mais aussi des niveaux bac+2 qui sortent de DUT gestion logistique et transport. Pour quelqu'un qui vient du transport et qui a la curiosité de s'investir dans l'outil informatique, il y a beaucoup d'opportunités. » Des besoins et une évolution qui alimenteraient même un cercle vertueux. « Aujourd'hui, c'est la logistique qui porte le secteur, assure Alain Péroni. Et avec le développement de l'e-commerce, on constate même qu'une bonne logistique génère des postes de chauffeur de base. »

■ TÉMOINS

« Dans la logistique, toutes les évolutions sont possibles »



(DR.)
Audrey PRÉVOT
Assistante RH chez FedEx.

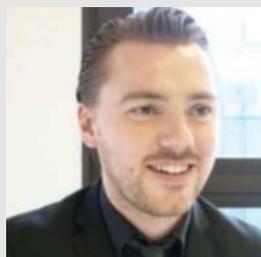
C'est une question qu'on lui pose peu, mais à laquelle elle répond volontiers. « J'aime expliquer aux candidats que mon parcours est représentatif de ce que l'on peut faire dans les transports et chez FedEx », explique Audrey Prévot. Chargée de ressources humaines chez FedEx France, la jeune femme n'a intégré la firme interna-

tionale qu'en 2011. « Je venais de l'hôtellerie. J'ai été recrutée pour travailler dans le service client, je me suis occupée de grands comptes et maintenant, je travaille aux ressources humaines. » Sa bonne fée, s'il en est une, tiendrait selon elle de la philosophie très anglo-saxonne de cette firme américaine. « Pas la peine d'avoir forcément de grands diplômes. Si on veut se former et évoluer, on peut. Moi-même, je n'ai pas le bac ! Mais j'ai appris l'anglais par mes propres moyens et l'on m'a jugée sur mon niveau. Et c'est le message que j'aimerais aujourd'hui transmettre aux candidats. Dans le cadre de nos recrutements nous recherchons des candidats ayant envie d'évoluer avec l'entreprise, dynamiques et ayant un fort esprit d'équipe. »

Parmi les besoins affichés : des

manutentionnaires, des postes de déclarants en douane, des télévendeurs et agents de réception service commercial ou encore des ingénieurs. « On invite les candidats à aller sur notre site car il y a constamment de nouvelles opportunités, poursuit Audrey Prévot. Pour la plupart des postes, la maîtrise de l'anglais et des connaissances en transport sont recommandées mais les recrutements restent ouverts. C'est une entreprise passionnante et un secteur où tout est possible. Il y a des possibilités d'évolution verticales, hiérarchiques mais aussi géographiques. Même si beaucoup de postes sont à pourvoir sur notre site de Roissy Charles-de-Gaulle, nous avons aussi un service client à Gennevilliers (Hauts-de-Seine) et des possibilités de mobilité dans toute la France, ainsi qu'à Bruxelles et aux États-Unis. »

— L'AVIS DE...



(DR.)
Mickaël LEDRU
Manager au sein de la division supply chain, logistique et transport au cabinet Hays.

« Un secteur plus diversifié qu'on ne l'imagine »

◆ Comment se porte le secteur du transport et de la logistique ?

De manière générale, on peut dire que le secteur se porte bien malgré une reprise un peu plus tardive que prévu, fin septembre. Mais c'est bien reparti, que ce soit sur des créations de postes ou des remplacements. Si les candidats sont nombreux, les profils se raréfient dès qu'un employeur demande une spécialisation sur un logiciel ou la pratique d'une langue. D'un point de vue métier, on recherche plutôt des profils liés à l'exploitation, des postes opérationnels et fonctionnels. Les opérationnels (responsables de sites ou au sein d'une agence de transport) sont sur le terrain et les postes fonctionnels (approvisionneurs, coordinateurs, planificateurs de production, prévisionnistes de ventes) sont plutôt au siège. Aujourd'hui, il est surtout difficile de trouver de bon managers avec des compétences et du savoir-être.

◆ Le niveau de formation a-t-il évolué ?

De plus en plus, le diplôme et la formation deviennent importants, alors qu'il y a quelques années, l'expérience pouvait encore compenser. Aujourd'hui du poste le moins au plus qualifié, on va demander une formation. Il peut s'agir d'une formation spécialisée en logistique en transport ou d'une formation d'ingénieur ou école de commerce.

◆ Globalement, les métiers du transport et de la logistique sont-ils assez connus ?

En entretien, je suis toujours curieux de savoir comment certains candidats sont arrivés là où ils sont aujourd'hui, et comment ils ont connu le milieu de la logistique ou du transport. On ne communique pas énormément sur ces métiers. Les informations arrivent beaucoup par le bouche-à-oreille, par quelqu'un de la famille qui travaille déjà dans le secteur, par un professeur ou pendant un cours. Quand on pense au transport et à la logistique, on pense parfois spontanément aux camions et aux palettes. Or, ce n'est plus du tout cela. Le secteur est beaucoup plus complexe et diversifié, au niveau national et international.

||s RECRUTENT

■ Fedex

recrute chaque année des dizaines de profils, de manutentionnaire à ingénieur : fedex.com/fr/careers

■ WFS

Worldwide Flight Services affiche régulièrement des postes d'agents de piste aéroportuaire, de réservation fret, de chauffeurs poids lourds ou d'ingénieurs QSE : www.wfs.aero

■ La RATP

La régie embauche chaque année 2 000 personnes

(conducteurs de métro et de bus, agents de sécurité...), dont 300 cadres (ingénieurs) : ratp.fr/careers

■ La SNCF

9 000 recrutements sont prévus en 2015 dont 650 ingénieurs : www.emplisnfc.com

■ SELT

Paris l'Open Tour recherche 70 conducteurs de bus chaque année : recruteent-open-tour.bbgspot.com



(LP/Faustine Léo.)

VIE PROFESSIONNELLE

Refuser une demande d'augmentation

C'est une entrevue redoutée par bien des managers qui craignent de démotiver leurs collaborateurs. Il existe pourtant des méthodes de communication pour dire non.

« **L**a demande d'augmentation, il faut en discuter le plus vite possible, estime la consultante Pascale Joly. La pire réaction, qui est aussi l'une des plus courantes, est de mettre la tête dans le sable. » Cette coach d'entrepreneurs a elle-même déjà dirigé une PME. Elle sait combien la question de l'augmentation est délicate. Surtout quand la demande ne semble guère justifiée au manager. « Au départ, c'est sûr, la discussion ne sera pas très agréable. Le plus simple est de demander au collaborateur en quoi il pense la mériter et de contrer, sereinement, ses arguments avec des faits. » Cependant, inutile de laisser le salarié avec sa déception, au milieu du gué. « Il faut profiter de l'occasion et dessiner, comme on le ferait lors d'un entretien annuel d'évaluation, des axes d'amélioration capables de justifier à plus ou moins long terme l'augmentation demandée. D'ailleurs, au passage, le manager peut aussi prendre sa part de responsabilité et reconnaître qu'il n'a peut-être pas suffisamment montré le cap. »

« Même quand on va dire non, la première approche doit être positive », recommande Chrystèle Stawinski, coach et formatrice, spécialisée dans l'accompagnement des dirigeants. « Concrètement, il faut mettre l'accent sur quelque chose de positif comme un comportement général ou une initiative récente. Techniquement, en coaching, cela revient à "mettre le collaborateur en énergie", c'est-à-dire insuffler une dynamique positive à l'échange pour qu'il soit prêt à accepter ensuite d'éventuels dysfonctionnements et progrès nécessaires. » Pour le reste, la coach conseille la méthode DESC qui, permet, en quatre étapes, de faire passer un message désagréable. « Décrire les faits, Exprimer ses émotions, Spécifier des solutions et surtout ouvrir le propos sur une Conclusion positive. Que l'augmentation soit justifiée ou non, cela permet au manager d'exprimer sa déception, que ce soit face à des résultats insuffisants ou parce que



(Photononstop/Radius Images.)

l'entreprise ne va pas assez bien pour dégager le budget nécessaire. Cependant il faut terminer sur une perspective positive et évoquer une augmentation potentielle à l'avenir, en fonction de certains critères. » « Il y a un premier motif de refus facile qui est souvent lié au calen-

drier, ajoute Isabelle Wackenheim. Au moment de la demande du salarié, l'enveloppe budgétaire dédiée aux augmentations ou aux primes a parfois déjà été ventilée. » Mais pour cette consultante en ressources humaines, il reste urgent d'écouter le collaborateur. « Le manager doit entendre ce qui justifie, selon lui, cette demande augmentation. Et il doit aussi préparer un peu l'entretien pour comparer ce qu'il touche par rapport à d'autres salariés au même poste, pour pouvoir mettre l'accent sur certaines contributions si d'autres augmentations ont filtré. »

tation qui ne semble pas méritée, c'est que le manager a mal fait son travail. S'il est clair sur ses objectifs et communique régulièrement, il sera moins sollicité, mais pour de bonnes raisons ! »

■ CÉLINE CHAUDEAU

L'AVIS DES INTÉRESSÉS



(DR.)

Gérard ENGASSER
Fondateur de Cap Manager.

« Il y a plusieurs motifs de refus, le plus compliqué étant lorsque l'augmentation est méritée et qu'on n'a pas les moyens de l'accorder. Quand c'est le cas, il faut absolument exprimer la réalité de l'entreprise sans se cacher et en actant que la demande est absolument légitime. Il faut être factuel et dire "Voilà où on en est" et "Voilà nos objectifs pour dépasser nos soucis de trésorerie". Au passage, un dirigeant peut aussi rappeler que d'autres collaborateurs ne sont pas payés à leur juste valeur, à commencer par le dirigeant, qui peut lui aussi se prendre en exemple. Dans ce cas, la seule solution, pour ne pas perdre ou démotiver le salarié, est de s'engager à faire un geste quand la société ira mieux, et de s'y tenir ! Si les moyens le permettent, on peut aussi faire un geste sous forme de prime, même symbolique. Cela permet de reconnaître les efforts déployés et la valeur du salarié. »



(DR.)

Philippe ARSAC
Président d'Eurowin Consulting.

« Si un refus n'est pas expliqué, il peut aboutir à une rupture de dialogue et à des répercussions psychologiques graves. C'est pourquoi il faut toujours fixer un rendez-vous dans des délais raisonnables et rencontrer le salarié dans un bureau au calme sans être dérangé. Car si l'augmentation n'est pas justifiée, il faut être le plus factuel possible, en fonction de critères de qualité de travail, de performances, ou éventuellement d'attitude non conforme aux attentes. En étant ferme mais constructif, cet entretien peut permettre un recadrage et offrir au salarié des axes d'amélioration. Dans presque tous les cas, le salarié sera satisfait de cet entretien et devrait plutôt voir la suite comme un challenge. En effet, je préconise de mettre en place un programme qui permettra au salarié de se mettre au niveau... et de justifier une demande d'augmentation ultérieure. »

LES MESURES À PRENDRE

■ Des objectifs clairs

Idéalement, en amont, fixer au collaborateur des objectifs clairs, voire quantifiables, pour éviter des demandes non fondées au regard des performances de l'entreprise.

■ Répondre à la demande

Quand le salarié demande un rendez-vous pour en parler, accéder à sa demande dans des délais raisonnables.

■ Valoriser

Toujours commencer par valoriser le collaborateur pour parler sereinement des sujets qui fâchent.

■ Ouvrir des perspectives

Que la demande soit justifiée ou non, ouvrir des perspectives pour accéder à la demande. Et si elle est justifiée, être transparent et essayer de proposer une prime ou une autre compensation en attendant d'offrir mieux.

Conditionner sa réponse à des résultats

Mais là encore, inutile de fermer complètement la porte. « Il faut poser des jalons pour la suite. Si on est dans une structure commerciale, on peut demander à un salarié s'il est capable d'augmenter son chiffre d'affaires de 10 % par exemple et conditionner sa réponse à des résultats. » « On pourrait même poser le débat autrement, estime Pascale Joly. Si un salarié exige une augmen-

EN SAVOIR PLUS

A LIRE

- « **Comment piloter votre TPE : les bonnes pratiques, les indicateurs clés et les tableaux de bord** », de Gérard Engasser, ed. Dunod, septembre 2015, 160 pages. 15,90 €.
- « **Manager son équipe au quotidien** », de Bernard Diridollou, éditions Eyrolles, 2014, 208 pages. 20 €.
- « **Intelligence émotionnelle et management : comprendre et utiliser la force des émotions** », de Ilios Kotsou et Peter Salovey, éditions de boeck, 2012, 207 pages. 30 €.

Le Parisien ÉCONOMIE

« Le Parisien libéré »
25, avenue Michelet
93408 Saint-Ouen Cedex
Tél. 01.40.10.30.30
Société par actions simplifiée
Commission paritaire n° 0120C85979
Président : Intra-Press
représentée par Jean HORNAIN
Principal associé : Intra-Press
Jean HORNAIN,
Directeur de la publication
Eric HERTELOUP,
DGA et éditeur
Stéphane ALBOUY, Directeur
des rédactions du « Parisien »
et « d'Aujourd'hui en France »

RÉDACTION

Responsable de la rédaction :
Bénédicte Alaniou
balaniou@leparisien.fr
Editing et réalisation : Philippe Bouvier
pbouvier@leparisien.fr
Rédaction : Agence Accroche-Press',
Chloé Coursaget, Charlotte Robinet

PUBLICITÉ/AMAURY MEDIAS

Directeurs généraux adjoints :
Anne Browaeys, 01.41.04.97.61
Philippe Fromantin, 01.40.10.53.02

PUBLICITÉ COMMERCIALE

Directeur commercial :
Roland Aouizerate, 01.41.04. 97.78
raouizerate@amaurymedias.fr

ANNONCES EMPLOI

Directeur de la publicité :
Muriel Petit, 01.40.10.53.22
mpetit@amaurymedias.fr

IMPRESSION

CINP (Mity-Mory)

ABONNEMENT

Le Parisien : 0.811.875.656
(coût d'un appel local)

COMMERCE | MARKETING | DISTRIBUTION

Pour passer vos annonces
contactez-nous au
01 40 10 52 70

Carrefour
contact

Recherche **commerçant investisseur**
pour acquérir fonds de commerce
dans **Le Perche (Bellême - 61)**.

- ✓ Vous souhaitez devenir chef d'entreprise ?
- ✓ Vous avez l'âme d'un commerçant ?
- ✓ Bon gestionnaire, vous êtes attiré par la distribution alimentaire ?
- ✓ Vous posséder des capacités d'organisation, de management et un sens développé du service...

Devenez patron indépendant tout en bénéficiant de l'accompagnement d'une grand structure !

Pour tout renseignement, contactez le 02 28 03 77 24 ou adressez votre candidature à : madeleine_nicolas@carrefour.com ou ludovic_juston@carrefour.com

YVES ROCHER

CRÉATEUR DE LA COSMÉTIQUE VÉGÉTALE®

OUVERTURE PROCHAINE D'UN MAGASIN À ISSY LES MOULINEAUX

Yves Rocher vous offre la possibilité de vous réaliser professionnellement en garantissant votre indépendance en tant que **locataire gérant(e)**.

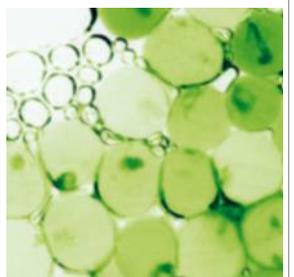
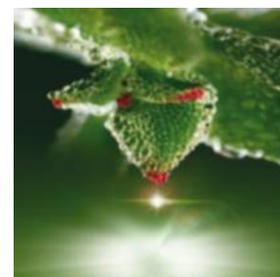
Vous êtes dynamique, passionné(e) par le commerce de proximité, autonome et sensible à l'univers de la beauté ?

Vous avez envie d'entreprendre avec le N°1 de la Cosmétique en France® *OC&C Strategy Consultants*

Contactez nous par mail
maelle.filieul@yrnet.com

Par téléphone
01.41.08.50.27

En savoir plus sur
www.yves-rocher.fr,
rubrique Nos Magasins



Filiale du journal **Le Parisien**, **PROXIMY** est le premier acteur de livraison de portage de presse en Ile de France avec 2 000 collaborateurs.

Nous développons une forte activité de diversification pour nos clients issus de la presse, de la grande consommation, des services... en particulier pour des campagnes de distribution et de marketing opérationnel. Notre volonté est d'intervenir de plus en plus sur des campagnes de communication ou des opérations événementielles sur mesure, en B to B et B to C, avec une recherche permanente d'efficacité et de qualité de service.

Dans le cadre du développement de notre activité Hors Presse, nous recrutons un(e) :

Chargé de Développement Commercial Junior h/f en CDI



Sous la responsabilité du Directeur Commercial Hors Presse, vous aurez notamment pour mission de :

- Prospecter de nouveaux clients et marchés, avec un portefeuille constitué d'annonceurs et d'agences de communication.
 - Assurer une réponse argumentée et professionnelle aux briefs et cahiers des charges de nos clients.
 - Travailler en coordination avec les équipes RH, Finance et Logistique.
 - Animer et coordonner les opérations de Marketing Opérationnel en toute autonomie et en lien avec les services concernés (Logistique, RH, Financier...) afin d'assurer une prestation de qualité conforme aux engagements contractuels.
 - Être le garant du respect des prestations en appui des équipes logistiques sur le terrain, tout en conservant la maîtrise du coût des opérations.
 - Assurer un reporting régulier sur les opérations menées, auprès des clients et de la direction commerciale.
- Votre fonction vous amènera à vous déplacer fréquemment sur l'ensemble du territoire d'Ile-de-France (50% du temps).

Profil recherché :

- De formation Bac +4/5 type Commerce et Vente, une première expérience de 1 à 3 ans de la vente et/ou du marketing opérationnel serait un atout.
- Aimant travailler en équipe et mobile, vous savez gérer un budget et avez la culture du résultat.
- Votre goût du terrain, votre sens du service client et votre leadership seront des atouts essentiels pour mener à bien votre mission.
- Vous maîtrisez impérativement le pack Office 2013, et notamment Excel et PowerPoint.

Informations complémentaires : ■ Statut Cadre ■ Voiture de service

Poste à pourvoir immédiatement.

Merci d'adresser votre candidature (CV+LM) sous la référence CDC /JE à : PROXIMY - Service Recrutement
69/73 boulevard Victor Hugo
93585 Saint-Ouen Cedex ou
par mail à : recrutement_proximy@proximy.fr

PROXIMY

Carrefour Proximité
La réussite nous rapproche

N°1
de la franchise
alimentaire.



Envie d'un magasin sur-mesure ?
À vous de choisir !



Rejoignez nos franchisés !

RETROUVEZ TOUTES LES INFORMATIONS SUR :
WWW.FRANCHISE-PROXIMITE.CARREFOUR.COM



Nous rappelons à nos lecteurs
que **tous ces postes sont**
accessibles sans discrimination
de sexe ou d'âge.

AM DIFFUSION

Vous souhaitez débiter une carrière de commercial(e)

et avoir une première expérience gratifiante tout en ayant une rémunération très attrayante !

Rejoignez l'équipe de vente du 1^{er} quotidien sportif de France

et contribuez à la conquête de nouveaux clients en devenant :

COMMERCIAL TERRAIN h/f

Votre mission principale sera de prospecter sur le terrain et en vente directe, une clientèle de particuliers afin de leur proposer un abonnement au journal « L'Equipe ». Mobile géographiquement, autonome et dynamique, vous êtes rigoureux, professionnel et avez un excellent relationnel.



Postes à pourvoir immédiatement en CDI sur toute l'Ile-de-France

- Nos atouts :**
- Statut de salarié de l'entreprise avec tous ses avantages (mutuelle, 13^e mois, remboursement de frais repas, prime d'ancienneté...).
 - Notoriété du titre.
 - Rémunération attractive liée à vos résultats (fixe + commissions + primes).
- Envoyez-nous votre CV + Lettre de motivation sous la référence DCO/JE :**
- Par courrier : AM DIFFUSION - Service Recrutement - 69/73 boulevard Victor Hugo 93585 Saint-Ouen cedex ou par mail : recrutement_amdiffusion@proximy.fr

Retrouvez les annonces
du Parisien sur **keljob**

• Vos annonces par tél. 01 40 10 52 70
e-mail : paemploi@amaurymedias.fr

EMPLOIS DIVERS

Pour passer vos annonces
contactez-nous au
01 40 10 52 70

Fier de servir la justice



LE MINISTÈRE DE LA JUSTICE RECRUTE ET FORME DES SURVEILLANTS PÉNITENTIAIRES - H/F

Pour devenir surveillant, vous devez :

- posséder le brevet des collèges
- avoir entre 19 et 42 ans
- posséder la nationalité française

Une fois admis au concours, vous suivrez une formation rémunérée de 8 mois en alternance (cours théoriques et stages pratiques).

Inscriptions
jusqu'au 7 décembre 2015
sur www.devenir-surveillant.fr



orc.fr © A. Meyssonnier

Entreprise de générale
de bâtiment basée
en Hauts-de-Seine
recherche dans le cadre
de son accroissement
d'activité, un(e)



Secrétaire gestionnaire

Votre Mission :

Vous assurez le secrétariat classique :

- Courriers
- Gestion des appels téléphoniques
- Prises de RDV, Classement
- Tableaux de bord

Vous exécutez des actes de gestion et des actes administratifs courants.

Votre Profil :

De formation Bac, une expérience dans des fonctions identiques serait un plus.

Vous êtes autonome, dynamique, discret, fiable, organisé et rigoureux. Une maîtrise des logiciels Word, Excel et Outlook est souhaitée. Vous disposez d'une bonne orthographe.

Conditions d'emploi :

- Contrat CDI
- Poste basé à Montrouge à 8 min du métro Châtillon-Montrouge.

Salaire :

- À débattre

Envoyer CV et lettre de motivation à
annonce@savalladon.com uniquement



Service d'Installation et de Maintenance de Systèmes d'Extinction Automatique à Eau

ZA Saint Louis 7, Allée de la Sarriette
84250 LE THOR
Tél. : 04 90 20 18 38 - Fax : 04 90 20 18 52
Courriel : atsi.sa@wanadoo.fr
recherche h/f

- **Responsable Technique IF1 / APSAD**
en Protection INCENDIE SPRINKLER ayant INSSI ou expérience dans le poste.
(si niveau formation possible)
- **Vérificateur installation**
Sprinkler (E1/APSAD)
- **Dessinateur Projeteur confirmé**
(maîtrise autocad, connaissance calcul hydraulique).
- **Monteur tuyauteur**
- **Technicien de maintenance**
(formation électrotechnique)

Poste à pourvoir sur département 84 ou 95

Nous envoyer CV+ LM par courriel
atsi.sa@wanadoo.fr

Nous rappelons à nos lecteurs
que **tous ces postes sont
accessibles sans discrimination
de sexe ou d'âge.**



Notre client : société d'agencement
haut de gamme de notoriété
internationale
recherche h/f en CDI et missions
très longues durées

- ✓ **Menuisiers Agenceurs Atelier**
- ✓ **Menuisiers Agenceurs Poseurs**
- ✓ **Chef de Chantier Agencement**
Anglais apprécié
Encadrement des équipes de pose France et étranger
- ✓ **Dessinateurs Agencement BT/BTS**
- ✓ **Chargés d'Affaires Agencement**
Anglais nécessaire
Gestion de projets de A à Z (étude, fabrication, pose)

*Nous rejoindre, c'est trouver la confiance, l'écoute,
le savoir-faire d'une entreprise de travail temporaire
et de recrutement à taille humaine.*

Déposez votre candidature sur :
altitude.agencement@altitude-technique.fr
ou appelez le **01 45 38 05 00**
ALTITUDE TECHNIQUE - 92 rue Daguerre - 75014 Paris

Val d'Oise, 27000 habitants,
surclassée 40000 à 80000 hab.
(décret n° 2004-674)
recrute

ville de Villiers-le-bel

Responsable du Service Restauration collective (2000 repas par jour) Cadre A (h/f)

Sous l'autorité du Directeur Général Adjoint de l'Administration Générale, de l'Action Sociale et de la Tranquillité Publique, vous devez :

- piloter et mettre en œuvre la politique Municipale en matière de restauration collective
- animer et coordonner l'activité du personnel du service restauration (60 agents), une cuisine Centrale, 17 satellites restaurants (enfants et adultes) et un service laverie (7 agents)
- superviser les prestations en matière de restauration : Menus et déclinaisons, production, distribution
- garantir l'hygiène et la sécurité
- garantir la qualité des prestations proposées
- participer et animer les réunions avec le personnel encadrant
- gérer le patrimoine, les équipements et les matériels mis à disposition
- gérer le budget dans le cadre des orientations définies
- élaborer le cahier des charges des marchés publics suivant le code des marchés
- gérer les relations avec les partenaires et les usagers
- organiser différentes réceptions
- participer à l'étude de nouveaux projets liés aux équipements existants ou futurs.

Titulaire d'un diplôme universitaire supérieur, vous justifiez d'une expérience dans le secteur de la restauration collective assortie de connaissances des règles d'hygiène en restauration collective (Normes HACCP, règles nutritionnelles) et des techniques culinaires. Rompu au management, vous maîtrisez la conduite de projet et du changement, ainsi que les règles relatives aux marchés publics et au fonctionnement des collectivités locales sur le plan budgétaire. Disponible, réactif et rigoureux, vous savez gérer simultanément différents dossiers, travailler dans l'urgence et faire preuve d'autorité et de diplomatie. Doté de qualités relationnelles et de communication, vous maîtrisez l'outil informatique.

Poste à pourvoir rapidement.

Merci d'adresser votre candidature (lettre de motivation et CV) à
M. le Maire, Service des Ressources Humaines, 32 Rue de la République,
95400 Villiers-le-Bel ou par courriel à : accueilrh@ville-villiers-le-bel.fr

www.ville-villiers-le-bel.fr

Safari-rh.fr



Vos annonces par tél. 01 40 10 52 70
e-mail : paemploi@amaurymedias.fr
ou sur leParisien.fr,
rubrique Annonces

Recrutez vos futurs collaborateurs dans nos pages emploi

Nous recherchons **PROXIMY**
PORTEURS DE JOURNAUX h/f **PROXIMY**
recrute !

Semaine et Dimanche - Statut salarié **CDD/CDI**
Permis B et voiture obligatoires
Rémunération : aux environs de 700 €/mois
pour 2 h 45 par jour (6/7 jours)

- Vous êtes disponible quelques heures avant 7h30 du matin.
- Vous possédez un véhicule personnel et êtes un conducteur attentionné.
- Vous êtes ponctuel, rigoureux et matinal.

Contactez-nous entre 8 heures et 10 h 30 aux numéros suivants selon votre lieu d'habitation :

Département 75 :
Secteur de Bercy : 01 44 68 64 93 - bercy@proximy.fr

Département 78 :
Secteur des Mureaux (Livraisons notamment sur les villes de HOUDAN / MAULETTE / GAMBALS / BOURDONNE / BAZAINVILLE / CONDE SUR VESGRE) :
01 34 74 29 37 ou 01 34 74 35 10 - mureaux@proximy.fr
Secteur de Bois d'Arcy : 01 30 43 19 74 - boisdarcy@proximy.fr

Département 91 et 92 :
Secteur de Chilly Mazarin : 01 64 54 07 28 - chillymazarin@proximy.fr

Département 93 :
Secteur de Bondy : 01 48 48 46 13 - bondy@proximy.fr
Secteur de Saint-Ouen : 01 40 10 43 71 - saintouen@proximy.fr

Département 94 :
Secteur de Bonneuil sur Marne : 01 49 80 09 74 - bonneuil surmarne@proximy.fr
Secteur d'Arcueil : 01 45 36 92 40 - arcueil@proximy.fr

Acheteur principal confirmé en maîtrise d'ouvrage en électricité

Assisté au quotidien par deux collaborateurs, vous avez pour principales missions de :

- gérer les demandes d'achat de l'ensemble des chantiers
- gérer les approvisionnements de l'ensemble des chantiers
- négocier les prix et les délais de livraison auprès des fournisseurs et des fabricants
- rechercher de nouveaux produits et fournisseurs potentiels
- suivre les volumes d'achat par fournisseur
- garantir une politique d'achat cohérente
- assurer une veille du marché
- négocier des BFA en fonction des volumes annuels achetés par fournisseur
- assurer le suivi d'obtention des BFA...

Vous êtes titulaire d'un bac + 2 à 4 ou autodidacte confirmé. Vous justifiez d'une expérience de 5 ans minimum dans la fonction, qui vous a permis de maîtriser les différents aspects du poste, acquise de préférence dans la maîtrise d'ouvrage en électricité. Capacité à négocier, aisance relationnelle et rigueur sont des qualités qui vous sont reconnues. La maîtrise du Pack Office, notamment d'Excel (présentations, tableaux de compte) et d'Outlook est indispensable.

Merci d'adresser lettre de motivation, CV et prétentions par e-mail : contact@epls.fr
www.epls.fr

PME spécialisée en travaux d'électricité tertiaire et industrielle (100 collaborateurs, CA : 20 M€), située à Montreuil (93), EPLS met depuis 29 ans tout son savoir-faire au service des entreprises parmi les plus renommées (bureaux, centres commerciaux, groupes scolaires, constructions neuves et réhabilitation...). Suite à un départ à la retraite, nous recrutons h/f :

orc.fr



STIVO
Votre bus, naturellement

La STIVO, société de transports de voyageurs de Cergy Pontoise (380 salariés)
recherche h/f

Contrôleurs

En CDD 6 mois pouvant déboucher sur un CDI
Vous serez chargé de vérifier les titres de transports, de dresser les PV et de renseigner les clients.
Vous aimez convaincre et avez un goût certain pour la relation clientèle.
Vous aimez le travail en équipe.
Permis B obligatoire.

Conducteurs

En Contrat de Professionnalisation de 12 mois
Vous aimez le contact avec la clientèle, la conduite et le travail en toute autonomie.
Vous êtes titulaire du Permis B et âgé de 21 ans et plus.
Formation qualifiante pouvant déboucher sur un CDI.

**Postes à temps complet :
151 h 67 mensuelles en moyenne**

Adressez-nous votre candidature, lettre de motivation et CV :
- Par courrier à : STIVO - ZAC du Vert Galant
13 rue de la Tréate - 95046 CERGY-PONTOISE Cedex.
- Par mail : recrutement@stivo.com

PREMAT

Leader du transport de marchandises en vrac en IDF

URGENT recrutons h/f

Pour notre activité maintenance
Plessis-Pâté (91)
Pierrelaye (95)
Laveurs de véhicules Poids-Lourds

Pour notre activité transport
Plessis-Pâté (91)
Pierrelaye (95)
Conducteurs SPL
(permis EC)
2 ans minimum d'expérience exigée en conduite SPL

Postes à pourvoir immédiatement
Adressez votre candidature à : drh@premat.fr
01 69 88 15 15 - www.premat.fr

AM DIFFUSION AM Diffusion est une filiale d'un grand groupe français de presse.

Notre société prend en charge tout ce qui relève de la gestion et du développement des ventes pour différents titres de presse.

recrute

Chargé ADV h/f
CDI basé à Saint-Ouen (93)

Au sein de la Direction Commerciale et rattaché(e) au Responsable du service ADV Diffusion, le/la Chargé ADV H/F assure le suivi, le reporting et la communication des données de diffusion pour les titres qui lui sont confiés. Il/elle a ainsi pour missions principales de :

- Centraliser les commandes émises par chaque canal de diffusion ;
- Elaborer les tirages prévisionnels des titres et les communiquer auprès des différents acteurs des chaînes logistiques et de production ;
- Communiquer sur les opérations impliquant la diffusion auprès de chaque acteur interne et externe ;
- Assurer le suivi et le reporting de la diffusion au quotidien par le biais de rapports de production, de distribution, d'incidents... ;
- Actualiser les bases de données et d'indicateurs de suivi relatifs à l'activité diffusion ;
- Réaliser les états de déclaration O.J.D. ;
- Participer au paramétrage des outils informatiques nécessaires à l'activité ;
- Assurer la gestion administrative et comptable de l'activité (commandes, factures...).

Idéalement issu(e) d'une formation de type Bac+2/3, vous maniez les chiffres avec aisance et avez une première expérience d'1 à 2 ans sur un poste similaire. Doté(e) d'un bon relationnel, vous êtes autonome, rigoureux(se), organisé(e) et savez vous adapter aux contraintes et évolutions de l'activité. La maîtrise du Pack Office et notamment d'Excel est indispensable.

Poste à pourvoir immédiatement

Merci d'adresser votre candidature (CV+LM) sous la référence CDIF / JE à :
AM DIFFUSION - Service Recrutement - 69/73 boulevard Victor Hugo
93585 Saint-Ouen Cedex ou par mail à recrutement_amdiffusion@proximy.fr

Copropriété 137 lots
Montreuil 93
Limitrophe Fontenay sous Bois
recherche

Couple de Gardiens
Expérience Exigée
Gardien temps complet logé- F3
Employé(e) d'immeuble 20 h/semaine

Envoyer lettre de motivation et CV à
Cabinet Foncia Mango
3, rue Henri Dunant 95460 Ezanville

Organisme gestionnaire de fonds de formation recherche h/f

Comptable Expérimenté
Pour son siège Paris 8^e

- Ses missions principales seront :
- La tenue de la comptabilité générale
- L'analyse et le contrôle des comptes
- La gestion et le suivi de la trésorerie
- L'élaboration des tableaux de bord et de suivis budgétaires
- La participation aux travaux de clôture
- Niveau requis : Bac +2/3 - Expérience professionnelle d'au moins 3 ans.
- Qualités requises : Le candidat possède une bonne culture comptable en entreprise avec bonne maîtrise des fonctions avancées sur Excel. Rigueur, discrétion, organisation, gestion des priorités.

Fourchette de salaire : 28 000 € / 30 000 € sur 12 mois + Prime d'activité et de performance
Merci d'adresser votre candidature et CV par email sous la référence 7483
à hpiat@amaurymedias.fr qui transmettra

Lundi 16 novembre

Dossier handicap

Partenaire de la Semaine pour l'Emploi des personnes handicapées

Réservations et renseignements commerciaux, appelez le 01 41 04 97 40 ; E-mail : ndelepine@amaurymedias.fr



Le Parisien
Aujourd'hui
ÉCONOMIE
Le Parisien
web | mobile | tablette

amaury
médiat

FORMATION

Pour passer vos annonces
contactez-nous au
01 41 04 97 68

 UNIVERSITÉ PARIS 13

Les étudiants en L1 scientifique :
Osez les défis !

 **Développez**
une double compétence :
en Mathématiques
& en Informatique
à l'Institut Galilée

- Un cadre pédagogique innovant et ambitieux
- Des apprentissages en autonomie encadrés
- Enseignement renforcé de l'anglais
- Mobilité obligatoire avec un semestre d'étude à l'étranger
- Cours scientifiques en langue française et anglaise
- Projet tutoré d'initiation à la recherche

Double licence accessible sur dossier dès cette année au second semestre de L1.

Candidatures avant le 31/12/2015

Choisissez la **DOUBLE LICENCE** mention **Mathématiques & Mention Informatique**

Projet pédagogique financé par Sorbonne Paris Cité

DOSSIERS DISPONIBLES SUR LE SITE : www-galilee.univ-paris13.fr #UP13

RÉUSSIR LES GRANDES ÉCOLES

DÉCOUVREZ NOS CLASSES PRÉPARATOIRES

VOTRE ENTRETIEN V.I.P.
au 01 42 24 10 72

- 38% d'admis au CELSA
- 39% à l'IEP de Paris
- 72% aux IEP de Province
- 75% en cycle Master
- 82% aux écoles de journalisme
- 86% de mention au Bac
- 92% aux écoles de commerce
- 54% à l'École du Louvre

 L'expérience prépa depuis 1954

ENSEIGNEMENTS SUPÉRIEURS PRIVÉS
Tél. : 01 42 24 70 72 – info@isth.fr
NOUVEAUX LOCAUX !
28 rue de Francs-Bourgeois 75003 Paris

www.isth.fr

 académie Créteil **CIBC**
Éducation nationale **CIBC 77**
FORMEZ-VOUS À DEMAIN

UN RENDEZ-VOUS CARRIÈRE
[gratuit et confidentiel]

ÉVOLUER dans sa carrière

BOOSTER sa recherche d'emploi

AMÉLIORER son marketing de soi

ÊTRE CONSEILLÉ sur ses démarches de création d'entreprise

Tous les 3^{ème} vendredis du mois à 14 h, le CIBC vous aide dans la préparation et la mise en action pédagogique et financière de votre projet professionnel.

Contactez-nous : 01 82 47 40 00
cibc77@forpro-creteil.org

 www.gmte77.fr

DAFFPC_COM // SEPT. 2015

 académie Créteil **greta**
Éducation nationale **MTI 94**
REPUBLIQUE FRANÇAISE

Places disponibles en formations conventionnées avec la Région

INDUSTRIE ÉLECTRONIQUE
09/11/15 au 16/06/16 BAC PRO Systèmes Électroniques et Numériques

INDUSTRIE CHAUDRONNERIE
09/11/15 au 10/06/16 BAC PRO Technicien en Chaudronnerie Industrielle

INDUSTRIE MÉCANIQUE
04/11/15 au 16/12/15
04/01/16 au 14/06/16
04/01/16 au 14/06/16
Accès à la qualification dans les métiers de la production
CQPM Opérateur/ Régleur sur Machines Outils à Commande Numérique
Titre Professionnel Contrôleur Technique Automobile

BOIS
16/11/15 au 23/06/16 CAP Charpentier

BÂTIMENT
Entrées/sorties permanentes CAP Maçon
Entrées/sorties permanentes CAP Peintre Applicateur de Revêtements
Entrées/sorties permanentes CAP Carreleur Mosaïste
23/11/15 au 25/06/16 CAP Installateur Sanitaire / CAP Installateur Thermique

INFORMATIONS et INSCRIPTION au 01 45 12 26 26
par mël : gmti94.vitryac@forpro-creteil.org



• Vos annonces par tél. 01 41 04 97 68,
e-mail : mouamrane@amaurymedias.fr
ou sur leParisien.fr, rubrique Annonces

Lundi 2 novembre
Dossier “ Formation continue ”

ANNONCES CLASSÉES

Pour passer vos annonces
contactez-nous au
01 40 10 52 70

Nous rappelons à nos lecteurs que tous ces postes sont accessibles sans discrimination de sexe ou d'âge.

OFFRES

Commerciaux ventes marketing distribution.

Commerce

Charcutier traiteur 17ème recherche h/f
1 CASSIERE EXPERIMENTEE
BONNE PRESENTATION
Fermé le dimanche
TEL : 01 43 80 88 81
(laisser noms + coordonnées sur répondeur)

Rech. h/f Paris 17e et 92
BOUCHERS
CAISSIERE pour le 92
expérience exigée
Tél : 06.07.97.52.41

LES BOUCHERIES HUET 78-92
rech h/f sérieux
- BOUCHERS tradi.
06.85.55.41.74
- CAISSIERE
06.08.75.83.08

Boucherie Paris 16ème rech. h/f
BOUCHER
Repos dimanche et lundi
TEL : 01.45.25.23.37
ou 06.12.13.08.50

Boulangerie Juvisy-Sur-Orge
(91260) recherche h/f
PATISSIER EXP.
2 jours de repos. 1900 € net
Tél. 01.69.21.54.34
cds.juvisy@gmail.com

BOUCHERIE ANTONY
rech h/f en CDI à temps plein
- CHEF BOUCHER QUALIFIE
- SECOND BALANCE
Salaire à négocier.
TEL 06.70.31.13.92

Boucherie à Créteil (94) rech.
h/f BOUCHER PRÉPARATEUR
VENDEUR qualifié en CDI
TÉL : 01.42.07.11.89

GD Intérim
Des Professionnels à Votre Service

recrute intérim (H/F)
BOUCHERS
BOULANGERS
PATISSIERS
POISSONNIERS
VENDEUR(SES)
CHARCUTERIE
CAISSIER(E)S
ELS VÉHICULÉS
Tél : 01 53 20 88 77

Commerciaux

ATTACHES COMMERCIAUX

Résidents R.P. Ouest
Ils seront responsables
d'une clientèle de gestionnaires
et de décideurs.
Expérience appréciée.
Bonne présentation.
Déplacements ponctuels
en province.
Env. lettre ou mail aux :
editions.epsilon@wanadoo.fr
36 rue des Etats Généraux
78000 - Versailles

Pressing

PRESSING PARIS 13e rech. h/f
REPASSEUSE- EMPLOYÉ(E)
TOUS POSTES
TÉL : 01.45.84.77.00

Télé - marketing

Sté de Stands Expositions (94)
Recherche h/f
PROSPECTRICE
TELEPHONIQUE
Expérience exigée 3 ans mini.
Tél. : 06.74.88.40.14.

Bâtiment / Travaux publics

Bâtiment/T.P.

SPEBI sté de BTP
recherche h/f en CDI
Assistant(e)
Technique/QSE
Exp. souhaitée 3 ans mini.
Envoyer CV + LM
par courrier à SPEBI
85 bis rue Jean le Galleu
94200 Ivry sur Seine
ou mail à
drh@spebi.fr

Ent. Plomb. Chauff. Clim. rech
pour 75 et RP en CDI h/f
PLOMBIER confirmé en
Rénovation et dépannage
Permis B exigé
Tél : 01.46.38.03.25
o-estrade@o-estrade.com

SPECIALISTE RIDEAUX
Paris rech. H/F motivé :
AGENT
DE POSE
rigoureux, autonome,
polyvalent, responsable.
Excellente présentation
Permis B obligatoire.
FIXE + PRIMES
Tél. RV 01 42 50 00 66
ou contact@lavocadix.com

Rech. - SERRURIERS DE VILLE
- POPOTIERS
h/f Hautement qualifiés
CDI - Permis VL
20 rue de Levis 75017 PARIS
TEL : 01.42.67.47.28

Chauffagistes

Ent. Chauff.Plomb.Clim. rech.
pour 75 et IDF en CDI h/f
Technicien Maintenance
confirmé en
Chauffage/Ventil/Clim Permis
B exigé
Tél : 01.46.38.03.25
o-estrade@o-estrade.com

Menuiserie Ebénisterie

SPI
TRAVAIL TEMPORAIRE

Recherche h/f Paris & IDF
Menuisiers atelier.
De préférence CV
94, rue de Maubeuge Paris 10e
Ett : 01.55.07.87.87
email : contact@spitt.fr

Plomberie couverture

Ent. de plomberie MONTEIL
et Cie rech. h/f COMPAGNON
QUALIFIÉ. Réf. exigées pour
chantiers et dépannages.
TÉL : 01.47.00.58.33

Transport Logistique Automobile

Chauffeur livreur

Sté 93 rech en CDI un
CHAUFFEUR LIVREUR h/f
Rattaché au responsable
du site; approvisionnement,
des chantiers et manut.
Sérieux, organisé,
très bon relationnel.
2 ans d'expérience
Permis B, E, C1
indispensables.
Env CV: drh.etancheite@free.fr

PME AGRO ALIMENTAIRE
Gennevilliers (92) rech. h/f
1 CHAUFFEUR-LIVREUR
Permis B. Exp. souhaitée
TÉL : 01.41.47.55.00
gdacompta1@orange.fr

Coursiers

LES NOUVEAUX COURSIERS
rech COURSIERS équipés h/f
Tél: 01.44.67.67.67

Transport

ON RECRUTE EN I.D.F. :
ACCOMPAGNATEURS
h/f d'enfants handicapés,
ayant permis VL. Convient à
retraités et femmes au foyer
en recherche d'un complément
de revenus.
Tél. 01 48 68 82 68
ou www.jobemploiFrance.com

Sté Transports rech. h/f
CHAUFFEURS PL et SPL
95-78-93 Expérience
pelles, chariots et nacelles
exigées. SALAIRE MOTIVANT
TÉL : 01.39.75.60.00

Hôtellerie Restauration Loisirs

Hôtellerie-Restauration

Grand groupe à Nanterre
Prefecture (92) recherche
CUISINIER H/F
avec bonnes références et
connaissances en cuisine
Casher pour son siège
social. Réalisation des
menus et service du midi
5 j./semaine en toute
autonomie pour 5/6 couverts
quotidiens + extras.
Tél. 06 86 20 12 46

Secrétariat Comptabilité Gestion Finance

Assistanat

Société Paris 75008
Rech. h/f assistante bac+4
Bonne notion de portugais
CDD 6 mois. Envoyer CV à :
secretariat.rh75@gmail.com

Ressources Humaines

Cabinet d'Expertise
Comptable Paris 4 rech H/F :
TECHNICIEN PAYE
Vos tâches :
- Gérer un portefeuille paie
(récupération des données fixes
et variables, établissement des
bulletins de paie).
- Etablir les déclarations
mensuelles, trimestrielles
et annuelles.
- Etablir les formalités
administratives obligatoires
d'entrées et de sorties
(déclaration préalable à
l'embauche, solde de tout
compte).
- Gérer les congés maladies,
accident du travail, maternité
formalités - attestation.
Issu de formation Bac +2/3,
vous disposez d'une première
expérience significative au sein
d'un cabinet comptable, sur un
poste similaire.
Connaissance du logiciel CEGID
indispensable. Vous êtes
autonome, organisé.
CDI à Paris 4 Temps plein
Salaire à définir selon
expérience.Envoyer CV et
lettre de motivation à :
recrutement@lacompta.fr

VOUS RECHERCHEZ une activité matinale vous permettant de compléter vos revenus ? DEVENEZ VENDEURS DE JOURNAUX TERRAIN H/F SEMAINE & DIMANCHE

Positionnés devant des : gares, stations de métro, places publiques, marchés, emplacements à forts passages

AM DIFFUSION Votre profil : Vous êtes disponible entre 6 heures et 9 heures du matin minimum. Vous êtes ponctuel, avez le sens de l'accueil et êtes accrocheur. Nous mandatos des vendeurs sur les secteurs suivants : Le secteur de

vente est attribué en fonction des disponibilités et de votre lieu d'habitation.

Appelez entre 8h et 11h, du lundi au vendredi

Secteur Paris et Petite Couronne **75 petite couronne**
06 73 19 99 66

Secteur 91 / Est du 94 **91-94 est**
06 77 02 61 41

Secteur 77 / Est du 93 **77-93 est**
06 42 36 32 26

Secteur 95 / 60 / Nord du 92 **95-60-92 nord**
06 73 19 90 83

Secteur 78 / Ouest du 94 / Sud du 92 **78-94 ouest-92 sud**
06 73 19 90 36

Vous pouvez également adresser votre candidature sous la référence VCP / JE par mail à recrutement_amdiffusion@proximity.fr

Comptables

Société Paris 75008 Rech. H/F
COMPTABLE sur Sage
Fonction : jusqu'au bilan
Exp. : 10 ans mini. CDD 6 mois
Envoyer CV à :
secretariat.rh75@gmail.com

Secrétaires

Recherche h/f
SECRETAIRE Administrative et Comptable CDI
Envoyer CV à ECPI,
4, rue de la Cour Des Noues
75020 Paris
a.benhamou@citepress.com

Services à la personne

Gardiens Concierges

Résidence à 40 km à l' Ouest
de Paris. Recherche un
COUPLE
Résidence de 100 maisons
sur un parc de 40 ha
Références exigées pour
ces postes
1- Sous l' autorité d' un agent
de maîtrise gestion des espaces
verts et équipements communs.
Permis B.
37.5h/sem en été ,
32.5 h/sem en hivers
2-Assurera sous la
responsabilité du trésorier,
le secrétariat, la comptabilité
et l' accueil de la résidence.
35h/sem
UNE MAISON DE FONCTION
EST A DISPOSITION
REMUNERATION : 1 400€ BRUT
PAR PERSONNE +
700 € avantage en nature
par personne
Poste à pourvoir sous
2 à 3 mois.
ADRESSE MAIL :
recrut.md@orange.fr

Formation Santé Emplois divers

Professions médicales

HENON
Commune de 2200 habitants en
Côtes d'Armor, proche
du littoral et de la ville
de Saint Briec (20 min)
recherche h/f
Médecin généraliste
Renseignements auprès
de Monsieur le Maire
Thierry Andrieux.
TÉL : 02.96.73.40.60

DEMANDES

Hôtellerie Restauration Loisirs

75 - H Rech. Emploi Cuisinier
Cuisinierbonne exp cherche
place sur Paris ou Ile de France
Tél : 06.95.25.90.22

Industrie

94 - H Rech. Emploi
Chaudronnier, tôlier, soudeur
p3. Sachant, tracer, plier, arc,
chalumeau en cdi ou cdd, dans
le val de marne ou Essonne.
Tel 06 98 35 58 83

Vos annonces par tél. 01 40 10 52 70 e-mail : paemploi@amaurymedias.fr ou sur leParisien.fr, rubrique Annonces



ACHETEZ EN LIGNE VOTRE ANNONCE DANS LE PARISIEN

En moins d'une minute

- 1 Rédigez et mettez en forme vos annonces grâce à nos modèles en ligne.
- 2 Visualisez immédiatement votre commande : annonce, tarif, récapitulatif de réservation.
- 3 Payez en ligne par carte bancaire en toute sécurité.
- 4 Recevez un justificatif de parution et une facture par mail dès publication de votre annonce dans le journal.

sur notre site du Parisien
www.annoncesleparisien.fr

pour plus de renseignements, contactez-nous au 01-40-10-56-56

La gamme Transit

dès 99 €^{HT/mois*}

Du 15 octobre au 15 novembre



Ça ne vous coûtera plus autant de travailler.



*Crédit-bail pour un Ford Transit Courier Ambiente 1.5 TDCi 75 ch Type 05-14 (tarif au 15/07/15). Offre sur 60 mois, hors prestation perte financière. **Carte grise non incluse. Prix de vente de 9 055 € HT.** Montant de l'option d'achat en cas de levée de l'option : 5% avec un premier loyer de 35% et 59 loyers de 99 € HT, coût total en cas d'acquisition : 9 463,08 € HT. **Offre non cumulable réservée aux professionnels** valable jusqu'au 15/11/2015, sous réserve d'acceptation du dossier par FCE Bank Plc France/Ford Lease crédit-bail, 34 rue de la Croix de Fer - 78174 St-Germain-en-Laye Cedex. SIREN 392 315 776 00071 RCS Versailles, n° ORIAS : 07 031709. Offre valable sauf modification du tarif constructeur, ou de la réglementation fiscale (variation du taux de TVA, etc.). Modèles présentés de gauche à droite : Transit Courier Trend 1.5 TDCi 75 ch Type 05-14 avec options à **150 € HT/mois**, Transit Connect L1 Trend 1.6 TDCi 75 ch Type 09-13 avec options à **168 € HT/mois**, Transit T310 L3H2 Trend 2.2 TDCi 100 ch Type 01-14 avec options à **245 € HT/mois**, Transit Custom 270 LIH1 Limited 2.2 TDCi 125 ch Type 09-12 avec options à **240 € HT/mois**.

Ford France, 34, rue de la Croix de Fer - 78122 St-Germain-en-Laye Cedex. SIREN 425 127 362 RCS Versailles.

ford.fr



Go Further