

le Mag de l'Entrepreneur

JURIDIQUE

8

CRÉER ET GÉRER UNE MARQUE COMMERCIALE.

STRATÉGIE

10

ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX. IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE DE L'ENTREPRISE : PENSEZ AUX ZONES D'EXONÉRATIONS FISCALES.

DÉVELOPPEMENT DURABLE

16

LOW-TECH : UN NOUVEAU REGARD SUR LES TECHNOLOGIES QUI FAIT LA PART BELLE À L'ARTISANAT.

COMPRENDRE ET MANAGER LES JEUNES



DIPLÔME



TÉLÉTRAVAIL



BIEN-ÊTRE



RÉSEAUX SOCIAUX



HIÉRARCHIE



TEAM BUILDING



SALAIRE

Etre adhérent au C.G.A. FRANCE présente de nombreux avantages

- **Vous tirez parti d'un dispositif d'accompagnement, d'assistance et de prévention :**

L'examen de cohérence, de concordance et de vraisemblance de votre déclaration professionnelle, le dossier de gestion et l'examen périodique de sincérité vous prémunissent des risques éventuels d'une vérification fiscale et vous aident à mieux suivre votre gestion et à anticiper les éventuelles difficultés.

De plus, nos bureaux régionaux sont toujours à votre disposition et à votre écoute pour toutes vos questions.

- **Vous recevez régulièrement des informations au travers de la revue bimestrielle Le Mag de l'Entrepreneur :**

Les évolutions fiscales, comptables, sociales et juridiques (thèmes dont nous avons toujours à cœur de vous tenir informés) sont abordées dans cette revue.

- **Vous pouvez participer à des webinaires mensuels gratuits :**

Centrée sur la TPE, notre offre de formation vous permet d'acquérir des connaissances dans les domaines de la fiscalité, du droit, de la gestion et de la législation sociale.

Avec le souci de vous aider et la satisfaction de vous servir,

Votre organisme de gestion agréé




C.G.A. FRANCE

Bureau Angers


 02 41 91 50 80

 contact.centre.de.gestion.agree@fiducial.fr


 60 rue du Bon Repos - CS 40125
49001 ANGERS CEDEX 01

 www.cga-france.fr

Bureau Lyon

 04 72 20 76 87

 contact.centre.de.gestion.agree@fiducial.fr

 6 rue Gorge de Loup - CS 90412
69338 LYON CEDEX 09

 www.cga-france.fr

Tous droits de reproduction réservés sauf autorisation expresse de « **Le Mag de l'Entrepreneur** ».

Les informations contenues dans les articles signés sont publiées sous la responsabilité de leurs auteurs.

Bulletin édité pour la Fédération des Centres de Gestion Agréés par :

CGA Diffusion SAS, 8 B, rue du Patis Tatelin CS 90805 35708 Rennes Cedex 7

Directeur de la publication :

David Blanchard

Responsable conception, réalisation et suivi de la diffusion :

Sahouly LAIR

2 rue Meissonier, 75017 Paris,

Tél. 01 42 67 98 08

Site internet : www.cgadiffusion.com

Maquette, conception et réalisation :

© JULIEN-Jobup Communication

Illustrations :

Emvé

Tél. 03 20 24 20 63

Crédits photos :

© Imprimerie JULIEN - Shutterstock

Impression :

Imprimerie JULIEN - 62 DIVION

Tél. 03 21 62 30 40

Dépôt légal à parution :

N° ISSN 3000-2664

Commission paritaire :

N° 0625 G 89624

Abonnement annuel/6 numéros :

3,81€.

Ce numéro a été tiré à :

16 545 exemplaires

Sous l'égide de la Fédération des Centres de Gestion Agréés.



FÉDÉRATION DES CENTRES DE GESTION AGRÉÉS



Suivez-nous sur les réseaux sociaux !



3 SERVICES POUR MUSCLER LA COMPÉTITIVITÉ DESTPE !



David Blanchard
Président de la FCGA

Dans un environnement économique toujours plus concurrentiel, la Fédération des centres de gestion agréés (FCGA) se mobilise pour renforcer la compétitivité des TPE adhérentes d'un organisme de gestion agréé. Comment ? En développant les compétences des collaborateurs, en réduisant les frais généraux des petites entreprises et en aidant celles-ci à bénéficier d'aides publiques trop souvent méconnues. Concrètement, la FCGA a noué des partenariats stratégiques avec trois opérateurs majeurs : la plateforme d'autoformation **Skilleos**, la centrale d'achat **Dynabuy** et le site Mes Aides Publiques Infogreffe (**MAPI**). Trois partenaires de choix qui, chacun dans son domaine, deviendra l'allié précieux des professionnels qui feront le choix de bénéficier de leurs services à des conditions préférentielles, spécialement négociées par la FCGA.

Passons-les en revue :

Skilleos, plateforme d'autoformation en ligne, propose un catalogue de plus de 1 400 cours couvrant un large éventail de domaines : vie professionnelle mais aussi loisirs, bien-être... Pour un tarif annuel de 2,75 € TTC, les adhérents ont accès à une formation continue pour acquérir de nouvelles compétences et faciliter leur adaptation aux évolutions du marché.

Infos : <https://www.skilleos.com/>

Dynabuy a une mission claire : offrir aux TPE-PME les mêmes avantages que les grands groupes en mutualisant les achats de milliers d'entreprises de taille modeste. Cette centrale d'achat vous ouvre les portes de 95 fournisseurs qui vous réserveront leurs meilleurs prix. De quoi faire le plein d'économies et améliorer ainsi les performances de votre entreprise.

Infos : <https://www.dynabuy.fr/>

Mes aides publiques Infogreffe (MAPI) maximise votre potentiel de financement sans vous perdre dans le maquis des aides. Identification des soutiens auxquels vous avez droit, veille individualisée, accompagnement dans les démarches... : ce service complet vous aidera à décrocher tous les appuis financiers utiles à la réalisation de votre projet...

Infos : <https://mesaidespubliques.infogreffe.fr/>

Ces services offrent des avantages concrets aux adhérents des OGA. N'hésitez pas à saisir cette opportunité pour en profiter vous aussi !

SOMMAIRE

02

SERVICES

Entrepreneurs, professionnels libéraux. La FCGA vous propose 3 nouveaux services : Dynabuy, Skilleos, Mapi !

04

ACTUS EN BREF

Entrepreneurs, professionnels libéraux. Fiscal, social, juridique et profession.

06

MANAGEMENT

Entrepreneurs, professionnels libéraux. Comprendre et manager les jeunes.

08

JURIDIQUE

Créer et gérer une marque commerciale.

10

STRATÉGIE

Entrepreneurs, professionnels libéraux. Implantation géographique de l'entreprise : pensez aux zones d'exonérations fiscales.

12

FLASH INFOS

14

ASTUCES ET CONSEILS

Des astuces pour gérer son temps.

15

ÉVÈNEMENTS À NE PAS MANQUER

Bien préparer les journées du patrimoine.

16

DÉVELOPPEMENT DURABLE

Low-tech : un nouveau regard sur les technologies qui fait la part belle à l'artisanat

18

SANTÉ

Entrepreneurs, professionnels libéraux. Le sport : pourquoi ça rend plus fort (sur tous les plans) !

ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX FISCAL

BNC : LA RENONCIATION À RECETTES N'ÉVITE PAS L'IMPOSITION

L'administration a la possibilité de réintégrer dans les bénéfices non commerciaux d'un professionnel libéral des recettes que ce dernier a renoncé à percevoir directement. Ainsi, faire transiter une partie des redevances de collaboration via une société civile immobilière dans laquelle le professionnel libéral possède la majorité des parts ne permet pas de faire échec à l'imposition

de ces recettes dans le cadre de l'**activité BNC** (Cour administrative d'appel de Lyon 18.4.2024, n° 22LY01640).

À noter : pour échapper à cette imposition, il aurait fallu, à minima, que le professionnel libéral démontre l'existence d'une contrepartie équivalente à cette renonciation de recettes ou qu'il la justifie par un motif légitime.

SOCIAL

LES AIDES À L'ALTERNANCE EN 2024

L'aide exceptionnelle aux contrats de professionnalisation, qui était prévue pour les contrats conclus jusqu'à la fin de 2024, a été finalement supprimée pour les contrats conclus à partir du 1^{er} mai 2024, soit huit mois avant l'échéance initiale. Les contrats conclus jusqu'au 30 avril 2024 continuent toutefois d'ouvrir droit à l'aide, dans les conditions antérieures (décret 2024-392 du 27.4.2024, JO du 28).

En pratique, il ne reste aux employeurs que les aides classiques

pour l'embauche d'un salarié en contrat de professionnalisation : l'**aide forfaitaire de France Travail** pour l'embauche d'un demandeur d'emploi de 26 ans ou plus, et l'**aide de l'Etat** pour l'embauche d'un demandeur d'emploi de 45 ans et plus.

Par ailleurs, les aides à l'apprentissage ne sont pas modifiées pour le moment. Notamment, l'aide exceptionnelle à l'apprentissage reste en vigueur pour les contrats conclus jusqu'au 31 décembre 2024.

SALARIÉS : LES DROITS À CONGÉS PAYÉS PENDANT UN ARRÊT MALADIE

Depuis le 24 avril 2024, une période d'arrêt de travail d'un salarié pour maladie ou accident, professionnel ou non professionnel, est désormais considérée comme du temps de travail effectif permettant au salarié d'acquérir des congés payés.

Le nombre de jours de congés acquis pendant un arrêt pour accident ou maladie d'origine non professionnelle est toutefois limité à 2 jours ouvrables par mois et 24 jours ouvrables (soit 4

semaines) par période de référence (loi 2024-364 du 22.4.2024, JO du 23).

À noter : cette limite ne concerne pas les arrêts pour accident du travail ou maladie professionnelle pour lesquels le salarié continue d'acquérir 2,5 jours de congés payés par mois dans la limite de 30 jours ouvrables (soit 5 semaines) par an.

UN GUIDE POUR L'ORGANISATION DU TRAVAIL PENDANT LES JO

Les Jeux olympiques et paralympiques 2024 auront des impacts sur le fonctionnement au quotidien des entreprises et l'organisation du travail des salariés. C'est pourquoi le Ministère du travail et de l'emploi a publié un guide sur son site internet qui vise à accompagner les entreprises et les professionnels dans l'organisation du travail durant cette période. Ce guide peut être téléchargé sur la page internet du ministère : <https://travail-emploi.gouv.fr/>, rubrique actualités.

JURIDIQUE

FACTURATION : NON-CUMUL DES PÉNALITÉS ET DES INTÉRÊTS DE RETARD

Les conditions générales de vente des entreprises, entre professionnels, doivent prévoir des pénalités en cas de retard de paiement des factures. Mais selon la Cour de cassation, ces pénalités de retard constituent un intérêt moratoire et ont donc la même nature que l'intérêt légal prévu par le code civil en cas de

retard de paiement. Par conséquent, lorsqu'une de ses factures est impayée, une entreprise ne peut pas réclamer à la fois les pénalités de retard mentionnées dans ses conditions générales de vente et les intérêts légaux prévus par le code civil (chambre commerciale 24.4.2024, n° 22-24275).



LA CERTIFICATION DES PROFESSIONNELS DE SANTÉ SUR LES RAILS

Après l'entrée en vigueur de l'obligation périodique de certification depuis le 1^{er} janvier 2023, un décret récent détermine les modalités de cette certification pour les professionnels de santé libéraux ou salariés (médecins, chirurgiens-dentistes, sages-femmes, pharmaciens, infirmiers, masseurs-kinésithérapeutes et pédicures-podologues). Les professionnels de santé devront ainsi suivre et réaliser des actions de certification dans un cadre de référence préétabli portant sur **quatre axes : actualiser les connaissances et les compétences, renforcer la qualité de la pratique professionnelle, améliorer les relations avec les patients et mieux prendre en compte sa santé personnelle.**

À noter que ce nouveau dispositif prend notamment en compte les actions réalisées au titre du développement professionnel continu (DPC), de la formation continue et de l'accréditation des spécialités médicales à risque. Pour les accompagner dans cette démarche, une plateforme numérique sera mise à disposition des professionnels de santé pour permettre la gestion des comptes individuels et la consolidation de l'ensemble des données de certification. Enfin, un Conseil national de la certification périodique (CNCP) fixera le cadre du dispositif tout en assurant sa bonne application (décret 2024-258 du 22.3.2024, JO du 24).

PROFESSION

AVOCATS : HONORAIRES FACTURÉS PAR CONVENTION D'ABONNEMENT

Des honoraires forfaitaires d'avocat, payables périodiquement en application d'une convention d'abonnement conclue avec une entreprise cliente, doivent faire l'objet d'une facturation conforme aux dispositions du code de commerce. Ainsi, les factures mensuelles de l'avocat ne peuvent se borner à faire référence au contrat d'abonnement sans préciser ni les actes, ni les consultations effectuées, ni leur date. Au contraire, toute facture d'avocat doit mentionner les prestations facturées ainsi que leur date, même si les honoraires sont forfaitaires et payables périodiquement (Cour de cassation 2^e chambre civile, 4.4.2024, n° 22-17123).

PÉDICURES-PODOLOGUES : UN NOUVEAU CODE DE DÉONTOLOGIE

Le Code de déontologie des pédicures-podologues, initialement publié en 2007, connaît une nouvelle actualisation avec une version qui a fait l'objet de la publication d'un décret au Journal Officiel du 8 avril 2024. Des modifications ont été apportées sur certains articles du code de la santé publique visant à l'aménager et à l'actualiser, en l'harmonisant avec les autres codes de déontologie des professions de santé, tout en responsabilisant davantage les pédicures-podologues. Le décret clarifie notamment les actions attendues du professionnel lorsque ce dernier est confronté à des situations de sévices. Code à télécharger sur <https://www.onpp.fr/deontologie/le-code-de-deontologie/>

TABLEAU DE BORD

SMIC : 11,65 €/heure au 1.1.2024 (soit 1 766,92 €/mois sur la base de 35 heures hebdomadaires).

Minimum garanti (MG)
au 1.1.2024 : 4,15 €.

Plafond SS : 3 864 €/mois
du 1.1.2024 au 31.12.2024.

Indice Insee des prix à la consommation (ensemble des ménages, tabac inclus) :
118,47 en mars 2024, soit +0,2 % en un mois et +2,3 % en un an.

Indice Insee du coût de la construction : 2162 au 4^{ème} trimestre 2023, soit +5,36 % en un an.

Indice des loyers commerciaux (ILC) :
132,63 au 4^{ème} trimestre 2023, soit +5,22 % en un an, +14,54 % en 3 ans et +22,27 % sur 9 ans.

Taux ESTER (ex-Eonia) :
3,894 % au 31.04.2024.

Taux moyen des découverts
au 1^{ème} trimestre 2023 : 14,01 %.

Taux de l'intérêt légal professionnel :
5,07 % au 1^{er} semestre 2024.



ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX COMPRENDRE ET MANAGER LES JEUNES

Paresseux, individualistes, égoïstes, réfractaires à l'autorité... les préjugés sur les jeunes ne manquent pas ! Pourtant, les études sont formelles : si beaucoup deviennent plus exigeants en termes de conditions de travail, ils se sentent également plus impliqués en entreprises. À elles de s'adapter pour accueillir au mieux ces nouveaux salariés.

« Bien sûr qu'on n'arrête pas de me dire que ma génération ne veut pas bosser, alors qu'en réalité c'est juste qu'on n'accepte plus de se faire marcher dessus par les entreprises ! », lance Laurène Levy⁽¹⁾, influenceuse de 27 ans engagée sur le droit du travail

dans une vidéo Tik Tok qui a fait 250 000 vues en décembre dernier⁽²⁾. Une réaction somme toute considérée comme normale par ses contemporains. Mais qui déstabilise bien des recruteurs.

JEUNESSES PLURIELLES

Mais de quels jeunes parle-t-on exactement ? La dernière génération qui commence à affluer sur le marché du travail est née entre 1996 et 2010. Communément appelés la **Génération Z**, ils diffèrent des millenials (la **Génération Y**) déjà bien installés. D'un point de vue économique, une catégorie s'en sort mieux que les autres sur le marché du travail : les jeunes les plus diplômés. Les résultats d'une enquête du **Céreq**⁽³⁾ montrent que si d'une part leur salaire est plus élevé, leur taux de chômage est également plus bas (7 % pour les bac + 5 contre 20 % tous niveaux confondus et 50 % pour les non diplômés). « Il n'y a pas une jeunesse, il y a des jeunesse et le niveau de diplôme influence le lien au travail et la satisfaction dans le travail », explique Manuelle Malot, directrice carrières à l'**Edhec Business School**⁽⁴⁾ et fondatrice du **NewGen Talent Centre**, un centre

d'expertise sur le comportement des jeunes diplômés de moins de 30 ans. Or, parallèlement, depuis les années 2000 les parcours d'insertion tendent sensiblement à se dégrader et on assiste à une plus grande précarisation de la jeunesse. « Le contexte socio-économique pèse bien plus que l'âge sur le rapport au travail », affirme Romain Juston Morival, maître de conférences en sociologie à l'**Université de Rouen Normandie**⁽⁵⁾. Pour lui les jeunes ne sont pas moins engagés par nature dans leur travail, ils sont juste plus fragiles et précaires. Ils ne se reconnaissent plus dans le modèle économique des années 80 et 90 où les projets d'évolutions se faisaient sur 10 ans, avec une soumission au rythme de l'entreprise. **À noter également** de nouvelles fragilités comme les difficultés pour se loger, et le fait qu'ils soient souvent aidants (20 % contre 17 % dans l'ensemble).

MOINS LE REFLET DE L'ÂGE QUE CELUI DE L'ÉPOQUE

En plus de cette conjoncture socio-économique peu favorable, ces jeunes qui bouleversent les codes n'ont pas eu la même enfance que leurs aînés. Ils ont grandi avec un « **bruit de fond** » les questions sur l'urgence climatique et beaucoup souffrent d'une éco-anxiété qui les empêchent d'anticiper. « Je n'arrive pas à me projeter », affirme ainsi Dimitri, 18 ans, « C'est angoissant. La société a déjà changé par rapport à celle de mes parents. Mais pour moi elle va encore très vite bouger », renchérit Mélodie, 19 ans⁽⁶⁾. Parallèlement, ils se sont construits avec Internet et les réseaux sociaux. Ce sont des zappeurs, qui préfèrent travailler sous forme de « **missions** » que dans la projection d'une carrière longue concentrée sur la même activité. Selon une **étude du NewGen Talent Centre**, la durée moyenne du premier emploi était de **3 ans pour la Génération X** (1965-80), de **23 mois pour la Génération Y** (1980-95) et de **18 mois pour la Génération Z** (né après 1995 ndlr). Le marché du travail étant favorable aux jeunes diplômés (de part les problèmes récurrents de recrutement pour les entreprises notamment), il leur est facile de changer souvent d'employeur. En outre, ils ont vu la parole se

libérer sur les questions de santé mentale et de conditions de travail toxiques, et obtiennent à portée de clics beaucoup plus d'informations, notamment sur les droits du travail, par exemple le **droit à la déconnexion** qui est un élément important pour eux. La crise du Covid-19 est aussi passée par là, ouvrant la part belle à de nouveaux rythmes plus flexibles, via le **télétravail** par exemple. La bonne nouvelle, c'est que ces jeunes font attention à leur santé et ne s'embarrassent plus de filtres pour justifier leur état et leurs potentielles absences. On peut ainsi espérer que cette génération subira moins de burn-out que la précédente. Une étude menée sur l'absentéisme des jeunes⁽⁷⁾ montre par exemple que 58 % des 18-34 ans se sont vu prescrire au moins un arrêt de travail en 2023, (contre 50 % de l'ensemble des salariés) dont 16 % pour motif psychologique. 54 % des moins de 30 ans se disent épuisés professionnellement (43 % en 2018), 47 % sont stressés par le travail, et 23 % consomment des anxiolytiques, somnifères ou antidépresseurs (contre seulement 9 % en 2014), un taux supérieur à celui des managers.

(1) @laulevy sur les réseaux sociaux

(2) « Le monde du travail quand tu es une GenZ », Tik Tok, décembre 2023

(3) « Quand l'école est finie - Portrait statistique des premiers pas dans la vie active de la Génération 2017 », p.63, Centre d'études et de recherches sur les qualifications (Céreq), décembre 2022

(4) École Des Hautes Études Commerciales du Nord, dotée de plusieurs campus : Lille, Paris, Nice, Londres, Singapour...

(5) « Plus de flexibilité dans l'entreprise, une solution pour limiter l'absentéisme des jeunes », netPME, novembre 2023

(6) « Dans la tête des éco-anxieux, une génération face au dérèglement climatique », étude du Forum français de la jeunesse et de la fondation Jean-Jaurès, octobre 2022

(7) « Absentéisme des jeunes : désengagement ou mutations du travail ? », webconférence Cnam-Malakoff Humanis, novembre 2023

EN QUÊTE DE SENS ET DE BIEN-ÊTRE

Pour se sentir bien au travail, les jeunes doivent donc trouver du sens dans ce qu'ils font et s'y sentir pris en considération. « Ce n'est pas un élément qui était très fort dans les générations précédentes, les plus anciens n'attendaient pas que leur travail, leur employeur réponde à cette quête de sens. Ils allaient chercher dans leur vie familiale, sociale, en s'investissant dans des associations... mais les générations ne sont pas les enfants de leurs parents, ce sont ceux de leur époque », indique Manuelle Malot. Une quête de sens qui s'appuie sur l'impact environnemental de l'entreprise, mais aussi sur l'impact social de l'employeur (diversité, inclusion...). Chez les Gen Z bac +5 par exemple, les engagements sociaux (respect du bien-être au travail, mixité, égalité salariale...) arrivent en tête (56 %), devant les engagements économiques (45 %)(8). « Pour les jeunes, le travail n'est pas une fin en soi, mais un moyen de se construire, d'expérimenter, de se sentir heureux, de se sentir bien », affirme Elodie Gentina, enseignante chercheuse à l'**IESEG School of Management**, autrice de plusieurs ouvrages sur la Génération Z(9). Une étude menée auprès de 5 000 actifs dont 3 000 jeunes de moins de 30 ans montre ainsi que ces der-



niers sont plus nombreux de leurs aînés à considérer leur travail comme aussi (voire plus) important que les autres pans de leur vie : 47 % des 18-29 ans contre 36 % des 45-65 ans(10).

REPENSER LES RAPPORTS DE HIÉRARCHIE

Si les problématiques liées au management transgénérationnel ne sont pas nouvelles, certains nouveaux codes impactent suffisamment la vie de l'entreprise pour que les recruteurs s'en inquiètent. « Un néo-arrivant sur deux ne va pas au bout de sa période d'essai, bien souvent de son propre chef. Le respect des horaires est un problème récurrent. Je cherche une manière de faire cohabiter le mieux possible leur ressenti et le nôtre », explique une responsable RH d'une cinquantaine d'années. « Les entreprises vont devoir muter et s'adapter à ces jeunes salariés », approuve Julie Catoli, référente pédagogique pour l'**agence de formation Action First à Toulouse**. « Les entreprises prennent conscience qu'elles sont complètement à côté de la plaque et que ce n'est pas en mettant un **baby-foot** dans la salle de pause ou en restaurant du **faux fun** que l'on répond à leurs attentes », renchérit Emmanuelle Borrits, directrice du **cabinet Obvious et spécialiste du management co-responsable**(11). Et Elodie Gentina de poursuivre : « On voit qu'aujourd'hui un jeune ne va plus respecter un manager uniquement en se disant **Il est plus âgé que moi**. Pour eux, un bon manager est un manager qui est doté de **soft skills**, c'est-à-dire de compétences humaines. C'est un manager qui aura bien évidemment



des **hard skills** (compétences techniques, ndr) mais qui sera aussi bienveillant, empathique. Les jeunes ont besoin de retours fréquents sur leur travail pour se sentir valorisés, impliqués dans l'aventure et surtout comprendre le sens de ce qu'ils font. L'autorité on l'a toujours, mais elle est en train d'évoluer ! », affirme la chercheuse. Et quand l'entreprise ne respecte pas le contrat, force est de constater que les jeunes recrutés n'hésitent pas à claquer la porte !

CONSEILS RH POUR ATTIRER ET FIDÉLISER LA NOUVELLE GÉNÉRATION

- S'intéresser à des outils misant sur l'humain** et la communication, comme la méthode d'ingénierie **logicielle Agile** ou le **triangle de Karpman** qui décrit comment se jouent les enjeux psychologiques inconscients dans les relations interpersonnelles ;
- Investir sur la RSE** (responsabilité sociale des entreprises) est un bon moyen de doper sa « **marque employeur** » ;

- Être plus transparent**, notamment sur les questions salariales, une valeur qui raisonne bien chez les jeunes ;
- Encourager l'esprit d'équipe**, en impliquant les salariés dans les affaires de l'entreprise (recrutement, communication, projets internes...) lors de réunions type « **team building** »(12) par exemple.

(8) « Etude & Index RSE 2023:quelle importance les jeunes bac+5 en recherche d'emploi accordent-ils aux engagements RSE des employeurs ? », Universum, janvier 2024

(9) « Les jeunes ont-ils vraiment un problème avec le travail ? », Les Echos, avril 2024

(10) « Un portrait positif des jeunes au travail : au-delà des mythes », Terra Nova et Apec, février 2024

(11) « Gen Z vs Boomers - Enquête sur le clash des générations en entreprise », Society, avril 2024

(12) « Renforcement d'équipe » en français

CRÉER ET GÉRER UNE MARQUE COMMERCIALE

Tout professionnel ou toute entreprise peut créer et déposer une marque auprès de l'Institut national de la propriété industrielle (Inpi). Après cet enregistrement, on peut ensuite utiliser cette marque, la céder, ou même y renoncer. Mode d'emploi.

Une marque est un signe qui sert à identifier et distinguer vos produits ou vos services de ceux de vos concurrents. Il peut s'agir d'un mot ou d'un nom propre, d'un slogan, d'un ensemble de chiffres et de lettres, d'un dessin ou d'un logo ou d'une combinaison de ces différents éléments, comme un dessin et un nom avec un graphisme particulier. Depuis la réforme du droit des marques de 2019, il n'y a plus d'obligation de représentation graphique d'une marque. Ainsi, il est possible de demander l'enregistrement de marques graphiques ou non graphiques dès lors que ces dernières peuvent faire l'objet d'une représentation au moyen de fichiers audio, vidéo ou audiovisuel. Bien entendu, ces signes doivent être distinctifs et disponibles pour pouvoir devenir des marques déposées et protégées. **Attention** : le dépôt d'une

marque ne doit pas porter atteinte à des droits antérieurs. Par exemple, on ne peut pas déposer un nom qui a déjà fait l'objet d'une marque antérieure ou qui est déjà utilisé par une autre entreprise dans le même domaine. De même, on ne peut pas utiliser non plus des termes qui pourraient tromper les consommateurs sur la nature, les caractéristiques ou la provenance du produit, ou des mots ou des expressions contraires à l'ordre public ou aux bonnes mœurs ou des signes officiels protégés.

À noter : au moment du dépôt de la marque, vérifiez qu'elle est disponible, c'est-à-dire qu'elle ne reproduit pas ou n'imité pas un signe déjà protégé ou une marque connue mais non protégée. L'INPI, en effet, n'est pas habilité à vérifier la disponibilité de votre marque.

ENREGISTRER LA MARQUE

Le dépôt de la marque à l'INPI permet d'obtenir un monopole d'exploitation sur le territoire français pour une période de dix ans, renouvelable indéfiniment. L'entreprise sera ainsi la seule à pouvoir utiliser cette marque, afin de pouvoir commercialiser et promouvoir ses produits ou ses services. Le dépôt à l'INPI permet également de poursuivre en justice toute entreprise ou toute personne qui imiterait ou utiliserait votre marque.

Le dépôt peut être effectué à tout moment. Mais, en pratique, plusieurs étapes sont nécessaires.

Avant le dépôt, il faut d'abord déterminer les produits ou services concernés, vérifier que la marque est disponible (en effectuant une recherche d'antériorité) et remplir un formulaire de dépôt. À noter que les produits sont rangés par classes. Cette classification est internationale et permet d'effectuer des recherches de disponibilité. Elle permet aussi de connaître le montant des redevances à verser, le coût d'un dépôt de marque étant déterminé par le nombre de classes sélectionnées.

À noter : le service de recherche de marque de l'Inpi est gratuit. Mais il est également possible de commander une recherche d'antériorité (payante) à l'Inpi.

Dans tous les cas, le dossier de dépôt de marque ne peut être effectué que par voie électronique. L'Inpi propose un outil simple et rapide, incluant une aide en ligne et un espace de paiement sécurisé. Après ce dépôt, l'Inpi adresse au demandeur un accusé-réception portant la date, le numéro national de son dépôt, les classes visées ainsi que la date de la publication du dépôt au Bulletin officiel de la propriété industrielle (**Bopi**). Les tarifs concernant le dépôt d'une marque sont consultables en ligne.

Attention : toute personne propriétaire d'une marque antérieure sur le signe ou le nom déposé, peut, pour préserver les droits qu'elle considère détenir sur sa marque, faire opposition auprès de l'Inpi dans un délai maximum de deux mois à compter de la publication de la demande d'enregistrement au Bopi. Si cette opposition aboutit, la demande d'enregistrement de la marque sera rejetée.

PROTÉGER SA MARQUE À L'ÉTRANGER

La protection accordée par l'INPI est valable seulement sur le territoire français. Quand une entreprise ou un professionnel travaille avec des pays étrangers, il peut y avoir un intérêt à étendre la protection de la marque à d'autres pays.

Il est d'abord possible de protéger une marque sur l'ensemble de l'Union européenne par un dépôt unique. Par rapport à l'enregistrement international, la marque communautaire présente plusieurs avantages :

- il s'agit de l'enregistrement d'une marque unique protégée dans 28 Etats, et non de l'enregistrement d'un portefeuille de marques nationales ;
- le dépôt de la marque communautaire peut être effectué directement, alors que le dépôt international (voir ci-après) nécessite une marque nationale ou communautaire ;
- il existe une procédure unique d'action en contrefaçon au niveau européen.

Toutefois, l'indisponibilité de la marque dans un seul pays remet en cause l'enregistrement de la marque communautaire. Le dépôt d'une marque communautaire exige donc d'importantes recherches d'antériorité.

Les formulaires de demande de marque communautaire doivent être remplis en ligne auprès de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (**EUIPO**) ou des services centraux de la propriété industrielle des états membres (**Inpi pour la France**).

Seconde possibilité : l'enregistrement international de la marque. En effet, une marque, à condition qu'elle ait été préalablement déposée en France, peut être également déposée au bureau international de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (**OMPI**) situé en Suisse. Ce dépôt se fait par l'intermédiaire de l'Inpi. Il permet d'étendre la protection, pendant une durée de 10 ans renouvelable, dans un ou plusieurs des pays. Avant l'expiration de cette période, un second versement doit être effectué pour proroger la validité de l'enregistrement d'une nouvelle période de 10 ans. Le bureau international adresse un rappel au titulaire de la marque six mois avant la date prévue pour le renouvellement.

À noter : le coût du dépôt d'une demande dépend du nombre de pays pour lesquels vous souhaitez protéger votre marque. Mais il est plus économique de recourir aux systèmes de la marque communautaire ou de la marque internationale que d'effectuer des dépôts dans plusieurs pays séparément.

RENOUVELER L'ENREGISTREMENT DE LA MARQUE

Une marque peut être protégée indéfiniment à condition qu'elle soit renouvelée **tous les dix ans**. Au terme de ce délai, il est donc nécessaire de procéder au renouvellement de l'enregistrement. Cependant, au moment de ce renouvellement, on ne peut pas ajouter de nouveaux produits ou services ni modifier le modèle de la marque (le visuel ou le logo, par exemple). Des changements de ce type doivent faire l'objet d'un nouveau dépôt. Il est toutefois possible d'éviter l'application de cette règle en procédant à un renouvellement anticipé associé à un nouveau dépôt. Ce système permet de disposer pour l'avenir d'une même date de renouvellement, et ceci, pour deux marques qui seront « **associées** ». En revanche, vous pouvez retirer des produits ou services ou procéder à un reclassement en cas de changement de la classification internationale. Pour renouveler la marque après les dix premières années de protection, il faut agir dans les six mois précédant le dernier jour du mois anniversaire du dépôt. Par exemple, une marque déposée le 15 juillet 2024 pourra être renouvelée du 31 janvier 2034 au 31 juillet 2034 inclus. Toutefois, le renouvellement est encore possible dans un délai supplémentaire de six mois à compter du lendemain de la date d'échéance, mais il faut alors payer une redevance de retard. **Rappel** : l'enregistrement d'une marque communautaire doit être renouvelé tous les dix ans, comme une marque nationale.



DÉFENDRE SA MARQUE

En cas d'atteinte à une marque, il est possible d'exercer une action en contrefaçon devant les juridictions civiles ou pénales. En outre, depuis 2020, l'Inpi a une compétence exclusive pour certaines actions telles que les actions formées en déchéance, comme le défaut d'usage, et celles formées en nullité sur des motifs absolus (**absence de signe distinctif**) ou relatifs (**existence de droit antérieur**).

Devant les juridictions, les principales sanctions sont les suivantes :
- **des sanctions civiles** telles que l'interdiction d'utiliser le signe, la saisie des objets contrefaits et le versement des sommes obtenues

grâce à la vente des produits contrefaits. Des dommages et intérêts, variables en fonction de l'ampleur du préjudice, peuvent également être demandés à l'auteur de la contrefaçon ;

- **des sanctions pénales** : il s'agit d'une peine d'emprisonnement jusqu'à trois ans et/ou d'une amende de 300 000 €, majorée dans certains cas. À cela peuvent s'ajouter la fermeture temporaire ou définitive de l'entreprise fautive, l'interdiction définitive ou temporaire d'exercer une ou plusieurs activités professionnelles ou sociales, l'exclusion des marchés publics, la confiscation des produits, ...

RENONCER À UNE MARQUE

Une entreprise peut disposer de sa marque enregistrée selon ses intérêts et ses besoins, notamment en la cédant ou en la transmettant à une autre entreprise, et elle peut aussi y renoncer, en totalité ou en partie. Pour faire l'objet d'une renonciation auprès de l'INPI, la marque doit déjà être enregistrée. Ce doit être également une marque nationale : le Registre national des marques géré par l'INPI n'accepte pas les demandes de retrait ou de renonciation concernant les marques communautaires. Il n'accepte pas non plus les demandes concernant les marques internationales.

Seul le propriétaire de la marque inscrite au Registre national des marques, ou son mandataire, peut procéder à la renonciation. Si une partie de la marque a été vendue (**en cas de cession partielle**), chacun des copropriétaires doit également renoncer aux produits ou services dont il est propriétaire pour que la renonciation soit complète.

À noter : une renonciation, totale ou partielle, s'effectue après l'enregistrement de la marque. Un retrait de marque, total ou partiel, s'effectue quant à lui avant l'enregistrement de la marque.

LES TERMES À CONNAÎTRE

Une « **marque déposée** » (ou une marque en « **demande d'enregistrement** ») est une marque qui n'a pas encore été examinée par l'INPI ou qui est en cours d'examen, mais qui n'a donc pas encore été enregistrée.

Au contraire, une « **marque enregistrée** » est une marque qui a été examinée et enregistrée auprès de l'INPI.

L'enregistrement d'une marque confère des droits à son pro-

priétaire qui, sous certaines conditions, permettent d'empêcher les concurrents de l'utiliser sans autorisation préalable, empêchant ainsi la contrefaçon.

Mais la marque n'est protégée que pour les produits ou les services pour lesquels elle a été enregistrée. Toutefois, certaines marques renommées sont protégées même pour des produits et ou des services différents.

ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE DE L'ENTREPRISE : PENSEZ AUX ZONES D'EXONÉRATIONS FISCALES

Quand on souhaite créer une activité, agrandir son entreprise ou en reprendre une, une question est primordiale : où l'installer ? De ce choix peuvent découler plusieurs avantages stratégiques mais aussi fiscaux.

L'implantation d'une entreprise est un élément essentiel de son succès. Sa situation aura un impact important sur son réseau et ses interactions avec ses fournisseurs, ses clients et/ou ses salariés. Selon son type d'activité ou de territoire, le choix se portera

sur un emplacement plus ou moins intégré à la ville. Par ailleurs, afin de dynamiser certains espaces en incitant les entreprises à s'y installer, des zones de **revitalisation**, de **restructuration** ou des **bassins d'emploi** ont été créés.

LE LIEU DE L'ENTREPRISE : UNE STRATÉGIE CLEF DE SON DÉVELOPPEMENT

Évidemment, on n'a pas les mêmes besoins selon si on est un commerce, un professionnel libéral ou une activité artisanale. Avant d'opter pour un lieu en particulier, vous devez, en amont, déterminer des éléments clés du type d'endroit qui vous conviendrait selon le profil de votre clientèle, la concurrence, les prix... Si vous partez sur du locatif, le loyer doit respecter le business plan, au risque de mettre votre activité en difficulté dès le départ si les charges fixes sont trop élevées. À vous de bien évaluer vos besoins afin de pouvoir arbitrer le rapport **attractivité/prix** dans les endroits envisagés et trouver le lieu de plus adéquat. La réussite d'un prestataire de service, par exemple, dépend de sa visibilité. Mais il a aussi la possibilité de choisir de s'implanter auprès de clients potentiels s'ils sont regroupés dans une zone industrielle.

En revanche, s'il travaille seul et se déplace directement chez ses clients, il peut tout à fait utiliser son domicile comme siège social de son entreprise.

Les commerçants qui exercent leur activité en boutique doivent aussi valoriser leur visibilité et privilégient parfois les galeries commerciales aux grandes rues commerçantes du centre-ville.

Une entreprise spécialisée dans le négoce, quant à elle, mise sur l'accessibilité et doit choisir un endroit suffisamment facile d'accès pour permettre à ses fournisseurs d'effectuer les livraisons dans de bonnes conditions. La proximité avec des grands axes



rouliers est alors un critère important. Il en est de même pour une entreprise industrielle ou en rapport avec les transports, pour lesquelles il est davantage conseillé de s'installer en périphérie des villes.



CE QUI CHANGE EN 2024

La loi de finances 2024 a prolongé plusieurs de ces dispositifs, initialement prévus pour s'arrêter avant. C'est le cas des **ZFU-TE**, des **QPV** et des **BER** jusqu'à la fin de l'année 2024. Les **BUD** sont prorogés jusqu'à fin 2026 et les **AFR** jusqu'en 2027.

Il est à noter également qu'à compter du 1^{er} juillet 2024 les **ZRR** seront remplacées par un nouveau dispositif et un nouveau zonage : France ruralités revitalisation (**ZFRR**). À compter du 31 décembre 2024, **ZFRR** remplacera également les exonérations fiscales des **BER**.

PANORAMA DES DISPOSITIFS ZONES D'EXONÉRATION FISCALE

Certaines zones géographiques permettent de bénéficier d'avantages fiscaux et/ou d'aides à l'embauche intéressants. Ces zones sont généralement situées là où l'activité est encore

assez faible (mais en pleine évolution) pour encourager les entreprises à s'y installer. Petit tour d'horizon des principaux dispositifs existants :

<p>Les ZFU-TE : les zones franches urbaines territoires entrepreneurs</p>	<p>Elles correspondent à des quartiers de plus de 10 000 habitants considérés comme défavorisés. Les entreprises de moins de 50 employés exerçant une activité commerciale, artisanale, libérale ou industrielle peuvent bénéficier d'une exonération d'impôt sur les bénéfices (totale les 5 premières années, puis de façon dégressive les 3 années suivantes). Si cet allègement fiscal ne peut dépasser 50 000 € par an, il est à noter que pour chaque nouveau salarié employé à temps plein pour un minimum de 6 mois, le plafond est majoré de 5 000 €.</p> <p>La liste des ZFU-TE est à retrouver sur le site entreprendre.service-public.fr</p>
<p>Les QPV : les quartiers prioritaires de la ville</p>	<p>Anciennement zones urbaines sensibles, ils visent à soutenir l'attractivité et le développement des quartiers urbains en difficulté. Il en existe environ 1 300 en France métropolitaine et en outre-mer. Les TPE/PME qui s'y installent ou y étendent leur activité peuvent bénéficier d'une exonération de la cotisation foncière des entreprises (de manière totale pendant 5 ans puis d'un abattement dégressif jusqu'à 8 ans), et de la taxe foncière sur les propriétés bâties (TFPB) sur une durée de 5 ans. Autre avantage à s'implanter dans un QPV, vous pouvez bénéficier d'une aide financière à l'embauche pour le recrutement d'un salarié à temps plein : 5 000 € par an sur 3 ans pour un CDI et 2 500 € sur 2 ans pour un CDD d'au moins 6 mois. La liste des QPV est à retrouver sur le site legifrance.gouv.fr</p>
<p>Les ZRR : les zones de revitalisation rurale</p>	<p>Elles sont situées en campagne et considérées comme fragiles économiquement et socialement. Pour bénéficier d'avantages fiscaux à l'implantation, vous devez avoir une activité industrielle, commerciale, artisanale ou libérale, employant moins de 11 salariés. Les entreprises éligibles bénéficient d'une exonération d'impôt sur le revenu (IR) ou d'impôt sur les sociétés (IS) pendant 5 ans à 100 %, puis partielle les 3 années suivantes. Elles peuvent également bénéficier d'une exonération foncière sous certaines conditions et d'une exonération de charges patronales (assurances sociales et allocations familiales) pendant 1 an pour l'embauche de salariés. Retrouvez la liste des communes classées en ZRR sur le site observatoire-des-territoires.gouv</p>
<p>Les ZAFR : les zones d'aides à finalité régionale</p>	<p>Elles sont fixées par décret par la Commission européenne et correspondent à des territoires considérés en difficulté pour encourager les investissements et la création durable d'emploi. Ce dispositif s'adresse à des entreprises industrielles, commerciales ou artisanales nouvellement créées.</p> <p>Les exonérations portent sur l'impôt sur les bénéfices (2 ans en totalité et de manière dégressive les 3 années suivantes) ; la cotisation foncière des entreprises (CFE) (exonération totale ou partielle sur 5 ans maximum) et la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) pour les entreprises éligibles à l'exonération de la CFE. Retrouvez la liste des communes classées en zones AFR en France sur le site observatoire-des-territoires.gouv</p>
<p>Les ZRD : les zones de restructuration de la défense</p>	<p>Elles sont des zones du territoire français affectées par la réorganisation des unités militaires. Les entreprises qui s'y installent peuvent bénéficier d'exonérations d'impôts sur les bénéfices, de cotisation foncière des entreprises (CFE) et de taxe foncière sur les propriétés bâties (TFPB) pendant 5 ans, mais aussi de l'allègement de certaines cotisations patronales lors d'une embauche, quelles que soient la forme ou la durée du contrat de travail. La liste des ZRD est à retrouver sur le site legifrance.gouv.fr</p>
<p>Les BER : les bassins d'emploi à redynamiser</p>	<p>Ils sont des endroits qui connaissent un déclin démographique, et donc, par ricochet au taux de chômage supérieur à la moyenne. Ce dispositif concerne la création d'entreprise, mais également la reprise ou la restructuration d'une activité préexistante. L'entreprise située dans un BER peut bénéficier d'exonérations fiscales pendant 5 ans : impôt sur les sociétés (IS) ou sur le revenu (IR), cotisation foncière des entreprises (CFE) et taxe foncière sur les propriétés bâties (TFPB), ainsi qu'une aide à l'embauche avec l'exonération de certaines cotisations sociales, quelles que soient la nature et la durée du contrat de travail. Actuellement, deux zones sont classées BER : la vallée de la Meuse dans la région Grand-Est et la zone d'emploi Lavelanet en région Occitanie.</p>
<p>Les BUD</p>	<p>Les petites ou moyennes entreprises qui créent une activité dans un bassin urbain à dynamiser peuvent bénéficier d'exonérations de l'impôt sur les bénéfices (totales les 2 premières années, puis dégressives les 3 suivantes), la cotisation foncière des entreprises (CFE), la cotisation sur la valeur ajoutée des entreprises (CVAE) et la taxe foncière sous certaines conditions. Actuellement, les communes classées dans un BUD sont situées dans les départements du Nord et du Pas-de-Calais.</p>

ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX

MENACE SUR LES REVENUS DES INDÉPENDANTS

Le décret n°2024-484, suscite l'inquiétude parmi les auto-entrepreneurs et les travailleurs indépendants. En vigueur depuis le 1^{er} juillet dernier, le texte valide une augmentation des cotisations sociales qui impacte directement leurs revenus. Concrètement, le taux global passe de 21,20 % à 23,20 % pour les auto-entrepreneurs exerçant une profession libérale affiliés à la **Cipav**. Pour les auto-entrepreneurs en BNC

du régime général, l'augmentation du taux global de cotisations est plus importante : +2 % en 2024 et +5 % sur trois ans. Ainsi, du 1^{er} juillet au 31 décembre 2024, le taux global passe de 21,1 % à 23,1 %. Il atteindra 24,6 % en 2025 et 26,1 % en 2026. Selon Grégoire Leclercq de la Fédération nationale des auto-entrepreneurs (**FNAE**), cette mesure représente une menace directe, en particulier pour les professions libérales.

RECORD DU PRIX DE VENTE DES FONDS DE COMMERCE EN 2023 !

Selon le bilan 2023 publié par le **groupe Altares**, les ventes et cessions de fonds de commerce marquent le pas en 2023 (-2,5 %) après la forte hausse de 2022. Avec 30 920 transactions enregistrées pour un prix moyen de 244 307 €, le marché bondit de 13,3 % et atteint un montant cumulé de 10,6 Mds € ! Le prix moyen bat donc un nouveau record et dépasse le M €, tiré par les ventes de supermarchés et de pharmacies. Toujours en tête des transactions, la restauration concentre le quart des opérations avec environ 4 500 cessions (4 497) pour la seule restauration à table. À l'inverse, la boulangerie (-22,0 %) et la

coiffure (-14,1 %) sont en net recul. L'étude révèle aussi que les villes moyennes gagnent en attractivité (+2,2 %) tandis que les villages peinent toujours à séduire les repreneurs. **Pour Thierry Millon**, directeur des études du groupe Altares : « Dans un contexte encore compliqué avec une conjoncture toujours tendue et un accès aux financements encore difficile, les transmissions de fonds de commerce résistent avec encore près de 31 000 reprises (-2,5 %). Mais au-delà des volumes de transactions, c'est bien le prix de vente qui marque ce millésime 2023, battant un niveau record au-delà des 244 000 € ».

ORIGIN'INFO, LE NOUVEAU LOGO DES ALIMENTS TRANSFORMÉS

Un nouveau logo, bleu ou noir, fait son apparition à partir de cet été sur l'emballage de certains produits transformés : pizzas surgelées, plats préparés, yaourts aromatisés aux fruits...

Son rôle ? Indiquer, entre autres, l'origine des principales matières agricoles entrant dans leur composition. Le **logo Origin'Info** n'est pas obligatoire et son affichage se déploiera progressivement dans les prochains mois sous **trois formats distincts** :

- Un premier avec une liste des principales matières agricoles du produit et leur pays d'origine ;
- Un deuxième où s'ajoute à la liste une indication du lieu où le produit a été transformé (lieu représenté par une petite usine) ;
- Un troisième où la liste est cette fois complétée par un graphique en forme de camembert, représentant la part relative de chaque pays dans la composition du produit.

Origin'Info



BLÉ	FRANCE
TOMATES	ITALIE
BŒUF	FRANCE

Bon à savoir : les marques qui ont fait le choix d'adhérer au dispositif devront indiquer la provenance des matières premières agricoles des principaux ingrédients du produit.

LE GUIDE APPRENTISSAGE ET HANDICAP EST EN LIGNE !

En 2023, les apprentis en situation de handicap n'ont représenté que 2 % des contrats d'apprentissage commencés dans l'année. Pour faire décoller ce faible taux, le ministère du Travail publie sur son site (travail-emploi.gouv.fr) l'édition 2024 du Guide apprentissage et handicap à destination des entreprises, des centres de formation des apprentis (**CFA**) et des personnes en situation de handicap.

Vous y trouverez toutes les informations sur les atouts de l'apprentissage aménagé, les aides disponibles, les interlocuteurs à contacter...

Rappel : le contrat d'apprentissage aménagé est un contrat destiné aux personnes bénéficiant d'une reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (**RQTH**).



Guide apprentissage et handicap

Édition 2024



LES ARTISANALES DE CHARTRES FONT PEAU NEUVE

Considéré comme la plus belle vitrine de l'artisanat français, le salon **Les Artisanales de Chartres** se transforme et devient « **L'Artisanat C'Chartres** ». Il se tiendra du jeudi 3 au dimanche 6 octobre 2024 dans le nouveau Parc des Expositions l'Illiade, un espace de plus de 10 000 m² offrant une vue imprenable sur la cathédrale. Plus de 500 artisans venus de toute la France et environ 90 000 visiteurs sont attendus cette année. Tous les corps de

métiers de l'artisanat tricolore seront représentés : **métiers d'art, bâtiment, horticulture et travaux paysagers, gastronomie, décoration, beauté, mode, bien-être...** C'Chartres Évènements, acteur majeur des événements du territoire, reprend donc le flambeau de ce salon historique tout en poursuivant le partenariat avec le réseau des Chambres de métiers et de l'artisanat de la région Centre-Val de Loire. **Informations** : www.lartisanatcchartres.fr

GASTRONOMADES 2024, C'EST PARTI !

La Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Aquitaine lance un appel à candidature pour la 30^{ème} édition des Gastronomades, qui se tiendra du vendredi 29 novembre au dimanche 1^{er} décembre 2024 à l'Espace Carat (Angoulême). Les Gastronomades, c'est un événement phare de la région qui rassemble producteurs, artisans, chefs, apprentis et passionnés de cuisine. L'édition 2023 a attiré 145 exposants et près de 15 000 visiteurs,

avec un panier moyen de 75 € par visiteur. La CMA met à disposition des artisans spécialisés dans l'art de la table cinq stands sur son Espace Métiers d'Art. Les professionnels qui seront sélectionnés bénéficieront d'une visibilité exceptionnelle et d'une remise de 30 % sur les frais de participation.

Pour s'inscrire : patrick.magnon@cma-nouvelleaquitaine.fr

DESTINATION D'EXCELLENCE REMPLACE QUALITÉ TOURISME

Créé le 1^{er} mai 2024, ce nouveau label veut promouvoir l'écoresponsabilité dans le secteur du tourisme. Il remplace « **Qualité Tourisme** » et introduit de nouveaux critères notamment en matière de mobilités durables, de sobriété numérique et énergétique, de consommation d'eau et de gestion des déchets. « **Destination d'excellence** » se déclinera dans différentes filières touristiques : les activités sportives et de loisirs, les chambres d'hôtes, l'hôtellerie de plein air, l'hôtellerie-restauration, les lieux de visites, les offices de tourisme, les résidences de tourisme et villages vacances, la restauration, les visites guidées, ainsi que les caveaux et points de vente, les VTC et les ports de plaisance. Tout comme pour « **Qualité Tourisme** », la labellisation « **Destination d'excellence** » sera valable 5 ans.

À noter : dès septembre 2024 et pendant une durée de six mois, l'État couvrira le coût des audits pour obtenir le label « **Destination d'Excellence** » (grâce à une aide d'**Atout France**).

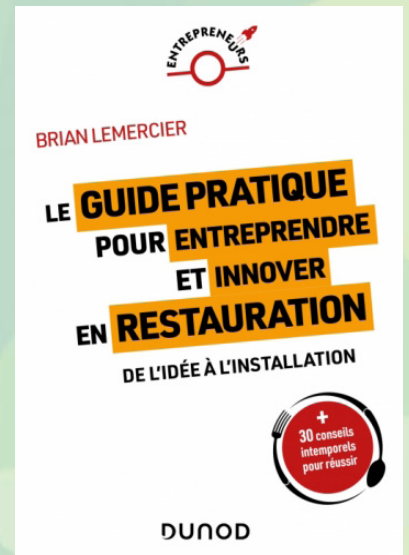


ENTREPRENDRE ET INNOVER EN RESTAURATION

Comment définir l'identité de son restaurant, maîtriser les indicateurs de gestion du secteur, élaborer une carte attractive et rentable, communiquer sur son établissement... À la fois manuel pratique, recueil d'idées originales et outil d'inspiration, ce livre répond à toutes les questions que se posent les créateurs et entrepreneurs en restauration. C'est le guide idéal pour faire mûrir une réflexion, établir un plan d'action avant de se lancer, ou même redynamiser un concept de restaurant en perte de vitesse. **L'auteur, Brian Lemercier**, directeur de projets et consultant pour le **GNI Synhorcat** (Groupement national des indépendants en hôtellerie et restauration), passe en revue les différentes étapes d'une démarche réussie. De l'idée à l'installation, il partage aussi les expériences de jeunes entrepreneurs ayant su relever le défi d'une restauration réinventée, proposant des concepts innovants et performants, adaptés aux nouvelles attentes des consommateurs.

Le guide pratique pour entreprendre et innover en restauration (Dunod).

Auteur : Brian Lemercier.



LA CNAC FAIT SON BILAN

La Commission nationale d'aménagement commercial (**CNAC**), présidée par Anne Blanc, vient de rendre public son rapport d'activité 2023 lors d'une réunion à Bercy en présence de 150 professionnels de l'aménagement commercial. Le document a été remis à Olivia Grégoire, ministre déléguée chargée des Entreprises, du Tourisme et de la Consommation. La CNAC a fait le bilan d'une année marquée par le déploiement du « **Zéro artificialisation nette** » instauré par la **loi Climat et Résilience de 2021**. Cette

mesure vise à préserver la biodiversité et à protéger l'environnement dans l'aménagement commercial. En 2023, la CNAC a rendu 181 avis ou décisions sur les dossiers de recours, représentant 40 % des dossiers examinés par les commissions départementales (**CDAC**). 56 % des avis de la CNAC étaient favorables à l'installation commerciale, un taux stable par rapport à 2022. Mais 29 projets ont été rejetés car ils auraient engendré une artificialisation de 89 870 m², soit l'équivalent d'environ 13 terrains de rugby.



DES ASTUCES POUR GÉRER SON TEMPS

Pour éviter de courir après le temps, on applique quelques règles de conduite.

SOIGNER L'AGENDA

On n'a qu'une vie et l'agenda en est le reflet, alors, on y note ses rendez-vous quotidiens, même les récurrents comme l'accompagnement de son enfant au foot par exemple. Ces incursions du personnel dans le professionnel provoquent des réactions positives

dans le cerveau car, elles sont perçues comme des récompenses dans des journées parfois fastidieuses. **À faire :** Pour différencier les activités, on met de la couleur, des émojis, des sigles, l'œil les repèrera plus facilement et cette visibilité accrue génère de l'énergie.

QUANTIFIER LES TÂCHES

Chaque tâche notée sur l'agenda doit englober les trajets, les rencontres « off », les relectures de fiches avant la réunion,... De plus, pour se recentrer, on laisse des aérations entre chaque tâche. **À faire :** Noircir un agenda en intégralité, laisser des tâches se chevau-

cher est une énorme source de stress, alors, pour éviter la panique en cas de retard ou d'imprévu, on laisse des plages de temps vides en fin de matinée et de journée pour ajuster facilement son planning si besoin.

PENSER AUX « CORVÉES »

Appeler le comptable, un fournisseur, l'assurance,... : additionnées, ces corvées sont chronophages. De plus, comme on a tendance à les repousser de jour en jour, elles contribuent à alourdir

la charge mentale. Alors, on se bloque une à deux heures hebdomadaires pour s'en débarrasser. **À faire :** pour joindre ses correspondants, on fixe ces créneaux sur des heures ouvrables.

DÉJOUER LA LOI DE PARKINSON

Un agenda peu rempli est souvent vécu comme un échec et déstabilise. Alors, inconsciemment, on procrastine et on met un temps fou à finaliser une tâche qui pourrait se boucler rapidement. **La loi de Parkinson**(*) a d'ailleurs établi que plus une personne a

du temps devant elle, plus il lui en manque ! **À faire :** On établit des To-do-list des tâches (avec leurs deadlines) à réaliser sur une journée et l'on s'y tient. Rayer une tâche terminée procure un fort sentiment de satisfaction, redonne confiance et vitalité.

PRÉPARER SA JOURNÉE

Avant de quitter son bureau le soir, on prépare la journée du lendemain (et sa To-Do-List). Cette tâche, qui doit être la dernière de la journée, permet d'entrer dans un sac de décompression qui aide à séparer le professionnel du personnel.

À faire : Pour obtenir un planning efficace, on applique la **technique Pomodoro**(**) qui mise sur l'alternance de quatre cycles de 25 min de travail entrecoupés par 5 min de repos qui permettent de maximiser la concentration.

ABOLIR LA LOI DE PARETO

Consacrer 80 % du temps aux tâches fastidieuses au détriment des clients récurrents, générateurs de chiffre d'affaires ou sympathiques relève de la **loi de Pareto**(***). Pour inverser ce phénomène, on adopte la planification d'Eisenhower. On crée une matrice à quatre quadrants nommés «**urgent et important**», «**non**

urgent, mais important», «**urgent, mais non important**», «**non urgent et non important**», et on y répartit les tâches du jour.

À faire : on peut aussi recourir au **timeboxing** qui consiste à allouer une durée fixe à une tâche. Cela aide à rester concentré surtout si on se laisse facilement divertir.

RESPECTER SA CHRONOBIOLOGIE

Nous ne sommes pas des machines, notre productivité connaît donc toute la journée des hauts et des bas. Mieux vaut alors placer les travaux de fond, ceux qui demandent beaucoup de concen-

tration sur les heures où l'on se sait efficace. **À faire :** On adopte le **Batch processing** qui consiste à regrouper et à traiter simultanément les tâches similaires.

GÉRER LES INTERRUPTIONS

Les interruptions sont une source importante d'erreurs. Reprendre un dossier laissé en plan, même quelques minutes, oblige à reprogrammer son cerveau en relisant des pages, des documents pour se

remettre dedans (**loi de Carlson**). **À faire :** la capacité de concentration du cerveau étant de deux fois 45 minutes entrecoupées d'une pause, on se programme des séquences de travail inférieures à 2 h.

UTILISER LES OUTILS

Pour éviter les allers-retours d'emails et perdre du temps à rechercher des dossiers, on utilise des applications (**Trello, Slack, Atolia**) ou des suites (**Adobe, Microsoft, Apple**) qui per-

mettent le travail collaboratif. **À faire :** On nomme ses dossiers selon une nomenclature qui permettra d'identifier un client ou un projet en deux ou trois mots clefs.

(*) Établi par l'historien Cyril Northcote Parkinson en 1955

(**) L'italien Francesco Cirillo aurait appelé ainsi sa méthode car il utilisait un minuteur de cuisine en forme de tomate pour gérer son temps.

(***) En temps et en heure de Philippe Helmstetter, Ed Gereso



BIEN PRÉPARER LES JOURNÉES DU PATRIMOINE

Elles ont lieu mi-septembre (les 21/22 cette année) tous les ans partout en France. Les Journées du Patrimoine sont une occasion en or pour faire connaître son savoir-faire au plus grand nombre. Comment participer ? Comment en tirer le meilleur ?

Les Journées du Patrimoine représentent une formidable opportunité pour les entreprises artisanales de valoriser leur travail, de renforcer leur visibilité et de nouer des relations enrichissantes avec le public et d'autres professionnels ! Organisée depuis 40 ans

IMAGE ET NOTORIÉTÉ

Être associé à un événement national reconnu comme les Journées du Patrimoine présente un effet immédiat : cela permet d'accroître la légitimité, la reconnaissance de son entreprise, d'améliorer son image et sa visibilité. Une occasion de toucher un public plus large, y compris des personnes qui ne connaissent pas encore l'entreprise ou ses produits. D'autant que l'organisation met

en France à l'automne, l'initiative a peu à peu essaimé en Europe. **Son objectif** : mettre en lumière le patrimoine historique, agricole ou industriel et à travers eux les savoir-faire. Comment en tirer le meilleur ?

à disposition un kit de communication (à télécharger sur le site web^(*)) qui permet de s'insérer facilement dans l'opération de communication globale. Comme l'événement est relayé chaque année par la presse, vous pourrez bénéficier potentiellement d'une couverture médiatique. N'hésitez pas à utiliser les réseaux sociaux et à contacter la presse quotidienne régionale pour faire parler de vous !

PÉDAGOGIE AUTOUR DES SAVOIR-FAIRE

Les Journées du patrimoine, c'est une occasion propice à montrer son savoir-faire et ses produits à des visiteurs qui pourraient devenir de futurs clients ou partenaires. Les artisans peuvent faire la démonstration des techniques traditionnelles spécifiques utilisées dans leur métier (processus de création, matériaux, enjeu...). Par leur participation, ils contribuent à l'éducation du public sur la

préservation du patrimoine artisanal. Ils sensibilisent les visiteurs à l'importance de soutenir les métiers d'art pour préserver un patrimoine culturel et technique. Mieux connaître le mode de fabrication, la qualité des matières premières, la rareté du savoir-faire permet aussi de justifier le prix des produits et encourage à l'achat.

INSPIRATION ET COLLABORATIONS

Autre atout : l'interaction avec le public et d'autres professionnels peut être une source d'inspiration et d'innovation. Par les échanges, les discussions, de nouvelles idées, tendances et techniques, peuvent germer et enrichir sa propre pratique. En

rassemblant différents acteurs du patrimoine et des métiers d'art, l'événement offre aussi l'opportunité de mieux connaître d'autres métiers, confrères ou institutions susceptible de déboucher sur des collaborations futures.

TRANSMISSION ET RECRUTEMENT

La transmission est un vrai enjeu pour les entreprises artisanales. Les Journées du Patrimoine sont enfin l'occasion de parler de la transmission des savoir-faire aux jeunes générations, de susciter des vocations et de peut-être trouver des apprentis ou des collaborateurs intéressés par ces métiers.

Chaque année, un thème est mis à l'honneur. En 2024, il s'agit du « **patrimoine des itinéraires, des réseaux et des connexions** » et « **patrimoine maritime** ».

Et si vous rater cette occasion, renseignez-vous sur les Journées Européennes des Métiers d'Art (**Jema**) organisées au printemps...

EXEMPLE D'INITIATIVE

Pour mettre en valeur le patrimoine industriel lié à la métallurgie, le musée du Saut du Tarn organise avec un jeune collectif des férans et fèvres couteliers taillandiers (**C2F**) le 1^{er} salon européen des métaux premiers et des lames forgées. Un tremplin pour mieux faire connaître le savoir-faire et les professionnels diplômés.

Au programme : exposition, atelier d'affûtage, projection d'un film, table-ronde...



QUI PEUT PARTICIPER ?

Pour organiser un événement dans le cadre des Journées Européennes du patrimoine, **deux conditions** :
- Votre site ou votre événement doit avoir un intérêt historique, artistique et architectural ;

- La visite du lieu ainsi que les activités spécifiques proposées (visite guidée, exposition, lecture...) doivent être gratuites ou proposées à des tarifs préférentiels.

(*) Retrouvez plus d'informations sur <https://journeesdupatrimoine.culture.gouv.fr/>



LOW-TECH : UN NOUVEAU REGARD SUR LES TECHNOLOGIES QUI FAIT LA PART BELLE À L'ARTISANAT

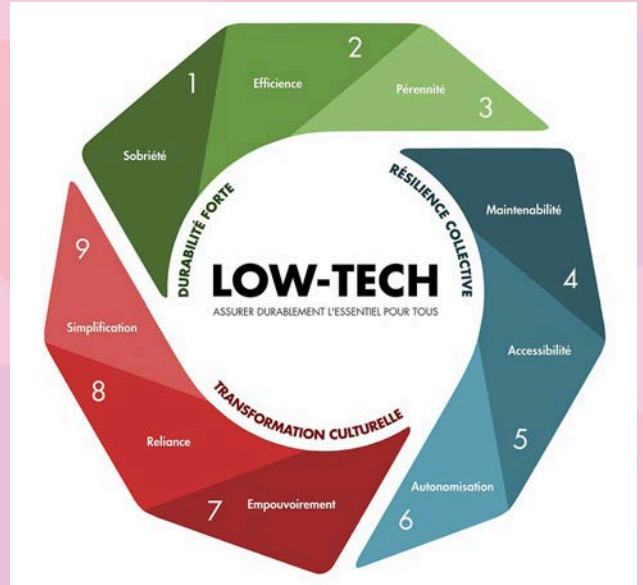
Les savoir-faire low-tech et artisanaux se donnent la réplique en remettant au goût du jour ou en créant des techniques et des outils qui contribuent à rendre notre monde plus durable et convivial. Une approche qui séduit et qui prend de l'ampleur !

L'ÉTAT D'ESPRIT LOW-TECH

Selon l'ADEME, la **low-tech** s'applique à des démarches de conception et d'évolution de produits, de services, de procédés ou de systèmes qui visent à maximiser leur utilité sociale tout en maîtrisant leur impact environnemental, cela afin de ne pas excéder les limites planétaires. Selon Anne-Charlotte Bonjean, ingénieure réparabilité à la direction économie circulaire de l'ADEME « Une démarche low-tech implique un questionnement du besoin. Il s'agit à la fois de réduire la complexité technologique, d'entretenir l'existant plutôt que de remplacer, de donner accès au plus grand nombre aux solutions et de maîtriser les usages ». **Le Low-tech Lab**, acteur de référence, articule la définition des technologies low-tech autour de **trois grands principes : elles doivent être utiles, accessibles et durables.**

En interrogeant nos besoins collectifs et individuels, les low-tech invitent à mobiliser les ressources locales et renouvelables en faisant appel à des techniques et des savoir-faire accessibles qui s'appuient sur l'existant, le déjà-là. Les low-tech s'inscrivent aussi dans une logique de savoir-faire transmissible pour une mise en œuvre, une maintenance et un usage peu coûteux et accessible à toutes et à tous.

Une sémantique et un état d'esprit qui donnent la réplique à ceux de l'artisanat dont les savoir-faire ont toute leur place dans la concrétisation de cette approche, qui, par sa vision systémique



questionne notre rapport à la technologie et au progrès technique en général, à répondre à nos besoins essentiels.

IL Y A DE LA LOW-TECH DANS L'AIR !

Savez-vous reconnaître ce qui s'apparente à la low-tech ? Les champs d'application de la low-tech sont nombreux et variés : **de l'agriculture à l'industrie en passant par la construction, l'électronique grand public, l'alimentation ou encore la mobilité.** Et les exemples ne manquent pas, la cyclologistique (cf. article **Le Mag de l'Entrepreneur n°4 - page 11**), cette solution remise au goût du jour pour donner un nouvel élan à la mobilité professionnelle tout en apportant une réponse au besoin de limiter les gaz à effet de serre. Production, réparation, formation, logistique, la filière vélo regroupe aujourd'hui 78 000 emplois en France et un potentiel de 100 000 créations d'emplois, surtout dans les services à l'horizon 2050 ! C'est aussi le cas des bâtiments réalisés à partir de matériaux biosourcés (cf. article **Le Mag de l'Entrepreneur n°5 - page 16**) qui valorisent des matériaux naturels, locaux, aux savoir-faire transmissibles et compatibles avec les dernières normes environnementales du bâtiment. S'appuyant sur des ressources locales disponibles, les matériaux biosourcés offrent de nouveaux débouchés aux secteurs agricoles et sylvicoles français et permettent une économie circulaire au plus près des lieux de production avec la création d'emplois porteurs de sens et non délocalisables. La low-tech est aussi compatible avec l'évolution des lois telle que la **loi AGEEC** (Anti-Gaspillage pour une Économie Circulaire (cf. article **Le Mag de l'Entrepreneur n°4 - page 17**) qui a entre autres créé un fond de réparation pour les appareils électroniques hors garanties pour inciter à réparer les



appareils en panne et allonger la durée de vie des équipements électriques et électroniques, ainsi que les petits et gros électroménagers (lave-linge, réfrigérateur, congélateur, tablettes, téléphone portable, ...).



LES EXEMPLES D'ENTREPRISES LOW-TECH

Depuis de nombreuses années, une diversité d'acteurs a donné vie à de nombreux projets low-tech dans l'hexagone et au-delà. Connaissez-vous **Néoloco** ? Cette coopérative normande est pionnière de la torréfaction solaire et de la boulangerie solaire en Europe ! **PicoJoule** est une association toulousaine qui développe des solutions de petites installations de méthanisation à taille humaine et libres de droits pour une production d'engrais et de biogaz. L'entreprise **La Belle Tech** accompagne les savoir-faire français dans leur souveraineté technologique, dans le but de participer à l'industrialisation d'une low-tech professionnelle proposant des outils sobres et résilients à l'intention des artisans et des PME. Le studio de design **Super Solide** développe à Paris des objets low-tech robustes pour la maison tandis que la coopérative **Atelier Paysan**, dont le réseau se déploie dans plusieurs régions de France, soutient les choix techniques des agriculteur.ices dans la conception et la fabrication d'outils agricoles low-tech facilitant leur autonomie. Dans les Côtes d'Armor, **Kerlotec** réunit un écosystème d'entreprises low-tech, mais aussi une diversité d'activités en lien avec la low-tech (ferme, formation, démonstrateur low-tech, ...). Et la liste n'est pas exhaustive !



DÉVELOPPER LES IMAGINAIRES LOW-TECH

La diversité des activités concernées par les low-tech, leur développement sur tout le territoire, ainsi que le relais donné par les formations, donnent un aperçu des dynamiques en cours. Cette philosophie qui prend de l'ampleur bouscule et renouvelle l'imaginaire de l'ingénieur et la manière d'envisager les solutions d'avenir. En resserrant les liens entre les compétences, les besoins et les différents atouts des territoires, les low-tech incarnent des solutions réalistes, pertinentes et désirables. Le techno-discernement qu'apporte cette approche en questionnant la finalité et l'usage

dans leur ensemble ouvre les perspectives sur ce que l'on définit comme progrès. En effet, les low-tech nous invitent à remettre en question collectivement les contours de ces derniers pour que ceux-ci correspondent plus précisément à nos attentes, et ce dans le respect de limites planétaires.

S'inspirer de l'approche proposée par les low-tech peut offrir une nouvelle grille de lecture pour arbitrer les futures orientations d'une activité professionnelle, où créativité, technique, savoir-faire artisanaux et coopération ouvrent les champs des possibles.

DES FORMATIONS POUR INTÉGRER LES LOW-TECH

Pour s'initier au sujet ou se former, plusieurs solutions existent. Le MOOC d'Explore « Comment faire mieux avec moins, penser autrement avec les low-tech » a co-créé avec le **Low-tech Lab** un module de formation accélérée d'environ 3 h pour s'initier à la culture low-tech. Pour le monde agricole, **L'Atelier paysan** propose tout un catalogue de formations en lien avec le travail du métal, le bâti et les technologies paysannes, ainsi que des formations pour accroître l'autonomie des paysan.es dès l'installation. **La Low-tech Skol** à Guingamp dispense des modules de formations pour répondre aux besoins des territoires en proposant de devenir référent.es économie circulaire et low tech auprès des grandes entreprises tout comme les TPE /PME. **L'école Centrale de Nantes** a développé une option ingénierie des low-tech et a co-organisé le forum des low-tech à Nantes en 2024 (2^{ème} édition) pour faire le plein d'idées qui font du bien en se projetant avec



envie dans le monde de demain. Plus récemment, **la formation la Bifurque** délivre une formation pour préparer les artisans de la transition écologique et sociale à prendre part au processus de bifurcation industrielle.

POUR EN SAVOIR +

- Le Low-tech Lab : <https://lowtechlab.org/>
- ADEME, dossier thématique sur les low-tech : <https://infos.ademe.fr/magazine-avril-2022/dossier/>
- L'Atelier Paysan : <https://latelierpaysan.org>
- Le film Low-tech : <https://lowtech-lefilm.com>

ENTREPRENEURS, PROFESSIONNELS LIBÉRAUX LE SPORT : POURQUOI ÇA REND PLUS FORT (SUR TOUS LES PLANS) !

Sa pratique comme ses valeurs font du sport un modèle à tous les niveaux dans le monde de l'entreprise.

À quelques jours de leur lancement, les Jeux Olympiques 2024 suscitent un enthousiasme mondial et renforcent la cohésion des pays derrière leurs athlètes. De la même façon, le sport peut renforcer la cohésion des membres d'une entreprise. Et ce n'est pas sa seule vertu, loin s'en faut...

Le sport permet d'inculquer de nombreuses valeurs bénéfiques au sein d'une entreprise : **persévérance, esprit d'équipe, fair-**

play, résilience face à l'adversité, leadership. Sans parler de ses atouts santé : **capacité mentale, résistance physique, régulation du stress, et même développement de la créativité** peuvent être améliorés par une pratique régulière. Capitalisant sur leurs compétences et leur expérience, de nombreux sportifs de haut niveau deviennent même coachs en entreprise...

SANTÉ ET PERFORMANCES AMÉLIORÉES

On le sait : **le sport, c'est bon pour la santé !** Mais pourquoi ? Il améliore l'oxygénation du corps et contribue à maintenir la santé cardiovasculaire, renforce le système immunitaire et améliore la résistance, ce qui est bénéfique pour les entrepreneurs qui doivent souvent jongler avec de longues heures de travail. Être en bonne santé physique est crucial pour maintenir des niveaux d'énergie élevés et une capacité mentale optimale.

Le monde de l'entreprise est souvent accompagné de niveaux élevés de stress. Le sport est un excellent moyen de le gérer en libérant des endorphines, ce qui peut améliorer l'humeur et réduire le mauvais stress. Faire de l'exercice peut aussi stimuler la créativité ! Comment ? En favorisant la circulation sanguine vers le cerveau et en encourageant la pensée divergente pendant une séance d'entraînement.

Participer à une activité sportive est aussi une occasion de rencontrer d'autres personnes et d'étendre son réseau ainsi que les opportunités commerciales.



DES VALEURS EXEMPLAIRES

Pour maintenir ses performances et atteindre ses objectifs, le sport nécessite une pratique régulière en même temps qu'une certaine discipline. Une discipline qui peut aussi s'appliquer dans le travail : le sport peut aider à établir des habitudes saines, comme dans la gestion du temps ou la planification des activités, la concentration ou la persévérance. Il véhicule des valeurs bénéfiques pour le monde de l'entreprise :

1. **Détermination et persévérance.** Dans le sport, les succès ne viennent souvent qu'après un travail acharné et une persévérance face aux échecs. De même, les entrepreneurs doivent être déterminés à surmonter les obstacles et à persévérer dans la poursuite de leurs objectifs, même lorsque les choses deviennent difficiles.
2. **Esprit d'équipe et collaboration.** Les sports d'équipe enseignent l'importance de travailler ensemble vers un objectif commun. Les entrepreneurs doivent également être capables de collaborer efficacement avec leur équipe, en tirant parti des compétences et des perspectives diverses pour atteindre le succès.
3. **Leadership et responsabilité.** Les capitaines d'équipe et les leaders sur le terrain doivent faire preuve de leadership, prendre des décisions difficiles et assumer la responsabilité de



leurs actions. Ces compétences sont également cruciales pour les entrepreneurs, qui doivent guider leur équipe, prendre des décisions stratégiques et assumer la responsabilité des résultats de leur entreprise.

4. **Fair-play et intégrité.** Le sport met l'accent sur le fair-play, le respect des règles et l'intégrité. De même, les entrepreneurs doivent agir de manière éthique et respectueuse dans leurs interactions avec les clients, les concurrents et les partenaires commerciaux.
5. **Gestion du temps et discipline.** Les athlètes doivent gérer leur temps de manière efficace pour s'entraîner, participer à des compétitions et équilibrer leurs obligations personnelles. Les entrepreneurs doivent également faire preuve de discipline dans la gestion de leur temps, en priorisant les tâches impor-

- tantes et en restant concentrés sur leurs objectifs à long terme.
6. **Résilience face à l'adversité.** Dans le sport, les athlètes font souvent face à des revers et des défis. Apprendre à rebondir après une défaite ou un obstacle est une compétence essentielle pour réussir dans le sport, tout comme dans l'entrepreneuriat où les revers font partie du parcours vers le succès. Se relever après un penalty raté ou rebondir après un rendez-vous de prospection raté ont beaucoup en commun. Dans les deux cas, il est nécessaire de prendre du recul sur l'analyse de nos erreurs et de nos succès.

DES ATHLÈTES DEVENUS COACHS

L'ensemble de ces valeurs peuvent être intégrées dans l'approche entrepreneuriale. Entreprises et sportifs gagneraient ainsi à échanger sur leurs méthodes respectives. Et ce que font certains athlètes de haut niveau... Comme **Venus Williams** : en plus de sa carrière de tennis professionnelle réussie, elle partage également ses connaissances sur le leadership et l'entrepreneuriat (elle a lancé une ligne de vêtements des sport) à travers des conférences et des événements. Comme **Stéphane Diagana**, ancien capitaine de l'équipe de France d'athlétisme et décoré de nombreux titres. Sa persévérance et sa volonté de fer sont des notions et des valeurs qui intéressent beaucoup les entreprises. Ou comme **Éric Alard**, ancien « bobeur » ayant pratiqué le bobsleigh pendant 26 ans et vécu les Jeux Olympiques cinq fois, qui a lancé le podcast « **L'entrepreneuriat, c'est du sport** ». Depuis 2021, des chefs d'entreprise de tous horizons y livrent le témoignage de leur épopée entrepreneuriale. Pour trouver le bon profil à faire intervenir dans son entreprise, n'hésitez pas à chercher dans les **conférences TedX** ou encore sur le site [Wechamp-entreprise](https://www.wechamp-entreprise.com). Le sport peut aussi être utilisé pour travailler les savoir-être et redonner de la confiance en soi à des chercheurs d'emploi (lire encadré). En somme, que l'on soit entrepreneur, salarié, indépendant ou chercheur d'emploi, intégrer le sport dans son mode de vie peut contribuer à un mieux-être global en améliorant le bien-être physique et mental, la discipline et la créativité.



LE SPORT, POUR REVENIR VERS L'EMPLOI

Le sport est aussi utilisé pour doper les savoir-être et redonner de la confiance en soi. Exemple avec des chercheurs d'emploi : avec la manifestation « **Courons vers l'emploi** », la mairie de Toulouse a souhaité aider les jeunes éloignés de l'emploi à se remettre le pied à l'étrier. Dans la première édition en 2022, le dispositif proposait à 16 jeunes de 17 à 25 ans de

l'Épide de Toulouse de participer à la Course de la diversité ainsi qu'à cinq semaines de padle, tous les lundis. Pourquoi la pratique du padel ? « *C'est un sport dans lequel on trouve du dépassement de soi, il permet de gérer ses émotions, et surtout de développer le travail en équipe* », souligne l'établissement pour la réinsertion dans l'emploi.

INTÉGRER LE SPORT EN ENTREPRISE : MODE D'EMPLOI

La majorité des employeurs sont conscients des bénéfices d'une pratique sportive sur la santé de leurs collaborateurs et sur la compétitivité de leur structure. Pourtant, moins d'un salarié sur cinq bénéficie d'une offre en entreprise. Au-delà du manque de locaux adaptés, le manque d'informations et de solutions d'accompagnement sont souvent mis en avant par les employeurs pour expliquer cette situation. Créée en 2023, **la plateforme Solution Sport Entreprise** vise à faciliter la mise en relation des employeurs (entreprises, administrations,

collectivités) avec des prestataires d'offres d'activité physiques (associations sportives, structures commerciales, coachs...). Elle détaille les six étapes clés pour se lancer et fournit les informations et outils facilitant leur mise en œuvre : **bénéfices de l'activité sportive, éléments de droit du travail, outil pour sonder les attentes des salariés, contact des organismes et prestataires partenaires, solutions de financement du projet, et pistes pour motiver les employés.**

<https://www.solution-sport-entreprise.fr/>

**GÉREZ FACILEMENT
VOTRE RELATION CLIENT
ET CONTRIBUEZ
AU DÉVELOPPEMENT
DE VOTRE ACTIVITÉ**



Avec **FID PRO**, la carte bancaire de vos clients devient leur carte de fidélité. Découvrez leurs habitudes d'achat et proposez-leur des offres personnalisées.

**BANQUE
POPULAIRE** 

la réussite est en vous