



Conquérir

Mai / Juin 2023 NS #192

Prospection et fidélisation : la visio trouve sa place



■ **Roumanie** : une puissance industrielle méconnue.

■ **Transmission électronique de factures** : les enjeux.

■ **Parcs automobiles** : l'électrification s'accélère.

■ **Ressources humaines** : le social et le digital s'imposent.



Nouvelle Série - Mensuel - 43^e année - PVP: 12,00€ TTC



Ventya

Solutions by **everwin**

LA FACTURATION ÉLECTRONIQUE

- ✓ CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE
- ✓ ACCOMPAGNEMENT AU DÉPLOIEMENT
- ✓ DES SOLUTIONS PERSONNALISÉES

Ventya accompagne ses clients dans la transformation digitale et gère pour leur compte les échanges électroniques avec leurs partenaires commerciaux.

Ventya propose **Clear'Invoice**, son service de facturation électronique utilisé par des entreprises de tous secteurs d'activité et de toutes tailles dans le respect de leurs exigences métiers.



f t in
WWW.VENTYA.FR



01 47 29 76 00



3 BOULEVARD DES BOUVETS
92741 NANTERRE CEDEX



© DR

“

Conserver n'est pas antinomique d'améliorer ce qui existe, réformer profondément requiert de réfléchir

Ne réformons pas à tout prix !

Le monde change, les évolutions sont parfois rapides. Nous ne pouvons demeurer inertes et ne rien faire. C'est encore plus vrai pour le gouvernement. Cela étant, est-ce qu'il faut tout réformer tout le temps ? D'autant que ces réformes se traduisent souvent en de nouvelles lois sur le même sujet — on pense à la sécurité ou à l'immigration par exemple, où l'on légifère à un rythme annuel.

Ces changements ou ces réformes consistent souvent à des têtes à queue, comme pour les services publics en zone rurale dans les petites villes qu'on a supprimés avant de vouloir les réimplanter, ou pour le nucléaire.

Réformer pour le long terme c'est bien, mais en réfléchissant à la durabilité de ce qui va être établi. Notre président, mais d'autres l'ont certainement fait avant lui, n'a que le mot « réforme » à la bouche. Il pense sans doute que c'est plus vendeur et il a sans doute raison de ce point de vue. Pourtant, conserver ce qui va bien, préserver nos racines, cela a aussi du sens. L'arbre grandit mais reste enraciné dans le sol, donc dans le passé. Conserver n'est pas antinomique d'améliorer ce qui existe, réformer profondément requiert de réfléchir à toutes les conséquences des décisions qui en découlent.

La tentation du chéquier

Dans la situation complexe créée par l'absence de majorité à l'Assemblée, qui provient de la volonté du peuple, le gouvernement va sans doute être amené à freiner sa boulimie législative. Encore qu'il puisse tenter de se rattraper sur les sujets sociétaux, là encore pour le meilleur comme pour le pire. Il envisage de câliner les Français, en utilisant à nouveau le chéquier de l'Etat, avec à chaque fois sûrement de bonnes raisons. Mais, comme cela est essentiellement financé par la dette, l'exécutif va se retrouver coincé par le retour à des normes plus drastiques dans l'Union européenne. Notre déficit cumulé devrait encore croître surtout que les taux d'intérêt montent, entraînant la hausse de la charge de la dette. Parfois, on recycle aussi dans les promesses les accords entre les partenaires sociaux.

Après la réforme des retraites, les syndicats vont tâcher de se refaire une santé en exigeant des hausses de salaires pour les fonctionnaires, ce qui va plomber les comptes de l'Etat, mais surtout ceux des municipalités qui doivent présenter des comptes à l'équilibre. Les syndicats réclament aussi un rattrapage pour les autres salariés, mais cela relève du secteur privé.

Le gouvernement doit résister pour éviter d'être pris dans la spirale infernale de l'hyperinflation, alors que les cours des denrées de base sont revenus « à la normale ».

Il semble que les autorités en soient conscientes, mais craignons qu'elles n'utilisent le chéquier (surtout si c'est le nôtre) pour sécher les larmes des déçus de l'action contre la retraite à 64 ans ! ■

Alain Gazo

Directeur de la rédaction

Abonnez-vous à notre newsletter pour suivre toute l'actualité des PME — PMI

www.conquérir.com

3 |

ÉDITO

Ne réformons pas à tout prix !

8 |

OBSERVATOIRE DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES

Un air de printemps.

10 |

ACTUALITÉSPréparation à l'emploi :
les jeunes Français plus optimistes.

Des embauches au beau fixe.

Inflation : des facilités de paiement à la hausse.

Global Mobility Call à Madrid :
les énergies renouvelables à l'honneur.

© DR

36 |

INTERNATIONAL

Roumanie :
des atouts malgré
une démographie terne.

**Negométal mise sur
la proximité avec les clients**

14 |

RELATIONS SOCIALESInaptitude et faute lourde : attention
au choix des motifs de licenciement.Indemnité d'éviction :
ne pinaillez pas !Obligation de loyauté :
les limites posées.

Barème Macron : la Chambre Haute enfonce le clou.



© Ramirez

17 |

GESTIONTransmission obligatoire électronique des factures :
à vos marques.

20 |

PARCS AUTOMOBILES

Flottes : l'électrification modifie le marché.

24 |

RÉGIONS

Go Entrepreneurs Paris : affluence sur le salon.

Conférence *Conquérir* : quelle place pour la visio
dans la prospection et la fidélisation des clients ?Lyon : une métropole économique
et une région extrêmement attractives.

L'offre de transports ferrés s'étoffe avec Trenitalia.

28 |

RESSOURCES HUMAINES

Solutions RH : le social et la digitalisation.

Chèques-vacances : un outil pour le pouvoir d'achat.

31 |

FRANCHISEFranchise Expo : hausse de fréquentation,
valeurs sûres et challengers.

33 |

TRANSPORT ET LOGISTIQUESITL : des innovations en matière de logistique et de
numérisation.

35 |

LECTURES PROFESSIONNELLESLe marketing industriel, dont celui de l'aviation,
donne des idées.

42

La chronique de Jean-François Ramirez.

Conquérir est une publication des Editions Conquêtes - SARL au capital de 21 480 € - Commission paritaire n° 0726T88272 - N° ISSN : 0767/0672 - Dépôt légal 2^e trimestre 2023
Nouvelle Série Bimestriel N° NS 192 Mai/Juin 2023 - 43^e année - 41, rue de l'Abbé Groult, 75015 Paris - Tél. : 01 45 25 76 96 - Site internet : conquerir.com - Directeur de la publication
et de la rédaction : Alain Gazo - Rédaction, auteurs : Jean-Louis Wilmes (gestion commerciale, actualité), Dominique Dubreuil (ressources humaines), Vincent Gardy
Chargée de mission de communication : Mónica Delgado - Chargées de production : Lucie Gazo, Apolline Gazo - Illustrations : Jean-François Ramirez - Publicité : Luminis Europe
Publicité - 41, rue de l'Abbé Groult, 75015 Paris - Conception graphique/réalisation : Naga-infographie, 94300 Vincennes - Imprimeur : Imprimerie Rotochampagne, 52000 Chaumont
Prix du numéro : 12,00 € - Abonnement 1 an (6 numéros) : France : 70 € TTC (TVA 2,1 %). Etranger : 80 € - La reproduction des textes, dessins et photographies publiés dans ce numéro est interdite.
La rédaction n'est pas responsable des textes, dessins et photos insérés. Couverture : iStock.

ORGANISEZ DU 22 AU 26 MAI

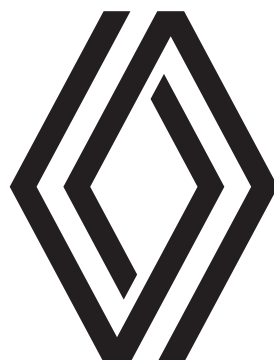


#SECURITEROUTIEREAUTRAVAIL

Pour la sécurité de vos collègues, organisez les journées qui rendent la route plus sûre.

Animations, quiz, vidéos... Retrouvez tous les outils pour réussir vos **Journées de la sécurité routière au travail** sur securite-routiere.gouv.fr

SÉCURITÉ ROUTIÈRE VIVRE, ENSEMBLE

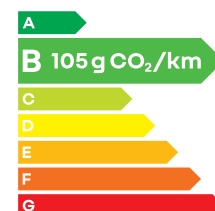


NOUVEAU
RENAULT AUSTRAL
E-TECH FULL HYBRID 200 CH

**exonération TVS pendant 3 ans⁽¹⁾, frais de
 carte grise réduits⁽²⁾, réintégration fiscale réduite⁽³⁾**

**jusqu'à 80% de conduite électrique en ville⁽⁴⁾,
 conduite électrique jusqu'à 130 km/h⁽⁴⁾,
 l'électrique sans recharge⁽⁵⁾, jusqu'à 1100 km
 d'autonomie⁽⁶⁾, nouvel écran openR de 774 cm²
 avec Google intégré⁽⁷⁾, 32 systèmes avancés
 d'aide à la conduite⁽⁸⁾**

**profiter
 de l'offre**





(1) voir sur : economie.gouv.fr/cedef/exoneration-vehicules-de-societes-hybrides. (2) selon régions et hors frais de gestion et d'acheminement. voir sur portail-cartegrise.fr/2/changement-carte-grise-hybride. (3) réintégration fiscale réduite dans le calcul de l'amortissement non déductible en déduisant le prix de la batterie (4 000€ tto). voir sur ecologie.gouv.fr/developper-lautomobile-propre-et-voitures-electriques#scroll-nav__6. (4) suivant état de charge batterie et style de conduite/source interne Renault/2022. (5) moteur thermique en soutien du moteur électrique. (6) avec un plein d'essence selon données wltp. (7) selon version. Google, Google Maps, Google Play sont des marques de Google LLC. (8) selon version. données wltp min/max : consommations (l/100 km) : 4,6/6,5. émissions CO₂ (g/km) : 104/147. © f. schlosser

Renault recommande 

professionnels.renault.fr

Un air de printemps

Seul un de nos trois indicateurs récurrents issus de notre enquête réalisée en amont auprès de notre panel d'environ 500 dirigeants de PME est à l'orange. Il s'agit de celui relatif aux intentions de modification, hors turn over habituel, de leur effectif commercial. Le nombre de dirigeants qui veulent le faire croître recule à 20 % (-2), alors que ceux qui envisagent, au contraire, de le réduire, remonte à 3 % (+1). La plupart des responsables consultés (77 %, +1) vont se contenter du *statu quo*.

En revanche, nos deux autres indicateurs pointent au vert. La tendance favorable se poursuit. Le conflit social lié à la réforme des retraites semble avoir eu en réalité peu de prise sur le moral des patrons.

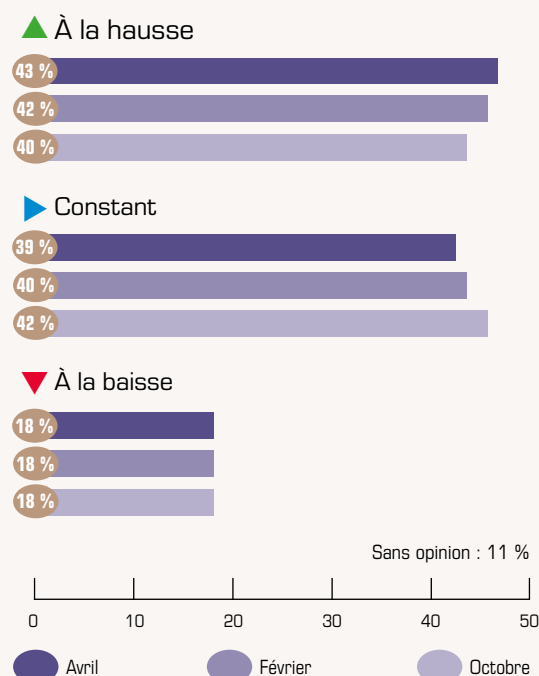
Ainsi, 43 % (+1) des interviewés pronostiquent-ils une hausse de leur CA ou de leurs prises de commandes à court terme, au

détriment de ceux qui imaginent une stabilisation (39 %, -1). Le nombre de ceux qui, au contraire, prévoient une baisse, demeure stable (18 %), un niveau relativement élevé.

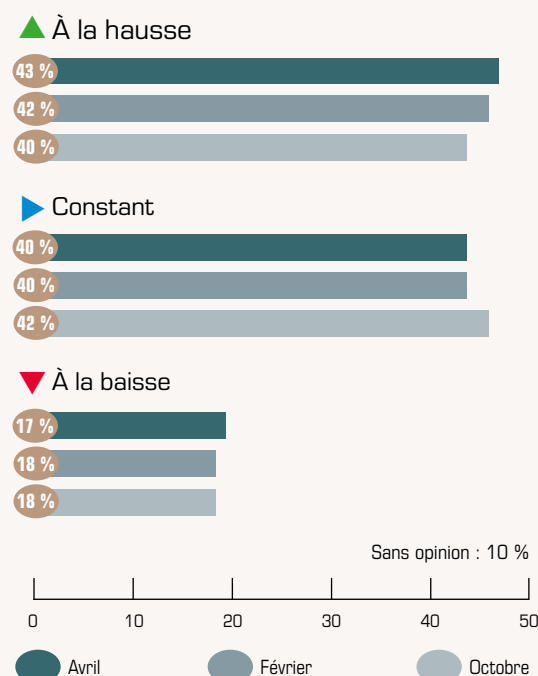
Enfin, quant au budget promotionnel et publicitaire, le nombre de dirigeants qui souhaitent l'augmenter à court terme continue sa progression (43 %, +1), alors que ceux qui pensent réduire la pression en la matière passent à 17 % (-1), (40 %, =) se contenteront de répéter les mêmes montants d'investissement en communication et en publicité à court terme.

Notons que — seul signe peut-être d'une inquiétude sous-jacente liée aux incertitudes politiques, le nombre de sans opinion à nos trois questions remonte de nouveau après plusieurs rounds successifs à respectivement 11 %, 10 % et 10 % (au lieu de 10 %, 9 % et 9 %).

Pour les trois mois à venir, quelles sont les prévisions d'évolution de votre carnet de commandes ou de votre CA ?



Pour les trois mois à venir, dans quel sens pensez-vous faire évoluer votre budget « communication et publicité » ?



Pour les mois à venir, envisagez-vous de modifier votre effectif commercial ?



Sans opinion : 10 %
Résultats d'avril 2023
(ceux de février 2023
sont entre parenthèses).

Enquête réalisée du 17 avril au 28 avril 2023 par l'équipe de Conquérir auprès d'environ 500 dirigeants d'entreprises.

creditsafe

Nouvelle plateforme Creditsafe

Mieux connaître ses clients et fournisseurs pour anticiper et décider

De nouveaux indicateurs avancés du risque client :

- ✓ Probabilité de défaut & Probabilité de paiement
- ✓ Expériences de paiement (45 milliards d'euros de transactions analysées en 2022)
- ✓ 6 fois plus de liens capitalistiques et structures de groupe à l'international
- ✓ Alertes Conformité & Bénéficiaires Effectifs
- ✓ Exceptions : comportements inhabituels voire suspects
- ✓ Tous les documents officiels en PDF : open-data et Infogreffe
- ✓ News® : publications médias et presse sur les entreprises (80 000 sources)
- ✓ Check & Decide : arbre de décisions



**Une plateforme
tout-en-un !**



Risques financiers



Compliance



Data Management et ventes



Scannez ce QR Code pour essayer dès maintenant notre nouvelle plateforme ! ↓



+33 (3) 3 74 09 66 83



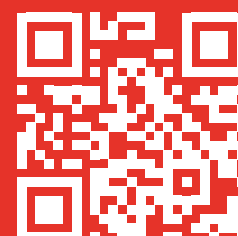
contact@creditsafe.fr



www.creditsafe.fr



Lille - Paris - Lyon



Préparation à l'emploi : les jeunes Français plus optimistes

Il est de bon ton de dire que les Français sont des râleurs patentés et qu'ils se plaignent tout le temps. Les fameux Gaulois réfractaires. L'étude menée par Qualtrics, en collaboration avec l'OCDE, nous met du baume au cœur de ce point de vue.

A lors que le panel des interviewés se situait dans six pays européens dont le nôtre, le nombre de jeunes Français (54 %) estimant être très bien ou extrêmement bien préparés pour le marché de l'emploi, est nettement supérieur à la moyenne européenne (36 %).

Certes, ce niveau peut paraître assez faible, compte tenu des efforts déployés dans ce domaine de la formation. Mais, il faut prendre en compte l'évolution parallèle très rapide du monde du travail (numérisation, automatisation, télétravail...). Autrement dit, la formation peut prendre parfois un temps de retard. En plus de cette insuffisance ressentie par une forte minorité des jeunes interviewés, surgit un autre grief — pour 30 % de nos nationaux, le sous-emploi. Cela s'entend ici des périodes d'intérim ou du temps partiel subi. C'est au Japon que ce ressenti est le moins observé (20 %) parmi

les six pays sous étude. En revanche, c'est aux USA — pays qui fait toujours beaucoup d'envieux — que les jeunes se plaignent le plus. Pour ce qui est du niveau de préparation à l'emploi, les parcours professionnalisants sont appréciés, puisque ceux qui en ont bénéficié sont 20 % plus nombreux à estimer être bien formés pour leur futur métier. ■



Des embauches au beau fixe

La dernière livraison de l'étude récurrente de ManpowerGroup quant aux intentions d'embauche des dirigeants d'entreprises, des grandes aux petites, pour le troisième trimestre, nous porte à deux constats antagonistes, quoiqu'éminemment corrélés. D'une part, la volonté d'accroître l'effectif est toujours prédominante. D'autre part, on a du mal à trouver des profils adéquats.

La prévision nette d'emploi en France est envisagée par les analystes de Manpower à +26 % en moyenne pour

la période d'avril à juin 2023, à peu près aussi tonique que précédemment. Parmi les secteurs étudiés plus précisément, qui sont ceux où les besoins d'intérimaires sont les plus pressants, ceux des transports, de la logistique et de l'automobile s'avèrent le plus en demande. Par taille d'entreprise, ce sont les petites PME (10 à 49 salariés) qui sont les plus promptes à l'embauche de salariés supplémentaires, tandis que les bassins d'emploi « les plus dynamiques » seraient ceux de l'Ile-de-France, des Hauts de France et du Sud-Est.

« Malgré un contexte inflationniste, le marché de l'emploi sera encore dynamique ce trimestre. En effet, pour développer leur croissance, les entreprises souhaitent maintenir fortement leurs besoins en recrutement partout en France sur la période, et cela malgré la pénurie de talents. Une tendance qui touche toutes



les organisations, quelle que soit leur taille, dans de nombreux secteurs : de l'automobile à la finance en passant par l'industrie des biens de consommation, ou encore la communication. Néanmoins, le rapport de force s'inverse plus que jamais au profit des candidats, incitant les recruteurs à proposer davantage de flexibilité, tant pour attirer les profils adéquats, que pour favoriser la fidélisation de leurs collaborateurs», analyse Alain Roumillac, président de ManpowerGroup.

Les transports, la logistique, l'automobile très demandeurs

Pour prendre les choses sous un autre angle 39 % souhaiteraient augmenter leurs effectifs, 46 % les laisser à l'identique, 13 % au contraire les alléger. Outre les secteurs susmentionnés, gros consommateurs d'interimaires, les perspectives d'embauche dans la consommation, dans les services, ou les biens de consommation, voire la finance de l'immobilier, seraient aussi dans le vert. Dans ce contexte, nulle surprise à constater que « 80 % des employeurs interrogés » rencontrent des difficultés pour recruter.

Afin d'attirer des talents, et les bons, ils songent à déboursier un peu plus en termes de salaire, mais aussi de flexibilité



du travail. Des primes incitatives sont également souvent envisagées.. ■

Le baromètre ManpowerGroup des perspectives d'emploi pour le deuxième trimestre 2023 a été réalisé dans 41 pays et territoires, entre le 2 janvier le 31 janvier 2023 auprès de 38 846 employeurs issus d'entreprises privées et d'organismes publics, dont 1020 employeurs en France.

Inflation : les facilités de paiement à la hausse

FLOA (groupe BNP Paribas) intervenant majeur du secteur des facilités de paiement, et Kantar ont réalisé une enquête sur l'évolution des modes de consommation européens, accélérés par l'inflation mais aussi la volonté pour certains d'acquérir des produits de meilleure qualité et plus durables.

Le problème est que tout cela suppose un surcoût par rapport aux années antérieures et que payer cash devrait être plus compliqué. Dès lors, les facilités de paiement (en plusieurs fois ou en différé) s'imposent à un public élargi. Neuf pays de l'UE ont été passés en revue. Les analystes de l'étude remarquent que c'est en France, au Portugal et en Espagne que la pratique du paiement fractionné est la plus répandue, avec à chaque fois un consommateur sur trois qui y a recours. En revanche, en Allemagne et en Autriche, c'est le paiement différé





qui est plébiscité (60 % des consommateurs interrogés). Dès lors, rien de surprenant à ce que les acheteurs examinent les possibilités de paiement fractionné ou différé qu'offrent les différentes enseignes avant de faire leur choix. En tout cas, c'est le cas pour 30 % d'entre eux. Selon les décrypteurs de l'enquête, sept consommateurs sur 10 s'affirment même prêts à changer d'enseigne pour bénéficier de facilités

de paiement. Une fois que le commerçant a compris cela, encore faut-il « développer des solutions de paiement qui s'intègrent harmonieusement au process d'achat », et quel que soit le canal choisi par l'acheteur.

Garder la maîtrise du budget

40 % des interviewés énoncent leur intention d'utiliser ces facilités de paiement pour maîtriser leur budget face à la conjoncture économique. Quels sont les cas d'utilisation les plus fréquents ? Principalement lors de dépenses imprévues (électroménager, et plus généralement dépenses liées à la maison). Cependant, les achats qu'on pourrait qualifier de « plaisir » ne sont pas exclus (high-tech, voyage...). Pour ce qui est des voyages, soulignons que c'est en France (44 %) et en Espagne (42 %) que l'on utilise le plus les facilités de paiement.

« A mesure de son développement en France et en Europe, et malgré des disparités d'usage d'un pays à l'autre, cette étude révèle des attentes de plus en plus fortes et spécifiques en matière de facilités de paiement. Dans le contexte économique actuel marqué par une tension sur le budget des ménages et le développement des habitudes d'achat omnicanales, la personnalisation, la flexibilité et la facilité d'utilisation des solutions FLOA sont des atouts précieux au service de la consommation », conclut Marc Lanvin, directeur général adjoint de FLOA.

Depuis février 2022, FLOA Noah a rejoint le groupe BNP Paribas. « Leader français des facilités de paiement », il rend plus aisée la vie des consommateurs à travers des paiements fractionnés, des mini crédits, des cartes bancaires. ■

De nouvelles ambitions pour Global Mobility Call

Ifema Madrid et Smobhub ont présenté le 22 mars à Paris la deuxième édition du Global Mobility Call qui se tiendra du 12 au 14 septembre prochains au Parc des expositions de la capitale espagnole. Cet événement est soutenu par la Cocef.

Christine Allard, présidente de la Chambre officielle de commerce espagnole en France, expliquait ainsi son soutien : « Les enjeux de la mobilité décarbonée sont absolument essentiels pour les années à venir. Accompagner Global Mobility Call nous paraît très important pour promouvoir les nouvelles idées, les nouvelles

technologies et trouver des solutions pour une mobilité bas carbone et intelligente ».

Global Mobility Call (GMC) proposera des espaces de congrès et d'exposition. Treize secteurs de la mobilité durable seront représentés à GMC Expo, tandis que la partie congrès comprendra huit itinéraires thématiques : transport durable, transition énergétique, solutions de mobilité, villes et territoires intelligents [...], transformation de l'automobile, stratégies d'entreprise [...] pour un développement économique plus équitable [...], technologies et innovation [...], talents et emplois du futur. David Moneo, directeur de Global Mobility Call, conclut ainsi la présentation : « Global Mobility Call 2023 sera une plate-forme particulièrement privilégiée pour les entreprises françaises. La France est le premier partenaire commercial de

l'Espagne et les relations bilatérales sont excellentes. Le projet de corridor hydrogène mené par nos deux pays, en collaboration avec le Portugal et l'UE, n'en est qu'un exemple, il en existe beaucoup d'autres et [dont certains] qui sont en préparation que nous espérons montrer au monde en septembre à Madrid ». ■



David Moneo, directeur de Global Mobility Call



Venez goûter à Crème aux Salons Solutions les 3 & 4 octobre

Envie de **booster** la façon dont vous gérez vos clients ?

Oui ? Alors vous avez besoin de **Crème CRM**.

Inscrivez-vous à l'un de nos webinars de présentation !



Inaptitude et faute lourde : attention au choix des motifs de licenciement !



Un arrêt de la cour de cassation du 8 février dernier nous amène à faire une révision des conditions, très strictement encadrées et d'ordre public, de licenciement pour inaptitude.

Les hauts magistrats, à l'appui des articles L. 1226-2 et L. 1226-2-1, ainsi que de l'article L. 4624-4, rappellent les éléments essentiels. Le salarié déclaré inapte à son poste de travail à raison d'un accident du travail ou d'une maladie professionnelle doit se voir proposer un autre emploi en

relation avec ses capacités. L'employeur ne peut se séparer de son salarié que s'il détient la preuve qu'il ne peut lui fournir une alternative appropriée, que son collaborateur a refusé son nouveau poste ou bien entendu, qu'une inaptitude générale a été constatée par le médecin du travail.

En la circonstance, avant la déclaration d'inaptitude, l'employeur avait entamé une procédure de licenciement pour faute lourde qu'il avait prononcé. Les juges du fond avaient estimé que la déclaration

d'inaptitude proclamée ultérieurement ne faisait pas obstacle au licenciement pour faute lourde, rejetant ainsi les demandes indemnitaires du salarié à ce titre. La Chambre sociale casse l'arrêt d'appel. Les dispositions d'ordre public des textes susvisés interdisent de prononcer un licenciement pour un autre motif que l'inaptitude, nonobstant le fait qu'une procédure de licenciement pour un autre motif aurait été entamée antérieurement. ■

Vincent Gardy

Indemnité d'éviction, ne pinaillez pas !

Le licenciement d'un salarié en raison de son état de santé est nul, sauf si bien sûr son inaptitude à son poste a été reconnue par la médecine du travail, qu'on n'a pu lui proposer un autre poste, ou qu'il l'a refusé.

Licenciement déclaré nul, cela veut dire que le salarié peut

demander sa réintégration. Lors d'une affaire qui a abouti à un arrêt de la Cour de cassation du 1er mars dernier, il s'avère que l'employeur avait refusé de verser les indemnités pour congés payés afférentes à la période d'éviction. Or, rappelle la Haute Cour, sous l'emprise des articles L. 3141-



3 et L. 3141-9 du Code du travail, le salarié qui sollicite sa réintégration doit se voir réparer l'entière du préjudice subi pendant la période d'interruption de son contrat de travail, en l'occurrence injustifiée. Sauf s'il occupe un autre emploi pendant cet intervalle.

Les juges du fond font une lecture différente de celles des juges du fond, qui estimaient que l'indemnité d'éviction n'ouvrait pas droit à des congés payés effectifs ou à une indemnité compensatoire. Dès lors, « *la cour d'appel a violé les textes susvisés* ». ■

Vincent Gardy



Obligation de loyauté : les limites posées



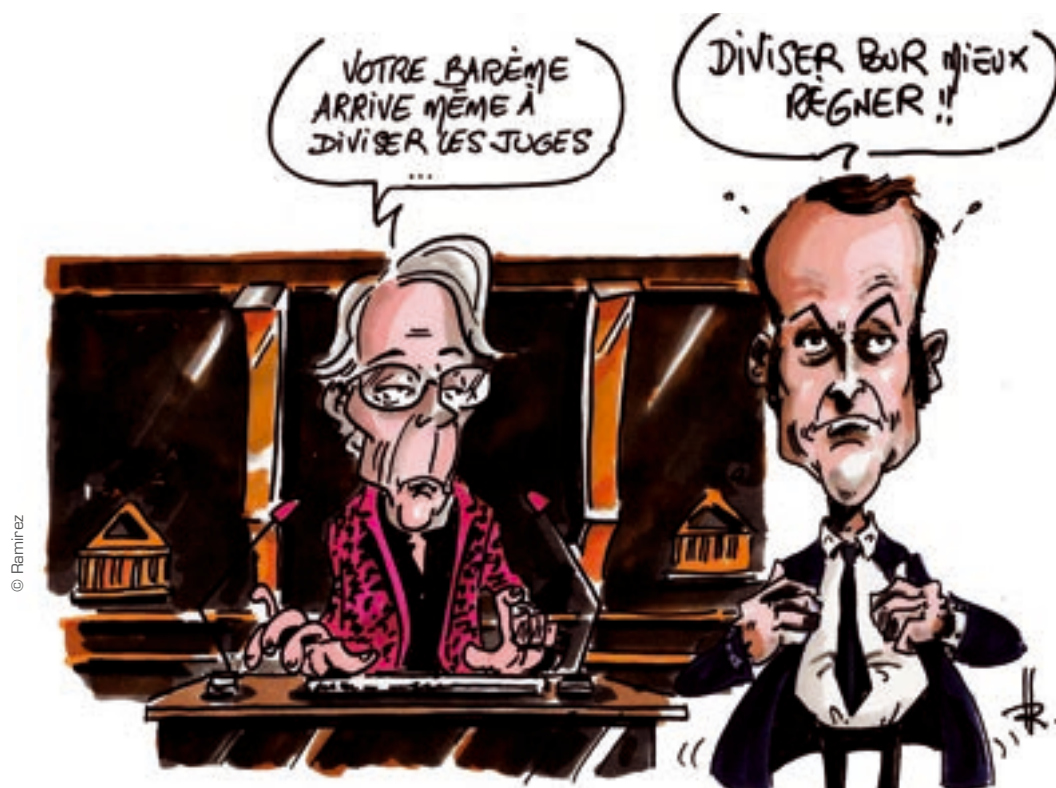
C'est vrai que cela peut être agaçant pour un employeur de payer intégralement le salaire d'un collaborateur en arrêt de travail et d'apprendre « *qu'il se la coule douce* » par ailleurs. En l'occurrence, son salarié, manifestement coutumier des arrêts maladie, s'adonnait pendant ses absences à sa passion, le badminton. L'employeur le licencie, invoquant un manquement à l'obligation de loyauté d'un collaborateur. Les juges du fond ne le suivent pas et considèrent le licenciement comme sans cause réelle et sérieuse.

Les hauts magistrats se montrent quant à eux très précis. Ils démêlent patiemment l'écheveau de la situation. Ils rappellent tout d'abord qu'un acte commis par le salarié pendant la suspension de son contrat de travail n'est pas répréhensible en soi. Encore faut-il qu'il cause un préjudice à son employeur. Or, relève la Chambre sociale, il n'est pas prouvé que la participation du collaborateur ait contribué à aggraver son état de santé ou à allonger les arrêts de travail. Dès lors, préjudice il n'y a pas pour l'employeur et donc pas de manquement à l'obligation de loyauté, qui subsiste cependant, souligne la Haute cour, pendant l'arrêt de travail. ■

Vincent Gardy



Barème Macron : la Chambre haute enfonce le clou



Que les juges du fond se le disent ! Les hauts magistrats de la Chambre sociale veulent que le « Barème Macron » soit appliqué. Un arrêt récent, du 1^{er} février dernier, le confirme. On sait que la tradition est d'indemniser complètement un préjudice une fois qu'il a été établi, d'où les réticences des juges du fond. En l'occurrence, une salariée dont le licenciement avait été jugé sans cause réelle et sérieuse, avait fait valoir un certain nombre d'arguments personnels pour réclamer à son employeur davantage que ce que prévoit le Barème Macron. Les juges du fond la suivent dans son raisonnement et lui

octroient la bagatelle de l'équivalent de onze mois de salaire. La Chambre haute fonde son analyse sur la lecture de l'article L.1235-3 du Code du travail : elle remarque que la liberté d'action du juge est encadrée et qu'il doit jauger l'indemnité attribuable à la salariée dans l'intervalle de trois à six mois de salaire pour ce qui la concerne, alors qu'elle justifiait d'une ancienneté d'un moins de six ans.

Dès lors, c'est clair, l'arrêt de la cour d'appel, « qui a violé le texte susvisé », est cassé. ■

Vincent Gardy

Travail dissimulé : attention !

Les pays de l'UE, surtout ceux de l'Ouest, souhaitent réglementer plus sévèrement les détachements. Un arrêt récent de la Chambre criminelle de la Cour de cassation, en date du 21 février, nous le rappelle.

Une personne morale qui signe un contrat avec une entreprise établie dans un autre Etat membre, doit impérativement demander et recevoir le certificat estampillé A1, qui justifie de la régularité de la situation sociale du cocontractant pour chacun des travailleurs détachés qu'il met à la disposition de son partenaire.

Le fait de ne pas vérifier ce point est constitutif du délit de travail dissimulé. ■

Vincent Gardy



Transmission obligatoire électronique de factures : à vos marques !

Les nouvelles obligations drastiques imposées par l'Etat quant aux transmissions de factures entre entreprises privées afin de mieux lutter contre les fraudes, à la TVA en particulier, dynamisent le marché des prestations de service en la matière. Nous avons rencontré les représentants de Ventya, acteur présent de longue date dans la transmission et l'archivage des factures, Dominique Bougnot, directeur général, et David Brillet, directeur commercial.



David Brillet, directeur commercial de Ventya

Conquérir : Pouvez-vous nous rappeler les nouvelles obligations imposées aux entreprises et l'échéancier ?

Dominique Bougnot : Les échéances se rapprochent, en effet. A partir du 01/07/2024, les grands comptes (plus de 5 000 salariés...), puis le 01/07/2025 les moyennes entreprises et la totalité le 01/07/2026 auront l'obligation de faire transiter leurs factures clients et fournisseurs à travers une plate-forme de l'Administration. Le format de base requis est une sorte de PDF auquel sont attachées un certain nombre de données. Ce déploiement progressif fera que pendant deux-trois ans cohabiteront les factures papier, celles arrivées par mail sous forme de PDF et puis celles transitant par la plate-forme.



Dominique Bougnot, directeur général de Ventya

Conquérir : Peut-on traiter tout cela en interne ? Et quand faut-il s'y prendre ?

David Brillet : Le portail de l'administration est gratuit. Cependant, son utilisation est susceptible d'être fastidieuse. Passer par un prestataire-expert fait gagner du temps, il permet l'automatisation de l'envoi et la réception des factures. La connexion à l'ERP est facilitée et les données transmises à l'administration cadrées dans les limites des exigences reprises. Et le coût facial n'est pas très élevé. Quant au délai de préparation, il faut compter de trois à six mois pour un produit packagé. Les petites entreprises ont avantage, elles aussi, à mettre en place dès à présent cette nouvelle organisation, car elles seront le 01/07/2024 confrontées à la réception des factures des grands comptes par le nouveau canal.

Conquérir : L'ampleur du marché aiguise les appétits. De nombreux acteurs apparaissent... Et la place des historiques dans tout cela ?

Dominique Bougnot : Effectivement, un essor des prestataires dans ce domaine est à prévoir. On devrait passer d'une dizaine aujourd'hui à 70 environ qui seront immatriculées par l'admini-

nistration, donc autorisées à agir pour leurs clients. Cela étant, chez les acteurs historiques dont nous faisons partie, notre expérience joue en notre faveur. Or, notre métier ne change pas. Nous avons chez Ventya des références significatives sur plusieurs marchés, avons traité des millions de factures au fil des années et offrons à ce titre une garantie de sérieux et d'accompagnement dans le temps. Chez Ventya, nous avons personnalisé nos prestations en fonction des besoins, parfois très précis, de nos clients. Je pense aux mondes de l'assistance, du voyage d'affaires, du livre... où l'on traite de nombreuses factures, souvent d'un petit montant unitaire, avec l'obligation de mentions très précises. ■

Ventya

Ventya est un opérateur historique de la dématérialisation des factures qui a démarré dans l'EDI. Il adresse toutes les tailles d'entreprise, en particulier les grosses PME, et d'une manière indirecte, les plus petites, à travers cette fois des partenariats (éditeurs d'ERP par exemple). Ventya est depuis un an l'entité de gestion des transactions électroniques du Groupe international Everwin Harris, un éditeur de logiciels spécialisé dans la gestion d'affaires. Il croit en achetant et en structurant les éditeurs de logiciels les plus importants dans leur spécialité.



Business Services

UNE SOLUTION CLÉS EN MAIN AVEC UNE MULTITUDE D'AVANTAGES.

€ Fiscalité avantageuse :

TVS : 0€ ⁽¹⁾

Carte grise réduite selon les régions ⁽²⁾⁽³⁾

Bonus Écologique jusqu'à 3 000 € pour les professionnels

Les services associés inclus aux offres MG Business Services :



Maintenance
(assistance plus incluse)



Assistance plus
(incluse à la maintenance)



Véhicule relais



Provision pour
frais de dépréciation



Pneumatiques



Télépéage



Assurance
perte financière⁽⁴⁾



Carburant &
multi-énergie

Vous souhaitez obtenir une offre en Location Longue Durée ?

Prenez rendez-vous dans l'un de nos 150 points de vente sur :
mgmotor.fr/entreprises ou **scannez ce QR code**



(1) TVS = Taxe sur les Véhicules de Société, remplacée par la taxe annuelle sur les émissions de CO2 et la taxe annuelle sur les émissions de polluants atmosphériques à partir du 1^{er} janvier 2022, selon la LOI n° 2020-1721 du 29 décembre 2020 de finances pour 2021.

(2) Montant de la carte grise des véhicules électriques variable en fonction du montant de la taxe régionale.

(3) Informations disponibles sur service-public.fr

(4) Sous réserve de souscription du produit d'assurance, par l'intermédiaire d'ARVAL Service Lease, auprès de Greenval Insurance DAC, compagnie d'assurance de droit irlandais, enregistrée sous le numéro 432783, siège social The Anchorage, 17-19 Sir Johan Rogerson's Quay, Dublin 2, D02 DT18 Irlande (info@greenval-insurance.ie) ; supervisée par la Banque Centrale d'Irlande.



DES OFFRES ET SERVICES DÉDIÉS AUX PROFESSIONNELLS



Une structure
de gamme simple



Une sérénité
garantie



MG4 : des standards
de sécurité au plus haut

MG4 100% électrique

À partir de

399 € TTC
/mois⁽⁵⁾

SANS APPORT

Bonus Écologique de **3 000 €** déduit
LLD 37 mois et 15 000 km/an
valable jusqu'au 30/06/2023



Garantie 7 ans ou 150 000 km. Détails et exclusions sur www.mgmotor.fr

(5) Ex. Location Longue Durée 37 mois - 15 000 km/an pour une MG4 5P Standard 51 kWh MY2022 neuve avec option peinture métallisée, 4 CV, autonomie électrique WLTP jusqu'à 350 km (cycle combiné) ; émissions de CO₂ WLTP : 0 g/km (à l'utilisation hors pièce d'usure) ; consommation électrique mixte WLTP : 170 Wh/km ; 37 loyers de 399 €, Bonus écologique de 3 000 €** déduit. * Incluant services associés suivants (**suivant conditions et limites contractuelles**) : Maintenance (dont l'Assistance Plus incluse) : prise en charge dépenses d'entretien et remplacement pièces d'usure (**hors pneumatiques**) ou défectueuses et Assurance Perte Financière, souscrite auprès de Greenval Insurance DAC, compagnie d'assurance de droit irlandais, enregistrée sur le numéro 432783, siège social : The Anchorage, 17-19 Sir Johan Rogerson's Quay, Dublin 2, D02 DT18, Irlande (info@greenval-insurance.ie), supervisée par la Banque Centrale en Irlande.

** Plus d'info. sur www.service-public.fr

Offre **réservée aux professionnels**, valable pour toute commande jusqu'au 30/06/2023 si accord Arval Service Lease, 352 256 424 RCS Paris - ORIAS n° 07 022 411 (www.orias.fr), **dans la limite des stocks disponibles** et dans le réseau participant.

Consommation électrique (min. max.) Gamme MG4 (wh/km) WLTP : 160-170. Règlement 2018/1832. Valeurs au 22/08/2022 susceptibles d'évolution. Plus d'informations sur le site www.mgmotor.fr

A 0 gCO₂/km

B

C

D

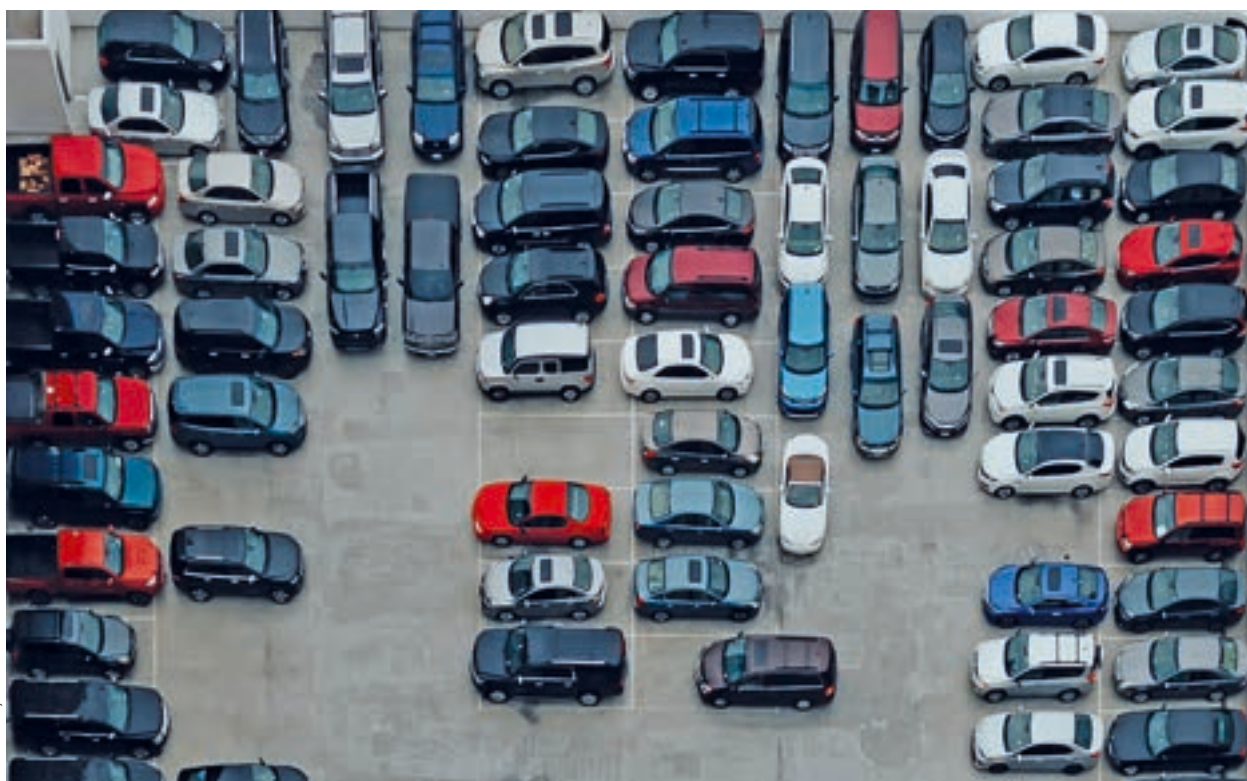
E

F

G

ou le vélo #SeDéplacerMoinsPolluer

L'électrification modifie le marché



© Ivana Cajina

Le marché de l'automobile reste perturbé, comme l'indiquent les spécialistes, tels que Philippe Quétaud, directeur des ventes spéciales de Renault. Il est travaillé par l'exigence d'aller vite dans la décarbonation des flottes avec, paradoxalement, toujours des

difficultés pour obtenir des livraisons de véhicules neufs dans un délai raisonnable. Nous avons fait le point avec les intervenants du secteur, constructeurs, importateurs et prestataires.



Philippe Quétaud,
directeur des ventes spéciales de Renault

Sur le plan quantitatif, il est difficile de déterminer clairement une tendance, car les seuls chiffres tangibles sont ceux des immatriculations et que ces dernières continuent d'être impactées, quoique dans une moindre mesure, par des problèmes de fabrication et désorganisés par les délais de livraison.

Cela étant, il semble que les commandes soient plutôt dans le vert en règle générale pour ce qui est des flottes. Philippe Quétaud observe pour Renault « *un marché assez dynamique* », tandis que les délais de livraison pour la marque au losange se sont globalement réduits, revenant à une moyenne de quatre à cinq mois. Aymeric Scheidecker, directeur des ventes entreprises de BMW et Mini, observe également « *une bonne évolution des*



Aymeric Scheidecker, directeur des ventes entreprises de BMW et Mini



Jacky Delorme,
responsable des ventes entreprises de MG Motor



La MG4 100% électrique de MG Motor

commandes et des livraisons sur 2023, en particulier pour les entreprises». Selon lui, les décideurs en la matière sont dans «une bonne dynamique» accompagnée, reconnaît-il, de la volonté de sécuriser leurs approvisionnements, aussi bien en termes de délais de livraison que financièrement. La hausse des taux d'intérêt fait mécaniquement monter les loyers. La tentation de l'acheteur peut être de demander des remises complémentaires sur le véhicule. Aymeric Scheidecker ne le nie pas. «Cependant, affirme-t-il en substance, nous avons veillé à accompagner nos clients pendant la période du covid et ils nous en savent gré». «Les acheteurs sont divisés entre les attentistes et ceux que le calcul du TCO incite à agir vite», rebondit Jacky Delorme, responsable des ventes entreprises de MG Motor.

Electrique et thermique

Nous l'avons dit *supra*, l'électrification se poursuit à un rythme soutenu dans les flottes, atteignant sans doute 20 % actuellement, dont un peu moins de la moitié en «full électrique». «Cela correspond à notre performance chez Renault», relève Philippe Quétaud. L'hybride, sous ses différentes formes, bénéficie toujours d'un plus grand attrait, même si globalement, dans les flottes, le thermique domine, à peu près à parts égales entre le diesel et l'essence. Il est important de souligner que, si le marché entreprises a reculé de 6,9 % en immatriculations en 2022 (+5 % cependant pour le premium), les véhicules électrifiés ont connu des évolutions contrastées (+24 % pour le pur électrique, -11 % pour l'hybride).

Des stratégies différenciées, de nouveaux venus à l'affût

Il a été dit que l'obligation d'électrification des flottes pour des raisons, certes écologiques, mais surtout fiscales et réglementaires, favorisait les marques chinoises. Il est connu que l'industrie automobile de l'Empire du Milieu est relativement récente et qu'elle s'est axée quasiment dès le départ sur les moteurs non thermiques. Différents intervenants sont intervenus sur le marché

français et européen. C'est un particulier le cas de MG Motor, une reprise de la marque mythique qui dispose désormais d'une gamme de cinq modèles, dont plusieurs appropriés aux flottes. Le fer de lance en flottes est le MG4 100 % électrique (segment C des berlines), qui sera en année pleine en 2023. Dotée «de la nouvelle plate-forme dédiée à l'électrique, elle bénéficie d'une autonomie de 450 km maximum, ainsi que d'une garantie 7 ans/150 000 km», selon Jacky Delorme. La marque prévoit plus de 20 000 véhicules immatriculés cette année, avec une progression en flottes grâce à la MG4, même si les autres modèles de la gamme ont aussi leurs atouts, dont la ZF qui affiche la particularité d'être proposée en électrique mais aussi en thermique, les autres modèles étant uniquement électriques ou électrifiés.

Mitsubishi, dont la gamme s'élargit, va pouvoir adresser une bonne partie — 50 % du segment des flottes, avec les produits bien adaptés à cette clientèle, selon son directeur des opérations France, Hervé Collignon. Après l'Eclipse Cross, SUV du segment C, proposé en hybride rechargeable, l'ASX, SUV du segment B, produit en partenariat avec Renault, disponible en thermique essence, en hybride et en hybride rechargeable, contribuera à une pénétration plus marquée du constructeur japonais, un prélude à «un plan produits ambitieux pour 2024, 2025 et 2026», signale Hervé Collignon,



Renault à la conquête du segment C avec Arkana (au dessus) et Austral



Austral dans le haut du segment C

cela alors que Mitsubishi dispose de 140 points de vente et de SAV sur le territoire national.

Leurs volumes restent encore loin des constructeurs généralistes européens qui, s'ils produisent encore dans leur immense majorité des véhicules thermiques, développent rapidement une offre électrique ou électrifiée.

Renault se veut en pointe dans ce domaine, avec quatre VP électriques — Zoe, Twingo, Kangoo VP et la Megane E-tech électrique arrivée en juillet 2022, sans compter Dacia Spring. Philippe Quétaud mise du reste sur « *des motorisation E-tech performantes* », comme sur l'Austral (200 cv).

La marque au losange cherche à s'affirmer sur le segment C avec ses deux modèles récents, précisément Austral (haut du segment) mais aussi Arkana (bas du segment). Clio, un atout majeur dans le segment B, qui a bénéficié d'un relookage important en milieu d'année dernière « *plaît toujours dans les flottes* », souligne Philippe Quétaud. Le nouvel Espace, qui va arriver cet été, viendra compléter cette offre, déjà exhaustive, pour les professionnels.

Le groupe Volkswagen a, quant à lui, redécouvert la marque Cupra, « *du segment des premiums généralistes* », selon Josué Marguerite, responsable des ventes entreprises. La gamme s'étend progressivement à différents segments à partir du Formentor, puis de la Born, 100 % électrique. Cupra est en quelque sorte jumelée avec Seat, même si elle évolue sur un segment différent.

Des premiums plutôt en forme

L'ambiance semble plutôt favorable aussi du côté des premiums, en particulier chez BMW, qui semble avoir pris — ou repris — le leadership. Nanti d'une « *bonne dynamique de commandes et de livraisons pour 2023 spécialement en entreprises* », Aymeric Scheidecker mise en outre sur plusieurs éléments favorables pour la marque munichoise. A commencer par une iX1 100 % électrique qui sera en année pleine, « *après un lancement réussi en 2022* ». L'arrivée récente de la Série 2 Active Tourer plug-in hybride, un modèle bien apprécié des flottes, devrait conforter également la position de BMW.

Marque différenciante du groupe, Mini devrait sans doute aller au-delà de sa part actuelle de marché en flottes, une part régulièrement en hausse ces derniers temps. La Mini Countryman tient le haut du pavé dans ce secteur. Son renouvellement, ainsi que celle d'une autre partie de la gamme, prévue fin 2023, devrait certainement contribuer au renforcement de ses positions.

Hausse des immatriculations, Renault et Dacia surperforment le marché

Si nous ne disposons pas de chiffres spécifiques aux ventes de VP aux entreprises et aux professionnels pour les deux premiers mois de l'année,

nous noterons que les immatriculations globales ont progressé de 9,1 % sur cette période. C'est un rebond significatif, même si la « *liquidation du portefeuille non encore servi* » peut donner sans doute un effet en trompe-l'œil, indiquent les spécialistes. Les évolutions sont contrastées selon les constructeurs. On remarque le bond de 43,2 % de Dacia, alors que la marque éponyme de sa maison mère, Renault, fait mieux que le marché (+11,8 %) tandis que Peugeot, et surtout Citroën (-23,2 %) reculent. Le comportement de Toyota (+20,4 %) demeure toujours très soutenu alors que les deux Coréens Kia et Hyundai semblent marquer le pas.

LLD : de profondes restructurations, l'émergence de nouveaux acteurs

Alors que le marché des ventes entreprises aurait reculé de 5 % en 2022, celui de la LLD *stricto sensu* aurait progressé de 6 %. L'actualité de la LLD est marquée par la concrétisation de la fusion de ALD Automotive et de Lease Plan, moyennant le respect des exigences des instances anti-monopole de l'Union européenne. En France, le nouvel ensemble aurait pu devenir nettement numéro 1. C'était sans compter sur la fusion des captives de Stellantis. Sous le nom de Leasys, l'entité compte actuellement 828 000 véhicules selon Arnaud de Lamothe, directeur général adjoint chargé du commerce. Leasys n'a pas vocation à être multimarques, à savoir proposer des véhicules d'autres constructeurs que ceux du groupe, même si cela peut être le cas ponctuellement. Cette course au gigantisme donne des ailes à des acteurs plus récents. C'est le cas de Agilauto, filiale du Crédit Agricole. Partie de la LOA aux particuliers, elle propose depuis l'an dernier de la LLD aux particuliers, mais aussi aux professionnels et aux entreprises. Agilauto s'inscrit dans une démarche multimarque avec un focus sur le verdissement des flottes, souligne Julien Garnier, responsable des opérations. Le verdissement est poussé loin puisque seuls des véhicules électriques, hybrides ou à hydrogène pourront être loués. L'offre d'Agilauto bénéficiera bien sûr à plein du réseau de sa maison mère.

Alain Fleet, ex-Sixt Leasing, cherche également à s'installer davantage dans le marché. ■



Go Entrepreneurs Paris 2023 : les start-up à l'honneur

Go Entrepreneurs fêtait les 5 et 6 avril dernier à l'Arena La Défense de Paris le 30^e anniversaire de cette manifestation, initialement appelée Salon des Entrepreneurs.



30 ans de Go Entrepreneurs à l'Arena Paris La Défense

Beaucoup de chemin a été parcouru depuis, et alors qu'à l'époque il fallait convaincre les jeunes — et moins jeunes — de se lancer dans l'entrepreneuriat, aujourd'hui l'affluence est là, et les visiteurs sont à la recherche d'outils ou d'inspirations pour leurs projets. Des inspirations qu'ils pensent trouver au travers de nombreuses conférences, en particulier celle offerte par notre magazine sur le thème du développement commercial et de la fidélisation des clients. Au fil des années les orateurs attendus sont ceux qui incarnent une réussite professionnelle, plutôt que des personnalités publiques ou des notables. Les participants à ce que l'on pourrait nommer un congrès avaient également la possibilité de rencontrer des institutionnels (INPI, BPI,

Urssaf...) à même de les aider dans leur démarche, des banques (BNP Paribas, Société Générale...) mais surtout des acteurs « en ligne », parfois filiales de ces groupes comme Hello Bank pour BNP Paribas. On retrouve aussi Qonto, pas vraiment une banque dans le sens où elle ne prête pas d'argent. Des territoires étaient également de la partie, avec un net renouvellement d'une année sur l'autre. On pense

à la métropole Nice Côte d'Azur, ou encore à Andorre.

Cet Etat au cœur des Pyrénées, condominium franco-espagnol, vit surtout du tourisme (45 % du PIB), et son industrie est centrée sur les services, mais il cherche à se développer sur trois autres axes stratégiques : santé et biotechnologie, sport et e-sport. Une récente loi sur l'innovation et l'entrepreneuriat vise également à attirer les travailleurs nomades, adeptes du travail à distance. La fiscalité serait également « bienveillante », nous glisse-t-on sur le stand. Si c'était une première pour Andorre que cette participation à Go Entrepreneurs, la métropole de Troyes (Technopole de l'Aube), revenait une nouvelle fois sur la manifestation. Elle y promeut, comme toujours, son incubateur lié à l'ESC Troyes, « Plug and Start ». Francis Bécard avait

le sourire car ses équipes et lui-même ont accueilli sur leur stand « 250 prospects » et une bonne part devrait pouvoir participer au concours des 28, 29, 30 juin prochains qui sélectionnera les jeunes



Francis Bécard, directeur général de la Technopole de l'Aube et l'équipe Plug & Start



Troyes profite aussi de la présence d'une bonne école de commerce.

Non loin de là, le groupe Kedge proposait des prestations à certains égards similaires autour de ses écoles de Paris, Bordeaux, Marseille et Toulon, ambitionnant de trouver sur le salon de nouvelles start-up à accompagner et des partenaires pour les coacher.

Dans un ordre d'idées complètement différent, un service de La Poste, financé par le ministère de la Transition écologique, pré-

pousses. 400 ont postulé l'an dernier et 20 furent sélectionnés *in fine*.

Ces projets peuvent être de natures diverses, mais Francis Bécard met l'accent sur l'industrie, qu'il estime à juste titre avoir été délaissée « depuis 40 ans » et qui refait finalement surface aujourd'hui. Il évoque une initiative destinée à doper les

projets dans le secteur de la santé, après la constitution à Troyes d'un groupe de 50 professionnels de la santé prêts à aider une idée et son implantation. La Technopole de l'Aube bénéficie, comme d'autres territoires en France, de flux migratoires qui ont tendance à s'inverser, de Paris vers la province désormais, et

sentait ses prestations de conseil dans l'accompagnement des TPE/PME vers la sobriété énergétique, en partenariat local avec les CCI et par le biais, entre autres, d'une application gratuite. Le réseau social TikTok, tant à la mode aujourd'hui, expliquait ses avantages, y compris pour le business. ■

Conquête et fidélisation de la clientèle : l'apport de la visio

Conquérir a tenu pour la 12^e année consécutive sa conférence annuelle parisienne sur le thème de la prospection et de la fidélisation des clients. Ce fut un grand succès comme toujours, en termes d'assistance aussi bien que de qualité. Plusieurs centaines d'auditeurs dans les gradins et des retours positifs en fin de la présentation.

Cette année, c'est notre directeur de la publication et de la rédaction qui intervenait lui-même, en compagnie de Damien Barthélémy, directeur général de Creditsafe France. Si les fondamentaux demeurent les mêmes, les modes d'interaction avec clients et prospects évoluent très régulièrement, en fonction des possibilités offertes

par les nouvelles technologies et les modes d'acceptation de nos interlocuteurs.

Créer une entreprise, cela suppose une envie, une idée et bien sûr une stratégie, en cherchant à promouvoir sur le marché une innovation, pas forcément un bond technologique mais suffisamment différenciant, pose d'entrée Alain Gazo. Damien Barthélémy a fondé en 2006 la filiale française de Creditsafe.

Comment a-t-il procédé et quels enseignements en tire-t-il ? Le marché de l'information est très ancien, plus de 150 ans. Quelques acteurs, peu nombreux mais reconnus, se le partageaient. Ils s'adressaient plutôt à de grands et moyens comptes, les petites entreprises n'étaient pas particulièrement visées.

C'est le choix de cible qu'a effectué Creditsafe, en offrant une solution adaptée à l'usage de chefs d'entreprises, plutôt que de spécialistes de la finance. Nouvelle cible, prestation simple à l'usage, et mode de contact privilégiant le téléphone, ce qui était innovant alors dans ce métier. Damien Barthélémy, qui avait précédemment travaillé dans le secteur, conseille « de se





Alain Gazo, directeur de la publication et de la rédaction de Conquérir (à g.)
Damien Barthélémy, directeur général de Creditsafe France (à d.)

lancer plutôt dans un métier avec lequel on a des affinités». «C'est que celui qui doit sentir le marché, c'est le fondateur, lui qui devra toujours être le premier commercial de l'entreprise», rebondit Alain Gazo.

Trouver des clients

Comment trouver des clients? «Il faut définir rigoureusement les cibles que l'on veut viser, en éliminant celles qui ne nous intéressent pas», avertit Damien Barthélémy. Autrement dit, ne vous égarez pas!

La segmentation initiale écarte de nombreuses catégories. Cela n'empêche pas d'élargir ensuite, en fonction des résultats obtenus, par exemple chez Creditsafe en partant des TPE pour aller conquérir ultérieurement des grands comptes. On focalisera également notre énergie sur les cibles qui semblent avoir le plus d'affinités avec nous, en n'oubliant pas «de creuser son trou» chez les clients existants (autres filiales, autres directions...).

Comment adresse-t-on les prospects? Les méthodes varient selon les métiers, le goût des décideurs. Chez Creditsafe, le téléphone fut privilégié dès le départ par opposition aux visites classiques, trop coûteuses lorsque l'enjeu unitaire est faible.

«Tout cela ne va pas tout seul, et nécessite beaucoup de persévérance, car la

prospection n'est pas facile», souligne d'expérience Alain Gazo. Cependant, le téléphone, complété aujourd'hui pas la visio, donne de bons résultats, même si cela nécessite beaucoup d'engagement de la part des collaborateurs. «Le client doit être contacté au moins une à deux fois par an», évoque Damien Barthélémy. Lorsque le rendez-vous physique n'est clairement pas rentable, la visio permet un contact où, à tout le moins de percevoir le sourire de l'interlocuteur, analyse-t-il. Les résultats sont là, selon ses observations : 4 % d'annulations de ventes en moins et 4 % de ventes additionnelles en plus par rapport au téléphone seul, mentionne-t-il.

Réseaux, e-mailing, site internet

Alain Gazo en vient aux moyens électroniques de mise en contact. Il conseille réseaux sociaux, e-mailing, mais peut-être d'abord le site Internet.

«Le site internet amène indéniablement des contacts, à condition de bien travailler son ergonomie et son contenu pour attirer les leads et améliorer son référencement, sans oublier l'achat de mots-clés». Actuellement, le nombre de leads mensuels obtenu est de 400 environ chez eux, synthétise le directeur général de Creditsafe. Qu'en est-il des e-mailings? questionne

Alain Gazo. «Le temps des grosses campagnes de e-mailing est passé», estime Damien Barthélémy. Selon lui, aujourd'hui, «le temps est à des e-mailings segmentés, en apportant des messages productifs aux prospects et aux clients». Il s'agit d'interpeller le lecteur, pour l'inciter à accepter un rendez-vous. «Et en faisant bien attention à l'objet mentionné» qui doit, selon Alain Gazo, mentionner le nom de la société réceptrice. Les réseaux sociaux sont évidemment aussi un moyen de générer ou de développer les leads «en ne se dispersant pas», avertit-il. Dans tous les cas, «il conviendra d'être intéressant pour le lecteur», alerte Damien Barthélémy, alors que Creditsafe utilise en premier lieu LinkedIn, qui permet parfois une mise en relation.

In fine, cela faut beaucoup de contacts à suivre.

Aujourd'hui, le CRM est un outil qui s'avère indispensable afin d'y voir clair et d'être efficace, d'autant que les prix sont peu élevés en mode Saas, affirme Alain Gazo. «La mise en place d'un CRM a eu un effet structurant», estime Damien Barthélémy, et cela dès le début de l'activité, il va permettre de coordonner les actions futures de conquête et de fidélisation.

Cependant, si l'on veut que les champs essentiels soient bien remplis, évitons qu'ils soient trop nombreux (décideurs, utilisateurs concernés, renouvellements prévus...). ■

Creditsafe

Creditsafe est un groupe norvégien, spécialiste de l'information commerciale et financière sur les entreprises. Il est implanté dans quinze pays, en Europe, ainsi qu'aux Etats-Unis, au Canada et au Japon. Il compte 1500 collaborateurs pour un CA de 260 millions d'euros. Les filiales française et italienne sont dirigées par Damien Barthélémy, «11 000 clients ont généré en France 11 millions de CA l'an dernier», précise-t-il.

Cette activité est portée par la nécessité d'éviter les défaillances, car 25 % d'entre elles sont liées à un défaut de règlement des fournisseurs importants. ■

Go Entrepreneurs Lyon : mettre en lumière l'écosystème du territoire

Go Entrepreneurs Lyon Auvergne Rhône-Alpes se tiendra le 22 juin prochain à La Sucrière, dans l'ancienne capitale des Gaules. *Conquérir* organisera sa conférence récurrente sur la manifestation, autour des dernières tendances en matière de prospection et de fidélisation des clients ce même jour à 15h. Nous nous sommes entretenus avec William Jameux, son directeur, pour en savoir plus sur les orientations de cet événement organisé par les Echos-Le Parisien Evénements.



William Jameux,
directeur de Go Entrepreneurs Lyon

Conquérir : *Le visitorat de cette édition présente-t-il des particularités par rapport à celui de l'édition parisienne ? Et si oui, cela se ressent-il dans le programme de l'événement ?*

William Jameux : La promesse de ces deux événements reste la même : insuffler et accompagner le plus efficacement possible la création, la pérennité et le développement des entreprises dans

une même unité de lieu et de temps. Pour autant, chaque territoire recèle son propre ADN et il est clair que Lyon et la région Auvergne Rhône-Alpes figurent parmi les plus dynamiques d'un point de vue entrepreneurial, avec des filières d'excellence (food, santé, innovation technologique...) et de très belles réussites (Boiron, Fusalp, Les Etincelles...). Pour preuve, avec 127 117 entreprises créées en 2022 (+2,4 % par rapport à 2021, contre +1 % en France métropolitaine hors Ile-de-France), la région Auvergne Rhône-Alpes concentre à elle seule 12 % des nouvelles entreprises créées l'an passé en France. Il est donc normal que nous mettions en lumière l'écosystème particulier de ce territoire, aux côtés d'autres acteurs et témoins complémentaires, dont l'expertise et la réussite dépasse les frontières d'Auvergne Rhône-Alpes.



Conquérir : *Observez-vous d'année en année une évolution de la typologie des visiteurs ?*

William Jameux : Cette année, Go Entrepreneurs Lyon Auvergne-Rhône-Alpes va célébrer son 20^e anniversaire. Vingt ans d'évolutions, que ce soit en volumétrie ou dans le rapport socioculturel à l'entrepreneuriat et bien sûr dans les profils de nos visiteurs. Grâce aux évolutions législatives et administratives mises en place par les pouvoirs publics, aux politiques menées par les collectivités pour développer leurs économies et doper leurs attractivités, à l'émergence de nouveaux programmes éducatifs, à la multiplication des réseaux d'accompagnement, ou encore via les nombreux témoignages de success stories, la culture de l'entrepreneuriat s'est considérablement démocratisée. Aujourd'hui, on constate une quête de sens et une volonté d'impacter positivement la société, en faisant parfois passer au second plan les critères de rentabilité stricte. On observe aussi une volonté accrue de relocaliser ou d'enraciner son activité sur un territoire de proximité. Enfin, depuis trois ans, notre visitorat tend vers une quasi-parité et se trouve être également de plus en plus qualifié : les porteurs de projets en recherche d'accompagnement et les dirigeants de start-ups d'une part, les TPE-PME avec des problématiques bien précises de développement, d'autre part.

Conquérir : *Quelles seront les principaux éléments du programme proposé aux visiteurs sur cette édition ?*

William Jameux : Diagnostics individuels et conseils personnalisés, accompagnement sur le choix du statut, aide à l'implantation, à l'accompagnement, à la recherche de financements, aux démarches obligatoires, à la digitalisation et au développement de son activité, au coaching, au networking...



Tout l'écosystème entrepreneurial sera mobilisé pour cette édition anniversaire, avec plus de 100 partenaires publics, parapublics et privés, 100 tables rondes et démos pour se former sur tous les sujets du moment, 20 animations thématiques et les témoignages de plus de 100 personnalités emblématiques des sphères économique, politique, institutionnelle et

entrepreneuriale qui permettront de donner un grand coup d'accélérateur à chaque projet. Du haut de ses vingt ans Go Entrepreneurs Lyon est plus que jamais le lieu incontournable de rencontres et d'échanges dédiés à l'entrepreneuriat sur ce territoire. Plus de 10 000 créateurs, start-ups et dirigeants de TPE-PME sont attendus à cette occasion. ■

Paris-Lyon : la concurrence démultiplie l'offre



20 allers retours quotidiens en semaine avec TGV InOui

Les voyages reprennent, en avion vers l'international, en train pour la France et l'Europe proche. Les déplacements en train ont repris vigoureusement dans le grand public l'an dernier, un peu moins parmi les professionnels, où l'on observe encore un retard, d'environ 10 % par rapport à 2019.

Reprise par rapport à 2021 il y a clairement, y compris sur l'emblématique ligne Paris-Lyon, qui a vu arriver le premier TGV il y a si longtemps déjà.

Lyon avec la région Auvergne Rhône-Alpes étant le deuxième pôle économique majeur après l'Île-de-France, le trafic sur la ligne Paris-Lyon est très dense. La SNCF déploie en semaine 20 allers-retours quotidiens avec InOui, sans compter huit allers-retours chaque jour en Ouigo. Depuis l'an dernier, une Business Première très qualitative a été installée dans ses rames, afin d'offrir le meilleur coût et la possibilité de travailler dans les meilleures conditions.

Depuis un an, la concurrence s'est développée avec la mise en place par l'opérateur italien Trenitalia de cinq allers-retours quotidiens, trois de ces liaisons opérant depuis Milan. C'est une nouveauté emblématique. Qu'est-ce que cela a changé? Roberto Rinaudo, directeur général de Trenitalia, estime que cela profite d'abord au train dans son ensemble, puisque 37 % du 1 million de passagers recensés l'an dernier

par Trenitalia n'avaient jamais pris ce moyen de transport sur ce parcours. « C'est notre objectif du reste, pondérer-il en substance, faire progresser une mode de transport propre et décarboné, celui du rail ». Pour capter la clientèle, Trenitalia mise sur une offre riche à même de toucher différents publics de voyageurs. Trois classes composent les rames, l'Executive, « comparable à la Business Class des avions »; Business « équivalent de la Première » et Standard, « équivalent de la Seconde ».

Les classes Business et Standard sont divisées entre cabines Allegro et Silenzio, selon le degré de calme ou de convivialité que l'on souhaite. L'Executive est dotée d'un confort et d'équipements (salle de réunion...) « de haut niveau ». Quant aux tarifs, ils font l'objet, selon Roberto Rinaudo, « de transparence, de simplicité et de lisibilité » avec « un seul tarif variable en fonction du remplissage des rames », ouvrant droit à une grande flexibilité (report possible jusqu'au départ du train voire remboursement du billet moyennant une simple pénalité de 20 %). ■



Roberto Rinaudo, directeur général de Trenitalia France



La classe Executive de Trenitalia

Solutions RH : le social et la digitalisation



Solutions RH, couplée à E-Learning et à Documentation, s'est tenu du 21 au 23 mars derniers à la Porte de Versailles. L'occasion pour les visiteurs de faire le point sur une actualité législative toujours dynamique dans ce domaine et aussi sur les innovations portées par les acteurs du secteur. L'organisateur, Infopromotions, se montrait satisfait de l'ampleur de cette première vraie édition post-covid, même si la journée du 23 pâtit de la grève et des manifestations dans Paris.

Parmi les évolutions sectorielles dans la partie RH proprement dite, on remarquait le retour ou l'arrivée de plusieurs intervenants du domaine des titres-restaurant, à l'image du groupe Up, de Sodexo et d'un nouveau, Open Eat.

Le marché du titre-restaurant a été bousculé du fait de la quasi obligation faite par les pouvoirs publics de la dématérialisation des chèques. Aujourd'hui, cependant encore 40 % des titres sont émis sous forme papier. L'avantage pour les salariés est qu'ils peuvent les utiliser comme de la monnaie et à tout moment, lorsque c'est prohibé. La carte a des avantages, mais aussi des inconvénients, dans le sens où le contrôle de son utilisation est plus serré. Du coup, les montants déposés, aussi

bien par l'employeur que par le salarié aboutissent souvent à des comptes créditeurs, « parfois d'un montant correspondant à 15 % du total », remarque Catherine Coupet, PDG de Open Eat.

Ancienne présidente du groupe Up, experte de la profession, elle a saisi l'opportunité de proposer une solution plus simple « évitant les dépôts d'argent improductifs », en particulier pour le salarié. Une application créée par cette start-up permet de ne jamais débiter ce dernier et de le créditer de la somme correspondant à la participation convenue de l'employeur dans le cadre du soutien à la restauration à l'heure du déjeuner. Autrement dit, si vous avez droit à une participation de 50 % de l'employeur à concurrence du montant de l'addition réglé, dans la limite de 12,50 euros par jour. Open Eat créditera votre compte de la somme correspondante sous 24 ou 48 heures, sachant que vous aurez réglé votre note avec votre propre carte bancaire. Open Eat, qui affiche *in fine*, des « frais » moindres que ceux de ses concurrents, a bon espoir de troubler le jeu dans le marché. Cette participation réglée sous cette forme, bénéficie



Catherine Coupet, PDG de Open Eat



cie, elle aussi, des avantages sociaux et fiscaux attachés à la réglementation des titres-restaurant.

Le marché est tenu principalement aujourd'hui par Up - avec Chèque Déjeuner, Sodexo et Edenred. Up argumente sur des services qu'elle veut à la pointe de la modernité, mais aussi sur sa position particulière d'entreprise du monde des ERS, étant elle-même une coopérative.

Des solutions adaptées à la taille des entreprises

Le monde de la RH se complexifie, au fur et à mesure de l'apparition d'obligations de plus en plus nombreuses pour les employeurs. Cela impacte particulièrement la paie. Après le prélèvement à la source, viendra ainsi en juillet l'obligation de faire figurer sur la fiche le « *net social* ». Du bonheur pour les prestataires de cet univers. Certains sont plutôt orientés vers les grandes entreprises, à l'image de Sopra HR, filiale de Sopra Steria. Structure de 1 800 collaborateurs née à Annecy en 1968, Sopra HR est un éditeur de solutions de paie et de RH et est implantée en France, pays d'origine, ainsi qu'en Europe, au Moyen-Orient et en Afrique. « *Nous nous adressons aussi beaucoup au secteur public et savons gérer les cas complexes de paie* », synthétise Véronique Montamat, directrice marketing.

Véronique Montamat fait valoir la poursuite du déploiement de la solution « *4 You* », encore plus digitalisée, afin de faciliter au mieux « *la performance de la filière RH* », grâce à un parcours plus fluide des flux entre managers salariés et fonctions support. Dans un marché où le renouvellement d'un système de paie ne se fait que « *tous les vingt ans environ* », il faut néanmoins garder le contact avec ses clients, alors que la garantie de bulletins de paie justes et aux normes est essentielle, pour reprendre en substance les propos de Véronique Montamat. Si Sopra HR exerce plutôt à la base dans l'univers de la paie, à l'instar de ADP ou de Sage, par exemple, d'autres exposants de Solutions RH ont une orientation, au moins de départ, différente. C'est le cas de Horizontal Software, s'affirmant dans le domaine de la gestion des temps et des activités plutôt pour les collectivités

du spectre de la santé publique ou dans les grandes entreprises. Certains acteurs du SIRH ont développé des offres plus packagées pour les PME et plus sophistiquées pour les ETI ou les grands comptes. C'est le cas du lyonnais Foederis, intégré l'an dernier au groupe Septeo. Le bordelais Neeva a, selon son président Christian Grenom, une clientèle significative dans le secteur public, mais est à même d'adresser d'autres cibles. Kelio - anciennement Bodet Software - propose un SIRH modulaire au spectre très large, dont depuis quelques années maintenant la paie.

C'était la première édition de Solutions RH où Kelio se montrait sous ses nouvelles couleurs. Au-delà de cet événement, Cédric Lampin, responsable du marketing, mettait en valeur sur le stand, avec toutes les équipes, la version 5 du progiciel éponyme. « *Une version qui nous permet d'aller plus loin dans l'intégration du Core RH dans Kelio* », nous confiait-il.

« *Notre nouveau module d'administration du personnel Core RH centralise les données des salariés* », commente Cédric Lampin, qui affirme également : « *Nous sommes ainsi plus performants en matière d'onboarding et d'intégration des salariés dans les entreprises ainsi que de reporting RH basé sur ces données ainsi centralisées* ». Les flux de documents RH internes sont, en outre, facilités par l'automatisation et l'intégration de plus en plus fréquente de la signature électronique. ■



Chèque-vacances : un outil pour le pouvoir d'achat

L'inflation et le pouvoir d'achat demeurent des thèmes d'actualité majeurs. Les chefs d'entreprise sont soucieux de fidéliser leur personnel ou d'attirer de nouveaux collaborateurs. Plusieurs leviers sont à leur disposition, au-delà du salaire à proprement parler. Pourquoi ne pas utiliser le Chèque-vacances émis par l'ANCV ? De nombreuses sociétés de moins de 50 salariés n'en sont pas équipées. Nous avons fait un tour d'horizon avec Alain Schmitt, directeur général de l'ANCV (Agence Nationale pour les Chèques-Vacances).

Conquérir : Pouvez-vous tout d'abord définir pour nos lecteurs le périmètre de l'ANCV ?

Alain Schmitt : L'ANCV est un EPIC réalisant une mission de service public. Créée en 1982, elle a pour vocation de favoriser l'accès du plus grand nombre aux vacances. Son vecteur est le Chèque-Vacances, qui permet aux entreprises, directement ou à travers le CSE, de distribuer des titres abondés par l'employeur et sur lesquels ne pèsent pas de charges sociales. Ils permettent de régler des prestations d'hébergement, de transport, de restauration et de loisir. Nous totalisons 4,7 millions de bénéficiaires aujourd'hui : salariés, agents publics, travailleurs indépendants et chefs d'entreprises. Dans les entreprises de plus de 50 salariés, c'est le CSE qui prend la décision et diffuse les chèques. Pour les PME, cela relève du pouvoir du chef d'entreprise. Le montant total des émissions ressortait en 2022 à 1,7 milliard d'euros.

La deuxième mission, sans doute moins connue de notre agence, est l'aide que nous apportons au départ de publics fragiles éloignés des vacances. 238 000 personnes ont ainsi bénéficié de ce pro-

gramme — alimenté par nos excédents de gestion — en 2022.

Conquérir : La tendance à la dématérialisation est générale. Qu'en est-il de l'ANCV ?

Alain Schmitt : Nous avons mis en place à partir de 2020 une solution dématérialisée nommée Chèque-Vacance Connect, qui permet aux bénéficiaires de régler des prestations en ligne, et aux prestataires d'encaisser les montants correspondants. Ce procédé monte en puissance, puisque les montants ainsi générés sont chaque année en forte hausse. Ils ont atteint 67 millions d'euros en 2022. Le réseau d'acceptation pour ce biais inclut de grands professionnels comme SNCF Connect ou Air France.

Conquérir : Le montant affiché par Chèque-Vacance Connect apparaît faible par rapport au total. Quelles en sont les raisons ?

Alain Schmitt : Elles sont multiples. D'une part, certains bénéficiaires y sont réfractaires, même si la crise du covid a levé des freins à cet égard. Ensuite, il fallait laisser le temps à notre réseau d'acceptation de s'étendre — les grands comptes certes, mais aussi les



Alain Schmitt, directeur général de l'ANCV

commerçants de taille plus modeste, qui s'équipent progressivement de terminaux de paiement adaptés. Quant aux grandes plates-formes, elles ont adapté leurs tunnels de paiement spécialisés.

Conquérir : Si les salariés des grandes entreprises sont largement équipés, c'est moins le cas des plus petites...

Alain Schmitt : ... et c'est dommage ! En effet, l'attribution de Chèques-vacances est un élément positif pour les entreprises, un facteur de fidélisation et d'attractivité. Depuis quelques années, notre progression est forte sur ces segments, avec près de 103 millions d'euros d'émissions en 2021, puis 128 millions en 2022.

Peut-être faut-il à ce stade rappeler quelques chiffres. L'entreprise — ou le CE — abonde les chèques jusqu'à un maximum de 30 % du SMIC chaque année, soit actuellement 510 euros en exonération de charges sociales. La CSG et la CRDS restent dûes. Comme pour les titres-restaurants, le salarié peut participer jusqu'à 50 % minimum pour ceux payés au-dessus du plafond de la SS, 20 % pour ceux qui sont en dessous. Les entreprises — ou le CSE — règlent les droits d'ouverture de compte, les frais de livraison des chèques et une commission assise sur les montants faciaux. Nos frais de livraison sécurisées sont élevés, ainsi que pour Chèque-Vacance Connect les dépenses d'évolution technologique et de protection des données. ■



Franchise Expo : hausse de la fréquentation, valeurs sûres et challenges

Franchise Expo s'est tenue du 19 au 22 mars dernier. L'affluence a été importante. Nous en voulons pour preuve une diffusion de notre magazine nettement plus importante qu'en 2022. Cette manifestation était pilotée cette année par Infoprodigital, le propriétaire de l'événement demeurant la FFF (Fédération française de la franchise).



Du point de vue géographique, nous étions certes toujours à la Porte de Versailles, mais dans le hall 1, plus spacieux et plus lisible pour les visiteurs si l'on peut dire. L'organisateur avait souhaité mettre en particulier l'accent sur le développement à l'international, ce qui nous va bien à *Conquérir*, bien sûr.

Les pavillons de Taïwan — surprise pour nous — et de l'Italie, d'une ma-

nière plus classique, étaient particulièrement visibles.

Alors que la bataille sur les franchises de cafés semble forte, avec cependant des concepts très variés, on remarquait en dehors de leur pavillon national, Doppio Malto. Issue du monde de la bière qu'elle fabrique, notamment en Sardaigne, l'enseigne propose évidemment ses propres breuvages, mais aussi d'autres boissons, des en-cas, le

tout dans une ambiance ludique pour grands et petits.

Doppio Malto, qui dispose de 34 établissements dans la péninsule, cherche à se déployer en France à travers la franchise. Un établissement est d'ores et déjà en activité à La Défense (Quatre Temps). Parmi les — nombreuses — chaînes intégrant le nom de « *café* », on trouve donc des concepts bien différents. On pense bien sûr immédiatement à Starbucks. Cependant Maxime Mayant, CEO de Columbus Café au Canada, estime que la firme, présidée par Nicolas Riché, est n° 1 dans l'Hexagone avec 280 points de vente. Au Canada, Columbus Café en serait à 20 à fin 2023, au Québec bien sûr, mais aussi en Ontario. L'enseigne française profiterait du départ de son grand concurrent américain des centres-villes pour aller vers l'extérieur, avec de préférence des drives.

Toujours est-il que Columbus Café, qui a bénéficié pour ses débuts au Québec de l'appui et de l'expertise du spécialiste



Classe Affaires, continue à recruter des franchisés au Canada, dont certains Français.

Taïwan, Québec, mais aussi Brésil et USA disposaient de pavillons sur Franchise Expo. L'association espagnole de la franchise était également de la partie, et quelques enseignes ibériques avaient fait le déplacement.

Parmi elles, Muy Mucho. L'entreprise catalane, née il y a 32 ans à Barcelone, est du reste bien implantée en France avec 50 boutiques, parmi les 180 réparties dans 22 pays. Le directeur commercial, Victor Pijoan, expliquait dans ses grandes lignes le concept de ce qui était au départ une sorte de bazar chic. Aujourd'hui, Muy Mucho propose principalement des objets de décoration, de style méditerranéen, avec parfois aussi des touches scandinaves. La qualité esthétique, mais aussi environnementale, est mise en avant.

L'immobilier, toujours un secteur important



L'immobilier, un des fleurons de la franchise, était évidemment en force sur le salon.

Nestenn, enseigne sans doute moins connue que d'autres, mais qui dispose de « 470 points de vente en France et à l'international » faisait valoir ses ambitions en France et à l'étranger. Des « pilotes » ont été installés au Portugal et en Thaïlande. Pour le moment, l'essentiel de l'activité de Nestenn, qui fait travailler « 2000 collaborateurs à travers ses franchisés », selon son PDG, Olivier Alonso, se poursuit principalement dans l'Hexagone sans difficultés majeures, d'après lui, malgré une conjoncture qui peut paraître un peu préoccupante. De ce point de vue, le son de cloche est relativement identique chez Era, à entendre Eric Allouche, directeur général France, la franchise étant américaine. « Le marché recule indéniablement, mais somme toute modérément », estime-t-il en substance, depuis les sommets atteints sur la période de septembre 2020 à avril 2021. D'une moyenne tendancielle annuelle de 1,2 million de transactions, on est redescendu à 1,1 million actuellement, et probablement 1 million d'ici fin 2023, pronostique Eric Allouche. La pression des DPE (diagnostics de performance énergétique) devrait selon lui pousser à la vente des propriétaires investisseurs ne souhaitant pas réaliser de coûteux travaux de mise aux normes à l'issue d'un bail. De quoi évidemment alimenter les flux. Quant aux taux d'intérêt, certes à la hausse, il les met en balance avec le niveau — plus élevé — de l'inflation.

Parmi les franchiseurs d'un type moins connu, Bras droit des dirigeants, qui propose à des personnalités à forte expertise d'offrir leurs compétences à temps partagé mais dans un contexte cadré par un franchiseur qui les accompagne, fait de la publicité générale pour eux et, éventuellement, les forme. Bruno Doron, qui a lancé sa franchise il y a trois ans, constate à la fois une croissance quantitative du nombre de franchisés, avec 154 adhérents aujourd'hui, mais aussi en termes de compétences couvertes. Au-delà des fonctions de DG ou de DRH, toutefois toujours en forte progression, Bruno Doron note une montée « du marketing, de la communication et du digital ». « Le contexte général du marché est bon, remarque-t-il, il est favorable au temps partagé, particulièrement dans les PME ».

Un secteur d'activité est, quant à lui, en forte récupération, c'est celui du fitness au sens large. Après des années covid extrêmement difficiles, les professionnels de cet univers tentent de relever la tête et de repartir de l'avant, dans un marché qui semble de nouveau porteur mais s'avère extrêmement compétitif. Parmi ces acteurs, une société du même groupe que Easy Jet, avec un concept opportunément nommé EasyGym. Son directeur marketing et communication fait valoir « un service de grande qualité au meilleur prix avec des installations modernes ». Vingt établissements existent déjà en France, pour un objectif affiché de cent salles à terme, loin encore évidemment des 250 de FitnessPark. ■



SITL 2023 : des innovations de logistique

SITL fêtait ses 40 ans lors de son édition annuelle qui s'est tenue du 28 au 30 mars au Parc des Expositions de la Porte de Versailles. Un moment de fierté et de joie pour l'organisateur, RX, et la directrice du salon, Laurence Gaborieau.

Les exposants et partenaires de la SITL sont toujours variés. D'une année sur l'autre, on remarque cependant des évolutions. Ainsi, les territoires, français et étrangers, étaient probablement moins présents, au profit des offres qui tournent autour du développement durable, ou encore de celles relatives à la digitalisation ou à l'automatisation des process en matière de logistique. Alors qu'on veut favoriser les livraisons décarbonées, SNCF Réseau était visible sur la manifestation.

Le groupe La Poste insiste également beaucoup sur son comportement vertueux. Cédric Vasseur, le directeur du développement de Log'issimo, entité de la branche courrier-colis née fin 2021, rappelle l'engagement fort et de longue date, du groupe en matière de RSE avec, en particulier, « une flotte comportant plus de 50 % de véhicules électriques (35 000 sur 60 000) ». Log'issimo est donc la marque des activités logistiques de La Poste. Cédric Vasseur décrit quatre pôles principaux :

- le retail, avec la collecte, le stockage et la livraison de marchandises partout en France.
- La logistique sur-mesure, par exemple pour la PLV, avec un service très pointu, intégrant le stockage des éléments, la préparation de commandes, jusqu'au montage et à la mise en place le cas échéant.
- Le « fresh » : livraison de repas et de produits alimentaires dans le respect de la chaîne du froid — ainsi pour les drive piétons de la grande distribution.
- Le « facilities » : remise des courriers et des colis dans les grandes entreprises et collecte des éléments au départ.

« Notre force réside dans notre capacité de mutualiser les flux, de les optimiser et, ce faisant là encore, de réduire de l'empreinte carbone », résume Cédric Vasseur. Il insiste aussi sur « une forte valeur ajoutée » dans les premier et dernier kilomètres, ainsi sur un maillage « inégalable »



Salon Sitl 2023, des stands variés

dans l'ensemble de la France. Alors que le e-commerce se développe, Swiss Post présentait sur la SITL ses solutions de dédouanement, de transport et de distribution en Suisse, souvent en collaboration avec des market-places.

Douane : des changements de réglementation

A propos de dédouanement, il convient de rappeler qu'un changement assez récent de réglementation exonère de droits de douane les colis d'une valeur inférieure à 150 euros, mais pas de TVA. Ce qui représente des flux très importants, comme le souligne un habitué de la manifestation, Alban Gruson, PDG de Conex, leader des progiciels douaniers en France. Des flux qu'il faut traiter, de préférence en utilisant une plateforme spécialisée comme Conex. Dans son désir d'aller plus loin, Conex a lancé en 2022, Zen, « une plate-forme de communication interprofessionnelle, à vocation de réunir chargeurs, transporteurs et transitaires ». Zen a vocation à faciliter la circulation des informations de documents, soit nativement digitaux, soit numérisés (PDF...). « Zen trace toutes les déclarations qui sont ensuite transcrites sur une blockchain, explicite Alban Gruson, tandis que l'IA permet la reconnaissance des informations utiles dans les documents papier pour les retranscrire sous forme digitale ». Zen est également intéressant pour les appels d'offres des chargeurs.

L'univers de la douane, du reste également représentée sur la SITL, est très innovant.



Laurence Gaborieau, directrice de la SITL



Le stand du Grand Est à la SITL : les territoires étaient présents

« Bientôt arrive Delta IE, remplaçante de Delta G, souligne Alban Gruson, elle amènera une plus grande digitalisation de l'information liée au CDU [NDLR : code des douanes de l'Union], un nouveau CDU présentant des classements différents ».

Des spécialistes pour faciliter les démarches

Quant aux données sécuritaires, PCS1, « qui s'est avéré insuffisant pour garantir la protection des Etats à ce titre, indique le PDG de Conex, va céder la place à PCS2, qui va s'appliquer aux flux aériens dès cette année, après le postal et l'express et avant le maritime, le rail et le routier, qui viendront plus tard ». Conex dispose d'une filiale en Belgique et d'une autre au Royaume-Uni. A cet égard, Alban Gruson note a priori une fluidité convenable des flux entre la France et le Royaume-Uni, après la mise en place d'une « frontière intelligente », pour les importations, c'est-à-dire avec un précontrôle de documents avant la traversée.

Ce système devrait être mis en place dans l'autre sens, par les Britanniques. Conex, depuis sa base londonienne, travaille par ailleurs aux mécanismes post-Brexit avec l'Irlande. Parmi les éditeurs de logiciels, on rencontre Dashdoc, fondée en 2019 par des spécialistes de ce métier. L'outil est principalement dédié aux chargeurs pour faciliter le suivi de leurs transporteurs. Ses promoteurs font état d'un enregistrement des éventuels retards, dysfonctionnements sur la plate-forme, ainsi que de l'interfaçage possible avec les ERP.

S'il est vrai que moins de territoires étaient présents, en raison souvent d'un moindre foncier disponible, sous l'emprise de la loi limitant l'artificialisation des sols, de grands stands

émergeaient tout de même, comme celui des Hauts de France, de Fos-sur-Mer, ou encore du Grand Est. Plus exactement, le stand du Grand Est abritait les représentants de Nancy Sud Lorraine et de la Moselle. Jean-Paul Schmitt, chef de projet du pôle de développement de Moselle Attractivité, valorisait les atouts du département, à commencer par une position de carrefour d'échanges à proximité du Luxembourg — où travaillent quotidiennement 100 000 Mosellans, de la Belgique et de l'Allemagne, dont de nombreuses entreprises sont présentes sur le territoire. Jean-Paul Schmitt citait à ce propos la société Knauf, qui a effectué il y a quelques années « un bel investissement » pour fabriquer de la laine de roche, « ce qui est un exemple de réindustrialisation pérenne du territoire ». Il évoquait également Ineos, qui a racheté le site de la Smart pour y produire un véhicule 4x4. Plus généralement, ce département de 1 million d'habitants dont le chef-lieu, Metz, qui n'est distant que d'un peu plus d'une heure de Paris, abrite des sites

de logistique importants, comme celui d'AGCO, ou encore de l'automobile (Stellantis...). Et, si le foncier se fait plus rare, « beaucoup de friches industrielles restent à reconfigurer ». Sur la SITL, il est également de tradition de décerner des prix d'innovation. Ils furent attribués cette année à Watéa by Michelin (fourniture de véhicules électriques), iFollow (solutions collaboratives pour la logistique et l'industrie), Pickers (solutions d'optimisation pour les entrepôts logistiques, les industriels et les e-commerçants),

K-Ryok (véhicules électriques professionnels). Enfin, la « start-up Contest » vit le succès de Datafret, qui cherche à automatiser le traitement des factures de marchandises. ■





Aéro-marketing : un exemple parlant

Sujet d'actualité, à l'heure où l'Allemagne préfère au Rafale un avion américain. Pour qu'un nouvel avion prenne son envol, il a fallu des ingénieurs, des techniciens, des ouvriers pour le concevoir puis le construire. Puis des pilotes et tout le personnel de terrain, etc. Et, last but not least, des clients — publics ou privés — pour l'acheter !

Affaire de marketing qui, on le sait, ne consiste pas à « fourguer » le produit fini, mais à orienter sa conception en fonction des besoins exprimés ou ressentis des clients potentiels... à transformer en clients réels, œuvre de longue haleine. Faute de cette vision, combien de belles machines n'ont jamais dépassé le stade du prototype ou de la pré-série, même annoncés sous l'égide du dieu du commerce comme le Mercure). C'est la principale leçon à tirer du livre de James A. Beveridge, publié puis réédité dix-huit fois entre mars 1964 et décembre 1972, *The Anatomy of a win*, qui s'est avéré bien utile aux « marketeurs » d'entreprises industrielles chargées de promouvoir des biens d'équipement dans les domaines les plus divers ⁽²⁾. Mais, à l'origine, des avionneurs américains pour lesquels l'auteur a travaillé.

J. M. Beveridge

Ingénieur diplômé de la prestigieuse Cornell University, J. M. Beveridge débute chez Bell Téléphone, mais très vite, travaille huit ans pour Hughes Aircraft, avant de créer un cabinet



Aéronautique : la technique et le marketing

conseil. Parmi ses références : Boeing, Curtis Wright, Fairchild, General Motors, Gruman, Northrop, Pratt et Whitney, Westinghouse... excusez du peu ! Cela mérite qu'on porte attention à ses recommandations, encore aujourd'hui !

Intelligence

Difficile de résumer ces 153 pages (mais je tiens mon exemplaire à la disposition du premier lecteur qui en fera la demande). L'auteur se présente comme un homme de terrain, un praticien qui fait de la simplicité ⁽³⁾ une vertu cardinale. La base de sa méthode : l'intelligence (au sens militaire du terme : renseignement). Amener sur le marché un équipement industriel est une démarche à étapes dont le fil conducteur est la découverte — chez les possibles donneurs d'ordre et autour d'eux de tous ceux qui peuvent influencer sur la décision.

Sur le papier, quelques hauts dirigeants seuls « ont la signature ». En fait, nombre de gens ont un pouvoir — non de décision, mais de nuisance (technique, juridique, financier, politique) : freiner, bloquer, dénaturer un projet. Il s'agit de les identifier, de se mettre à leur place, de comprendre leurs attentes, leur mode de raisonnement, leurs inquiétudes. Ce que J. M. Beveridge résume de façon lapidaire voire humoristique. Simpliste ? Mais pas facile à s'imposer en toutes circonstances. Et applicable à toute organisation avant une démarche importante. ■

Jean-Louis Wilmes

1. Je ne cite pas de nom, mais vous m'avez compris.

2. Des machines-outils aux rames de métro, je peux en témoigner.

3. Ce qui est simplifié peut-être inexact, mais tout ce qui n'est pas simple est inutilisable.



Roumanie : des atouts malgré une démographie terne

Transylvania

La Roumanie est régulièrement évoquée ces derniers temps en raison de sa frontière partagée avec l'Ukraine, donc de sa proximité avec le conflit. Protégée par l'Otan, elle semble pourtant ne pas devoir être touchée par de possibles débordements de la guerre sur son territoire, même si elle en subit forcément les conséquences avec un certain afflux d'Ukrainiens ou bien des effets indirects, par exemple sur ses exportations de céréales. Puissance économique agricole et industrielle non négligeable, membre de l'UE, la Roumanie mérite cependant l'attention.

La Roumanie est plutôt une grande puissance, au moins en termes de population, du bloc des Peco, puisqu'avec 19,2 millions d'habitants au dernier recensement, elle se situe au deuxième rang derrière la Pologne.

La démographie, c'est pourtant le talon d'Achille du pays des Carpates. En effet, le taux de natalité est faible, et les jeunes bien formés — on pense aux médecins par exemple, ont tendance à aller vers l'Ouest. Et l'on note, comme le souligne Coface dans sa note de synthèse de la mi-2022, « *de fortes disparités régionales en termes d'éducation, de formation professionnelle et de transport, avec des régions rurales encore souvent paupérisées* ».

En revanche, nous avons ici un relativement vaste marché intérieur, un PIB par habitant assez élevé de 14 795 dollars US par habitant, et bien sûr l'appui de l'Union européenne qui a favorisé sa santé économique, même si le pays n'est pas encore dans les clous de la zone Euro, à supposer que d'y rentrer soit toujours un avantage.

Cet Etat de population slave, mais de langue romane, possède une agriculture puissante, avec une production significative de céréales (blé, orge, colza en particulier), mais aussi des ressources en matières premières, actuelles ou en devenir, attractives (charbon, lithium, gaz, uranium).

Coface met également en exergue parmi les éléments favorables, une production d'électricité renouvelable importante ainsi qu'une infrastructure des technologies et de la com-



munication à un bon niveau. Néanmoins, Coface fait aussi état de divers éléments défavorables, à savoir un secteur agricole qu'on peut juger inefficace, une législation fiscale trop volatile, sans compter des process administratifs non seulement lents, mais qui, en plus, peuvent être entachés de corruption.

Quid de l'impact de la guerre en Ukraine ? Il est limité selon les spécialistes. D'une part, la Roumanie est exportatrice de céréales (maïs, blé, orge), même si les exportations ukrainiennes, à bas prix, tendent à peser sur les cours. Quant à l'approvisionnement énergétique, il est largement couvert par la production nationale. Pour ce qui est du gaz, un nouveau gisement offshore devrait lui permettre de devenir un exportateur régional. Bien entendu, cet Etat du flanc sud-est européen subit également de plein fouet l'inflation importée.

Malgré l'émigration — souvent de personnes au profil de cadres, d'ingénieurs ou de médecins, le taux de chômage diminue, selon les analystes de Coface, restant toutefois au-dessus du niveau pré-pandémique.

Comme dans la zone Euro, la Banque centrale a augmenté ses taux d'intérêts, afin de pallier une inflation tendancielle à 11 %. Cette hausse des prix

pèse sur la consommation, qui représente 62 % du PIB. Le dynamisme des exportations de céréales, mais aussi de services, contrebalance difficilement l'affaiblissement de celles de composants électroniques, de téléphones, de machines, de véhicules à moteur et de pièces détachées (35 % des exportations). Toutefois, la diminution des perturbations de la chaîne d'approvisionnement, qui ont pesé sur l'industrie automobile, si puissante, devrait améliorer les choses cette année. En ce qui concerne l'équilibre des comptes, le déficit public a atteint environ 6 % en 2022 et est prévu à -5 % en 2023. Ce n'est finalement pas excessif dans le contexte général. La dette publique demeure à un niveau modéré — 47 % du PIB prévu en 2023. La balance des services y contribue favorablement.

Les finances publiques vont également bénéficier jusqu'en 2027 de prêts et de subventions liés au plan Next Generation de l'Union européenne, malgré les retards liés à des process administratifs internes peu fluides.

L'Allemagne premier partenaire commercial

Les échanges extérieurs de la Roumanie ont subi, comme partout, des soubresauts liés à la crise du Covid. Leur reprise a été nette en 2021 — + 21,3 %, une reprise qui s'est poursuivie plus modérément en 2022, selon des données pas encore définitives. Le total des échanges ressortait en 2022 à 173,1 milliards d'euros. Le commerce extérieur roumain marque traditionnellement un déficit, lequel s'est aggravé en 2021 à 23,7 milliards d'euros. Les raisons à cela ? Tout d'abord une politique très expansionniste, commentent en substance les spécialistes du Trésor. Les déficits apparaissent dans plusieurs secteurs : industries agroalimentaire, manufacturière, pharmaceutique ou sidérurgique et se réalisent principalement avec le trio Chine-Turquie-Russie, mais aussi avec les Peco (Hongrie, Pologne, République tchèque). Notons en revanche que la balance des services est à peu près équilibrée. Avec quels partenaires la Roumanie réalise-t-elle le plus gros de ses échanges ? Forcément d'abord avec les pays de l'UE (72,4 % en 2021), et tout d'abord l'Allemagne (20,1 % des importations et 20,5 % des exportations). Du point de vue de l'UE, l'Italie, la Hongrie, la Pologne et aussi la France viennent

PRINCIPAUX INDICATEURS ÉCONOMIQUES

	2020	2021	2022 (e)	2023 (f)
Croissance PIB (%)	-3,7	5,1	5,8	2,0
Inflation (moyenne annuelle, %)	2,6	5,1	13,5	11,2
Solde public/PIB (%)	-9,3	-7,1	-6,2	-5,2
Solde courant/PIB (%)	-5,0	-7,5	-9,1	-8,8
Dette public/PIB (%)	47,3	48,9	47,9	47,0

Source : COFACE — (e) : estimation (f) : Prévision



Danube : une voie fluviale majeure

derrière. Cependant, d'autres intervenants de poids se manifestent, à commencer par la Chine (4^e fournisseur et 17^e client), ainsi que la Turquie (6^e fournisseur et 7^e client). Notons qu'en 2021, la dépendance vis-à-vis de la Russie ou de l'Ukraine était faible.

Des échanges de nature industrielle

Les importations romaines ont bondi de 22,1 % en 2021, sous la poussée de la demande intérieure, mais aussi des prix de l'énergie et des matières premières. Les produits chimiques, plastiques et le caoutchouc (18,5 %) figurent parmi les principaux postes, devant les métaux et articles en métal (11 %), les produits agroalimentaires (10,3 %), puis les matériels de transport. Les exportations avaient également fortement monté en 2021 — de 20,1 %, grâce principalement aux ventes de céréales (4,9 % du total), alors que celles de véhicules automobiles et moyens de transport (16,2 % de l'ensemble) marquaient relativement le pas, à cause des pénuries mondiales de semi-conducteurs. Le premier poste d'exportations est cependant celui des machines, appareils et équipements (32 % du total). Les produits agri-agro (12,8 %), les métaux et articles en métal (10,6 %), ainsi

que les produits chimiques, plastiques et caoutchouc (9,7 %) ferment la marche des cinq premiers.

France-Roumanie : des parts de marché en recul

Les échanges commerciaux franco-roumains sont loin d'être négligeables. Ils représentaient en 2021 8,6 milliards d'euros (+15,4 % sur 2020), portés qu'ils sont par une présence tricolore sur place importante. Nous sommes le troisième client de la Roumanie (6,4 % des exportations du pays des Carpates) et son septième fournisseur (4,2 % de leurs achats), bien après l'Allemagne (20,1 %), l'Italie (8,9 %), la Hongrie (6,9 %), la Chine (6,3 %), la Pologne (6,2 %) et la Turquie (4,5 %). Une bonne partie du commerce résulte des échanges intra- groupes.

Qu'est-ce qui a boosté nos ventes en 2021 ? Tout d'abord les produits métallurgiques et métalliques (+25,9 %), les produits chimiques (+14,4 %), toutefois pénalisés par le retrait des produits pharmaceutiques (-14,4 %). Nos exportations de produits agroalimentaires ont également fortement monté (+26,4 %). A l'import, les matériels de transport (33,6 % du total) dominent devant les machines,





appareils et équipements (26,4 %). A l'export, le leadership est assuré par les machines, matériels et équipements (29,3 %). Viennent ensuite le matériel de transport (16,2 %), les produits chimiques, parfums et cosmétiques (13,7 %), les produits métallurgiques et métalliques (10,6 %), les produits agroalimentaires (8,5 %). Nous sommes toujours déficitaires,

d'autant que nos importations ont progressé de 19,9 % en 2021 et nos importations de seulement 10,1 %.

IDE : la France troisième

Le stock d'IDE entrants en Roumanie a atteint 90,8 milliards d'euros en 2021, d'après les données rapportées par le Trésor.



Bucharest

Cela représente 41,6 % du PIB. Selon la Banque nationale, qui met en exergue les investisseurs « *ultimes* », l'Allemagne arrive en tête (15,2 %), devant l'Autriche (11,2 %), la France (9,6 %) puis l'Italie (8,3 %) Etats-Unis (6,8 %). Évidemment, en 2020, on avait remarqué un fléchissement des entrées nettes, lesquelles se sont concentrées alors sur l'intermédiation financière et l'assurance, mais aussi l'industrie, ainsi que le commerce de gros et de détail. Selon le Trésor, l'appartenance à l'UE, une fiscalité incitative et, on l'a évoqué, la taille relativement élevée du marché intérieur, font de la Roumanie un pôle attractif pour les IDE, même si certaines infrastructures, en particulier de transport, sont à revoir, de même, soulignent les experts du Trésor, « *qu'une meilleure prédictibilité réglementaire et fiscale* ». Le stock d'IDE français représente 9,6 % du total. Les entreprises françaises possèdent de fait un rôle important

dans le pays. De grandes entreprises bien sûr, à commencer par Renault-Dacia (18 000 employés), Michelin (4 500), Hella (4 500 aussi), Faurecia. D'autres grands groupes sont présents : Saint-Gobain, Airbus, Thales, Air Liquide, Engie, Orange (premier opérateur mobile). La distribution est également omniprésente avec Carrefour, Auchan, Cora, Leroy-Merlin, qui figurent dans les toutes premières places du classement dans leurs domaines. Dans le secteur bancaire, la BRD (groupe Société Générale) est la troisième banque commerciale, tandis que Groupama détient une place significative dans le secteur des assurances. De grands noms connus, mais aussi de plus petits. Le tissu de PME est dense. Au total 4150 entreprises à capitaux majoritairement tricolores sont recensées. Elles emploient plus de 125 000 personnes, pour un CA de 18 milliards d'euros, soit 8 % du PIB. ■

Miser sur la proximité avec les clients

Parmi les 4500 PME françaises de tous secteurs implantées en Roumanie, figure Negometal, société de 70 employés du Sud-ouest de la France fondée il y a près de quarante ans, et présente dans 10 pays d'Europe.

Son métier, explique en substance son directeur général, Nadi Kanaan, s'exerce dans le domaine de la prestation de services aux transporteurs. Son activité revêt différentes facettes. Cependant, l'axe principal est celui de mandataire fiscal pour permettre plus facilement aux transporteurs de l'Europe au sens large de récupérer la TVA et les droits d'accise sur le gazole, lorsque cela est permis.

Ce service intéresse avant tout les PME du transport ne disposant pas des équipes nécessaires pour gérer ces process, et qui du coup, laissent parfois tomber, alors qu'il est important de récupérer ces taxes, d'autant que, souligne Nadi Kanaan, le marché est difficile pour eux actuellement.

Allant plus loin, Negometal propose en option de verser les sommes récupérables par anticipation, moyennant une commission de traitement administratif. Nego-

métal exerce donc son métier dans toute l'Europe en s'appuyant sur des filiales, dont celle de Roumanie depuis 2005. « *Disposer d'une implantation sur place et de compétence métier régionale pour plus de proximité demeure indispensable* », insiste le directeur général. Des collaborateurs administratifs et commerciaux sont au service des transporteurs roumains, dont la situation n'est pas facile en raison de la conjoncture, de l'augmentation des tarifs de carburant, mais surtout de la mise en place pratique du « *paquet mobilité* » de l'Union européenne en 2022, qui réglemente plus sévèrement qu'auparavant le détachement de main-d'œuvre. Quoi

qu'il en soit, les patrons roumains du transport cherchent des marchés en Europe de l'Ouest et les prestations de Negometal peuvent les y aider, en soulageant leur trésorerie. Et aussi à circuler plus vite, s'ils adhèrent à un autre service de Negometal, celui du télépéage (au besoin par pré-paiement, « *sans demande de garantie financière alors que l'on note une baisse générale des couvertures d'assurance crédit* ». Ce service facilite, en outre, le parcours, permet là encore, la récupération de la TVA, le tout dans le cadre d'une facture unique centralisée, et ouvre le droit à des remises autoroutières.

Dans un marché roumain difficile pour les transporteurs, Negometal, qui a « *un commercial et un administratif en face de chaque client et qui parlent leur langue* », n'hésite pas à prêter main forte à ses clients en les mettant en relation avec les donneurs d'ordre. ■



Nadi Kanaan, directeur général Negometal



Les clefs de votre réussite en France et à l'international

conquerir.com





À VOS MARQUES,
PRÊTS,
ENTREPRENEZ



GO
LYON
AUVERGNE
RHÔNE-ALPES
ENTREPRENEURS

UNE JOURNÉE DE RENCONTRES POUR CRÉER
& DÉVELOPPER VOTRE ENTREPRISE



#GoEntrepreneurs

À LA SUCRIÈRE
LYON

**22
JUN
2023**

INSCRIPTION GRATUITE sur *Go-Entrepreneurs.com*

Partenaires Officiels



Partenaire Associé



Partenaires Médias

LesEchos



Organisé par

LesEchos
Le Parisien
ÉVÉNEMENTS



DIRIGEANTS, SIMPLIFIEZ-VOUS L'ACHAT DE VOS BILLETS DE TRAIN. CHOISISSEZ LE PORTAIL ENTREPRISES SNCF.



Vous payez vos billets avec une carte affaires ou une carte logée.



C'est vous qui décidez qui peut réserver : voyageur, assistante, etc.



Vous bénéficiez d'un reporting en ligne de vos consommations.



Le Portail applique vos règles de déplacements.

En savoir plus



* Le Portail Entreprises SNCF est une solution de réservation dédiée aux PME, grandes entreprises et entreprises publiques. Ce portail vous permet de gérer vos déplacements en France et en Europe, en quelques clics, d'optimiser votre budget train en connaissant le prix en avance, en gagnant en visibilité et en diminuant vos dépenses. Plus d'informations sur <https://www.sncf.com/fr/offres-voyageurs/offres-entreprises/portail-entreprises>. Photo © Letizia Le Fur.
SNCF Voyageurs, SA au capital social de 157 789 960 euros, inscrite au RCS de Bobigny sous le numéro 519 037 584 - 4, rue André Campra - CS20012 - 93212 Saint Denis Cedex. AM0523.

