



Joseph MOREAU
Président de la CCI
de la Vendée

Catalogue Formation continue 2009

« Etre toujours plus proche des entreprises... »

Page 2



Le 9 juin dernier, nous étions réunis à la CCI sur le thème : « le capitalisme a-t-il un visage humain ? ». Nous y échangeons sur nos entreprises vendéennes et sur les socles fondamentaux qui les constituent.

Depuis lors, par effet dominos, l'économie réelle est touchée. Nos entreprises et commerces vendéens, ne vivant pas dans une bulle, sont, à leur tour, rentrés dans une nouvelle phase.

Coup de frein ? Arrêt brutal ? Durable ? Dérapage contrôlé ou incontrôlé ?

C'est une colère noire et rentrée qui domine contre cette économie dite « virtuelle », ce monde de la finance tourné sur lui-même, qui est étranger à toutes notions de vraies « valeurs ajoutées » produites et qui n'engendre que fausse production et en plus à hauts risques.

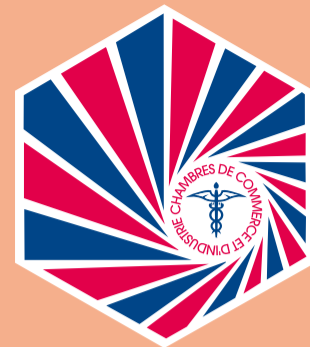
Il y a longtemps qu'ici, nous savons que « l'argent facile » est un leurre et un poison.

Il y a longtemps qu'ici, nous savons que l'industrie réelle comme le vrai commerce sont les bases du développement économique et social.

Au moins cette « crise » a le mérite de permettre à chacun de s'interroger sur son rôle et sa part de responsabilité. Ces interrogations concernent, certes, les entreprises mais aussi les ménages poussés au sur-emprunt non contrôlé pour une sur-consommation de l'accessoire ...

Attention ! Ne succombons pas à une trop longue introspection ni à un catastrophisme systématique. Seule l'action pour le devenir doit mobiliser nos énergies qui sont, elles, renouvelables à l'infini.

L'Entreprise Vendée



LE JOURNAL ECONOMIQUE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE

N° 119 - OCTOBRE 2008

La consommation



des ménages!

Enquête sur le comportement d'achat des vendéens

Page 3

SOMMAIRE

Infos Générales

2

Actualité

⇒ Catalogue Formation Continue 2009
" Etre toujours plus proche des entreprises... "

Quest-Croissance

⇒ Quest Croissance et Buralog,
une dynamique de croissance

Dossiers

3

Enquête sur le comportement d'achat des vendéens

⇒ Evolution du marché
⇒ Qui achète quoi ?



⇒ Dans quels magasins les vendéens
se rendent-ils ?

⇒ Les achats sont-ils tous réalisés
en Vendée ?



La loi de modernisation économique (LME)

Associations de commerçants

7

⇒ Association des commerçants et artisans
de Mouilleron-le-Captif : "Tout le monde
met la main à la pâte !"

⇒ Association des commerçants et artisans
chauchéens : "Redynamiser
le centre-bourg !"

Dynamips

⇒ " Quand proximité rime avec réactivité ! "

Portrait d'aventure

8

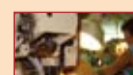
⇒ Les voiles d'Olivier Tarot
sont toujours dans le vent



Zoom sur métier

8

⇒ Coup de chapeau
aux "petites mains"



Actu CCI

8

⇒ Fous d'Entreprise :
pourquoi certains réussissent ?
⇒ Eco Vendée, le 20 novembre 2008 à la CCI

Actualité

Plus d'une centaine de formations proposées par la CCI

« Etre toujours plus proche des entreprises... »

Avec la sortie du catalogue Formation, la CCI joue la carte de l'expertise et de la proximité. Un seul objectif, celui de placer les formations au cœur du développement des entreprises.

Toujours dans la perspective de participer activement au développement des entreprises, la CCI de la Vendée sort son nouveau catalogue des formations. Plus de 100 formations regroupées en 13 secteurs : dirigeants, management, ressources humaines, efficacité professionnelle, environnement qualité, organisation, commercial-marketing, achats, gestion-compta-finances, langues étrangères, sécurité, développement à l'international et informatique.

**100 formations
proposées par cinq
conseillers**

Sur le terrain, cinq conseillers parcourent le département afin d'analyser le besoin et d'élaborer le projet de formation au cœur de l'entreprise. « Ayant pu bénéficier par mon employeur d'une remise

à niveau en anglais, j'ai été conquise par l'efficacité de la formation. L'équipe du Centre d'Etude de Langues a su s'adapter aux besoins de notre entreprise avec des formateurs pédagogues et disponibles... », commente Martine Airaud-Liaigre de l'entreprise CD Plast.

Des formations qui peuvent être dispensées sur 4 sites (Challans, Fontenay-le-Comte, Les Herbiers et La Roche-sur-Yon) ou dans l'entreprise.

De plus, un catalogue spécial DIF (Droit Individuel à la Formation) permet de développer les compétences individuelles du salarié et la performance collective de l'entreprise.

« Notre établissement compte plus de 200 salariés dont certains souhaitent évoluer. Le DIF est un bon outil pour répondre à leurs attentes. Le partenariat avec la CCI a permis de mettre en oeuvre



des formations adaptées et personnalisées », explique Nelly Auger, responsable RH de la société Arrivé à Ste Hermine.

Enfin, pour répondre aux évolutions du secteur du tourisme et de ses différents métiers, la CCI a mobilisé ses ressources pour proposer des programmes et des prestations adaptées.

Le management, la gestion, les techniques professionnelles, l'aménagement ou encore les langues étrangères composent, entre autres, ce nouveau catalogue dédié au tourisme.

« Tout ce dispositif doit accompagner les entreprises vendéennes à relever les défis du futur pour un développement favorable du tissu économique vendéen », conclut Valérie Le Pivert, Présidente de la Commission Formation.

Contact :
Pascale Béhin - 02.51.45.32.89

Brèves d'entreprises

La création et la reprise font salon à Nantes

Les 13 et 14 novembre prochains à la Cité des Congrès de Nantes se déroulera l'édition Grand Ouest du salon des Entrepreneurs.

Durant deux jours, créateurs, chefs d'entreprise, repreneurs... retrouveront en un seul lieu l'ensemble des informations, outils et experts pour valider leurs projets, financer et assurer le développement de leur entreprise.

Plusieurs temps forts rythmeront l'évènement avec notamment un grand débat consacré au développement des entreprises, des espaces de consultations individuelles ou encore un village des réseaux composés de partenaires

associatifs et coopératifs en mesure d'accueillir et d'accompagner les porteurs de projets.

Regroupés en villages thématiques, 120 partenaires et exposants animeront le salon. Une centaine de conférences et ateliers seront organisés durant ces deux jours consacrés à la création et à la reprise d'entreprise.

Dates : 13 et 14 novembre 2008
Horaires : de 8h30 à 19h00 le mercredi, de 8h30 à 18h00 le jeudi
Lieu : Cité Internationale des Congrès de Nantes

Programme complet sur
www.salondesentrepreneurs.com



PUBLIREPORTAGE

Ouest Croissance

Ouest Croissance et BURALOG, une dynamique de croissance

Editeur de solutions logicielles, de systèmes de gestion et d'encaissement destinés aux commerces de proximité, Buralog a lancé une offre inédite sous la marque Bimedia. Terminal de paiement original, Bimedia est associée à un nouveau média de proximité interactif : BIMEDIATV. Cette solution permet aux commerçants de gérer leur activité, de booster leurs ventes et de fidéliser leur clientèle de manière simultanée.

**Un développement
ambitieux**

Après une année de mise au point technique et réglementaire, Bimedia est lancée en janvier 2004.



Gérard Bodiguel,
Délégué Général de Ouest Croissance

Un rapprochement en 2006 avec la Coopérative des Buralistes a permis à Buralog de passer d'une commercialisation « artisanale » de Bimedia à une commercialisation « industrielle » et de dynamiser le déploiement sur le terrain. « Aujourd'hui, Buralog compte 37 salariés et plus de 900 points de vente équipés. Nous visons 5 M € de CA en 2008 avec la vente de 1 500 machines sur un marché estimé à 25 000 points de vente à équiper », précisent Jean-Baptiste Pondevy et Dominique Chabot, co-dirigeants de Buralog.

**Une ouverture
de capital pour créer
de la valeur**

En s'adressant à Ouest Croissance, Buralog a souhaité se donner les moyens de poursuivre son développement et d'accompagner sa forte croissance. Grâce à ces nouveaux capitaux (1 M € dont 850 000 € apportés par Ouest Croissance), les dirigeants de la société ont pu renforcer la force de vente, la R&D et les équipes



Ecran Bimedia pour la gestion des points de vente - côté commerçant

techniques pour améliorer la pénétration sur le marché. Ouest Croissance apporte aussi sa participation stratégique et exécutive, en soutien de la gestion de l'entreprise et de ses projets. « En entrant dans le capital de Buralog, nous avons souhaité soutenir ses objectifs de développement pour, in fine, créer de la valeur pour les actionnaires et les dirigeants. Pour cela, nous nous engageons durablement et en toute confiance », Gérard Bodiguel - Délégué Général de Ouest Croissance.

Contact Ouest Croissance :
Gérard Bodiguel - 02.40.58.62.19
gbodiguel@ouest-croissance.fr

TV Vendée diffuse une info de proximité

Les Vendéens occupent le petit écran

Chaque jour à Dompierre-sur-Yon, près d'une trentaine de personnes s'activent autour des deux plateaux télé. Leur mission ? Délivrer une information vivante qui soit le reflet de l'actualité vendéenne. Leur slogan : Passons plus de temps devant la Vendée !

« TV Vendée est la télévision de tous les Vendéens ! ». Le ton est ainsi donné par Denis Griffon, directeur général de la chaîne départementale. Relayée par six émetteurs, TV Vendée émet quotidiennement deux heures de programme « frais » (dont les émissions sont multi-diffusées 24h/24 afin de les exposer au plus grand nombre). La chaîne vendéenne diffuse des reportages, un journal télévisé, des chroniques, la météo, moult infos pratiques sans oublier la Grande Emission animée par Stéphane Courgeon. Une rédaction composée de douze journalistes



assure le suivi de l'information dans tous les domaines (sport, loisirs, santé, éducation...). Au cœur de cette actualité : les Vendéens deviennent, le temps de quelques plans, les vedettes du petit écran.

Pour être un reflet parfait de la Vendée, cette chaîne propose un magazine économique. « Une émission animée par Philippe Raimbaud met en lumière les entreprises vendéennes. Les chiffres clés de l'économie vendéenne ainsi que les projets et l'histoire des sociétés y sont présentés », explique Denis Griffon. Il est également possible de revoir les différentes rubriques sur le site Internet (www.tvvendee.fr).

Cette télé à échelle humaine emploie aujourd'hui 26 personnes et délivre l'information à tous les Vendéens en donnant la parole à chacun.



Denis Griffon en salle de régie

Contact : 02.51.08.06.06

La consommation des ménages!



Les retraités dépensent-ils plus que les actifs ? L'équipement de la maison est-il un achat prisé par les ménages ? Les vendéens privilégient-ils leurs commerces ou se laissent-ils séduire par les villes importantes des départements limitrophes ? Quelle est la percée du hard-discount face aux grandes surfaces ? L'achat en ligne et à distance fait-il chauffer les cartes bancaires vendéennes ? La CCI de la Vendée par l'intermédiaire du cabinet d'étude AID vient de publier sa troisième enquête sur les habitudes de consommation des ménages vendéens. Interrogés sur 39 produits, 2 000 ménages (représentatifs de la population vendéenne) ont livré leurs comportements d'achats.



[Evolution du marché]

Lors de la précédente enquête, menée en 2004, la dépense totale des ménages représentait 2,7 milliards d'euros. En 2007, cette dépense avoisine les 3 milliards d'euros, soit une progression de 7,5 %. Le principal facteur de

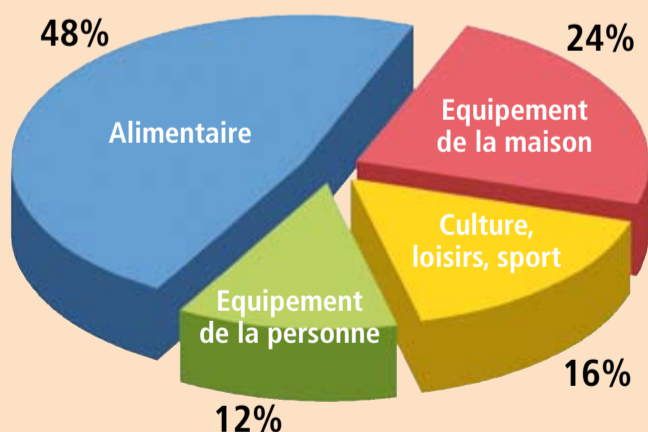
cette évolution s'explique par la dynamique démographique exceptionnelle de la Vendée, qui fait croître la population de 1,4 % (en moyenne) par an. Avec 48 % des dépenses, les ménages vendéens consacrent

près de 1,4 milliard d'euros pour se sustenter.

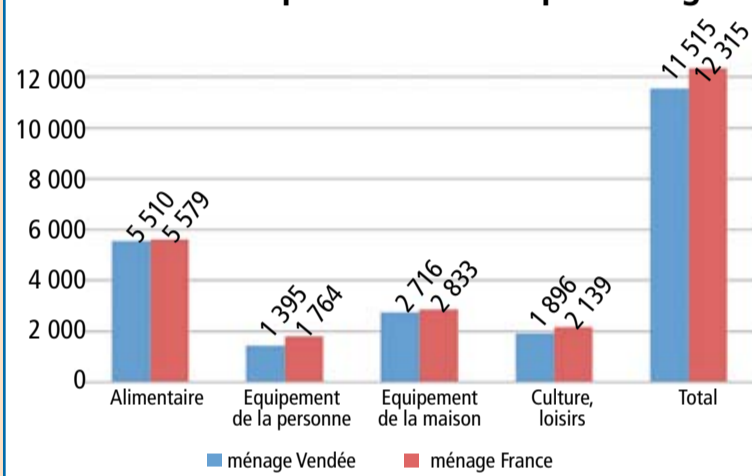
L'alimentaire : premier poste de dépenses

« Si l'alimentaire reste le premier poste de dépenses des ménages (48 %), on constate que l'équipement de la maison enregistre une progression de 13,5 % par rapport à l'étude réalisée en 2004 », précise Yohann Verdon, responsable des Etudes de la CCI de la Vendée. Il reste le premier poste de dépenses en non-alimentaire. Par ailleurs, l'équipement de la personne et les loisirs-culture progressent toujours, certes, mais d'un peu plus de 4 % seulement.

Répartition des dépenses



Montant des dépenses annuelles par ménage



[Qui achète quoi ?]

Si les plaisirs de la table appartiennent à tout un chacun, il semblerait néanmoins que nos aînés possèdent un solide coup de fourchette. En effet, l'alimentaire représente 54,3 % chez les plus de 60 ans alors qu'ils ne consacrent que 9,7 % de leurs dépenses dans l'équipement de la personne. Pour les moins de 40 ans, l'équipement de la maison représente la deuxième source de dépenses avec 26,8 %.

constants). L'épicerie, les produits laitiers, le matériel de bricolage, la viande et volailles et la charcuterie représentent les premiers postes de dépenses des ménages. Les Vendéens ne se serrent donc pas la ceinture sur le plan des dépenses alimentaires. En effet, pour 6 produits alimentaires sur 10, les ménages vendéens dépensent plus que la moyenne nationale.

Du côté des actifs, l'équipement de la maison représente environ un quart des dépenses alors que les retraités et inactifs n'y consacrent que 20 %. Les loisirs et le culturel tiennent une moyenne de 16 % des dépenses quel que soit l'âge des ménages.

Malgré son 24^{ème} rang sur les 39 familles de produits, les poissons et crustacés sont plus consommés en Vendée (201 €/ménage) qu'en France (178 €/ménage). Une fibre jardinière pousse également en Vendée qui dépense plus dans les graines et plantes que sur le plan national.

Méthodologie de l'enquête

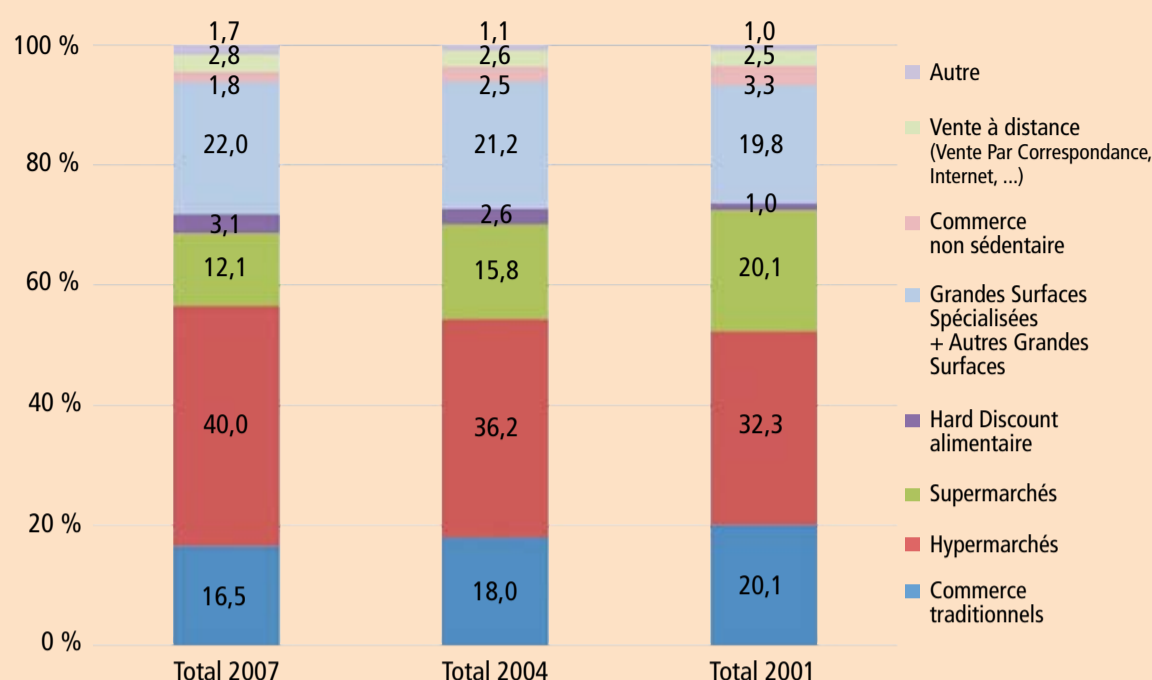
Durant le mois de novembre 2007, 2 000 ménages vendéens et habitants de quelques communes limitrophes ont été interrogés par téléphone sur leurs habitudes d'achats pour 39 familles de produits de consommation courante (voir ci-contre) représentant ainsi plus de 78 000 actes d'achats analysés. Répartis en 65 secteurs géographiques, les ménages ont été sélectionnés selon des critères géographiques et sociologiques (âge, catégorie socio-professionnelle, taille des ménages) afin de garantir la représentativité de l'échantillon. A noter que les valorisations de marché sont faites en euros courants, c'est-à-dire intégrant les effets de l'inflation.

Dépense moyenne constante par ménage

La dépense moyenne par ménage est de 11 515 euros par an en 2007. Elle est inférieure d'environ 6% à la dépense moyenne nationale. Depuis 2004, nous estimons que les dépenses moyennes des ménages vendéens a stagné une fois corrigé des effets de l'inflation (euros

A l'inverse, le petit électroménager, la maroquinerie ou encore l'horlogerie et la bijouterie sont peu achetés par les ménages vendéens. Alors que les ménages français consacrent environ 161 € dans l'horlogerie et la bijouterie, les vendéens n'en dépensent que 82 €. Est-ce là l'explication du fameux quart d'heure vendéen ?

Répartition des dépenses par forme de vente



[Dans quels magasins les vendéens se rendent-ils ?]

Pour l'ensemble des produits, l'analyse du comportement d'achat situe la part de marché de la grande distribution à 77 %. Le commerce traditionnel s'octroie quant à lui 16,5 % des dépenses des ménages vendéens. Depuis 2001, la part de marché de la grande distribution a progressé de 4 points.

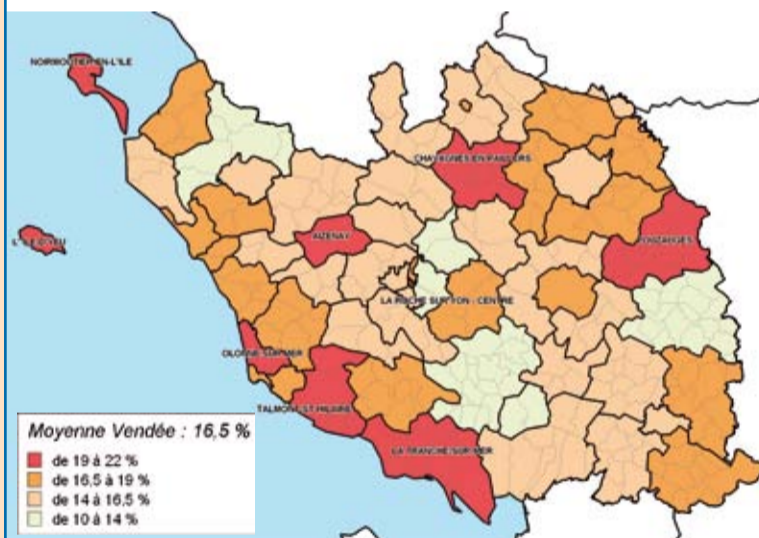
Nous assistons surtout à une redistribution des rôles au cœur de la grande distribution alimentaire, liée à l'évolution de la structure commerciale départementale. En effet, les hypermarchés ont gagné 8 points de part de marché au détriment, essentiellement, des supermarchés (-8 points).

Les Super migrent en Hyper

Nombre de supermarchés ont gagné le statut d'hyper par leur extension expliquant cette réorientation des dépenses des ménages en leur faveur.

Si les Vendéens parcourent allègrement les grandes surfaces, les allées des hard-discount alimentaires connaissent une fréquentation accrue. Le hard-discount, parallèlement au développement de l'offre (12 magasins en 2001 contre 25 en 2007) a vu sa part de marché passer de 1,9 % en 2001 à 5,4 % en 2007.

Pourcentage des dépenses des ménages réalisées dans le commerce traditionnel



« Je vais régulièrement dans les magasins de hard-discount qui me font économiser de l'argent sur des produits bien précis tels que les boissons, l'épicerie et la charcuterie. Dans ces magasins, je m'attache à acheter l'essentiel sans superflu, il n'y a pas de tentation... », souligne une consommatrice sablaise.

Face à ces évolutions, le commerce traditionnel continue de perdre du terrain. En 2001, les Vendéens effectuaient 20 % de leurs emplettes chez leurs commerçants, ils n'y consacrent que 16 % en 2007. Si pour les produits non-alimentaires, leur part de marché n'a que peu diminué, elle accuse une baisse de 6 % pour les produits alimentaires entre 2001 et 2007.

Malgré cette baisse de parts de marché, les commerces traditionnels de proximité bénéficient d'une bonne

image auprès des consommateurs.

Le commerce traditionnel bénéficie d'une bonne image

« Je fais certaines de mes courses dans le centre-bourg car les commerçants sont disponibles et à l'écoute de nos attentes. C'est important d'établir une relation de confiance sans être perçue, uniquement, comme une carte bancaire... », précise Béatrice de Montaigu.



Part des dépenses réalisées ...

Produits	en commerces traditionnels en %	en Grandes Surfaces Alimentaires et Hard Discount en %
Produits d'optique médicale	92,3 *	2,0
Horlogerie, bijouterie de valeur	83,8	8,3
Pain, viennoiserie frais	64,8	28,9
Pâtisserie fraîche	54,5	43,0
Maroquinerie, bagagerie	48,5	12,1
Prêt à porter féminin	45,2	7,9
Revue, magazines, journaux	43,8	45,2
Chaussures de ville	43,0	6,6
Produits de beauté	39,8	37,8
Prêt à porter masculin	36,5	15,7
Vêtements pour enfants	33,9	19,4
Vêtements pour adolescents	33,3	13,4
Livres, papeterie	22,9	25,6
Graines, plantes, fleurs	20,9	17,0
Lingerie, sous-vêtements	19,2	40,7
Gros électroménager	18,0	27,4
Vêtements, chaussures de sport	17,7	6,4
Charcuterie, plats cuisinés frais	16,5	78,0
Matériel photo, vidéo, informatique, téléphonie	15,3	35,9
Articles de jardinerie, animalerie	14,6	13,0
Vaisselle, arts de la table, décoration	13,1	36,7
Appareils radio, TV, hifi	13,1	35,3
Linge de maison, tissu d'ameublement	12,8	24,7
Viande, volaille	12,4	75,4
Gros mobilier	10,9	11,2
Petit électroménager	10,9	37,9
Jeux, jouets	10,5	37,0
Poisson, crustacés frais	10,2	69,7
Petit mobilier, articles de puériculture	9,6	16,4
Matériel de bricolage	9,4	5,9
Produits surgelés	9,0	69,8
Articles de sport	5,7	7,8
Fruits et légumes frais	4,8	85,0
CD, DVD audio, vidéo, pellicules	4,1	55,9
Vin, apéritifs, alcools	3,0	88,1
Produits de toilette	2,8	96,4
Lessive produits d'entretien	2,8	96,4
Épicerie, confiserie, boissons non alcoolisées	2,8	96,5
Oeufs, produits laitiers, fromage	2,4	95,0

* exemple : 92,3% des dépenses en produits d'optique médicale sont réalisées dans les commerces traditionnels.



Néanmoins, certaines enseignes tirent leur épingle du jeu. Ainsi, les opticiens et les horlogers sont les deux commerçants traditionnels qui récupèrent plus de 80 % des dépenses des ménages dans leurs échoppes.

Quant à la baguette et aux croissants du dimanche matin, le boulanger local est encore privilégié par les ménages avec plus de 60 % des dépenses.

Le marché du commerce en ligne est estimé à 23 millions d'euros

Par ailleurs, on constate que les ménages habitant le secteur du centre-ville de La Roche-sur-Yon sont ceux qui dépensent le plus dans les commerces traditionnels (22 %) et sur les marchés (5%). C'est dans le bocage et le sud du

département que la part des dépenses des ménages, dans le commerce traditionnel, apparaît comme la plus faible.

En augmentation régulière, la vente à distance (VPC, vente par téléphone et Internet) a progressé de 35 % depuis 2001 et représente près de 3 % de part de marché (environ 82 millions d'euros). Plus de 36 % des dépenses réalisées par correspondance concernent l'équipement de la personne.

Ce sont les habitants des îles vendéennes de Noirmoutier et de l'île d'Yeu qui réalisent le plus leurs achats en vente à distance (respectivement 7,4 % et 5,5 %).

Le commerce électronique reste, quant à lui, encore très faible : 0,8 % des dépenses des ménages vendéens est réalisé via Internet. Cependant, le marché est estimé aujourd'hui à 23 millions d'euros et a été multiplié par 60 depuis 2001 !



Et les touristes dans tout ça !

L'Observatoire du commerce de la Vendée nous a permis d'estimer l'impact du tourisme sur le chiffre d'affaires des commerces vendéens. Située dans le top 3 des départements touristiques les plus fréquentés, la Vendée reçoit chaque année 4,5 millions de touristes. En séjournant sur le département, ils représentent une clientèle supplémentaire pour le commerce vendéen. Le chiffre d'affaires lié au tourisme est estimé à 808,4 millions d'euros soit 16% du chiffre d'affaires du commerce. L'impact du tourisme est important sur le littoral et rétro-littoral : il contribue entre 19 % et 34 % en fonction des zones au chiffre d'affaires des commerces vendéens.

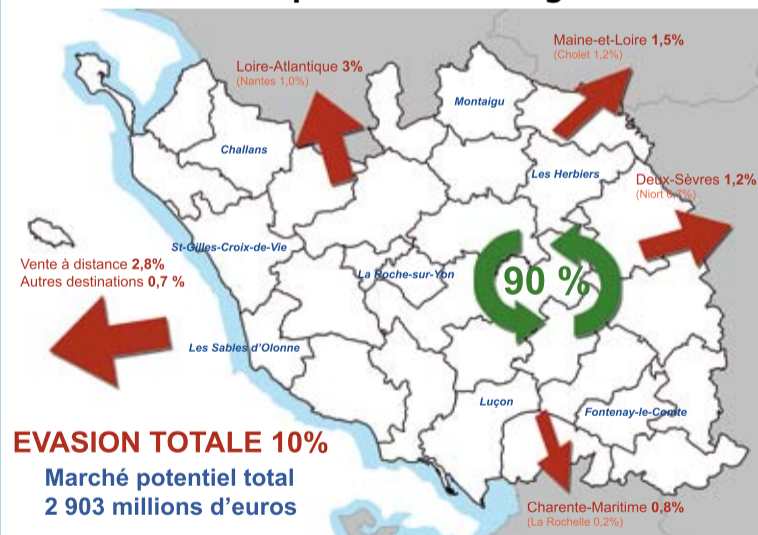
Les 10 premiers pôles commerciaux de Vendée

Ville	Poids de la zone dans la consommation en %
La Roche-sur-Yon	21,0 *
Agglomération des Olonnes	8,7
Challans	7,8
Les Herbiers	7,1
Fontenay-le-Comte	6,0
Luçon	4,9
Agglomération de St Gilles	4,4
Agglomération de Montaigu	3,2
Chantonnay	2,6
Aizenay	2,0

* exemple : les ménages vendéens réalisent 21,0 % de leurs dépenses dans les commerces de La Roche-sur-Yon

[Les achats sont-ils tous réalisés en Vendée ?]

Localisation des dépenses des ménages vendéens



Les ménages vendéens dépensent à 90 % leurs deniers dans les commerces du département. La Roche-sur-Yon est le 1^{er} pôle commercial et capte 21 % des dépenses des Vendéens. A noter que le centre-ville de La Roche-sur-Yon récupère plus de 56 millions d'euros pour les produits non-alimentaires et se positionne comme la seconde zone commerciale du département derrière Les Flâneries.

« Seulement 10 % des achats des Vendéens sont réalisés hors du département. L'évasion en alimentaire ne représente que

4,6 % des dépenses et concerne principalement les ménages résidant dans les communes limitrophes aux départements voisins », constate Yohann Verdon. Par contre, l'évasion sur les produits non-alimentaires est plus conséquente.

En effet, 14,8 % des dépenses (223 millions d'euros) sont réalisés hors de la Vendée et ont progressé de 11,2 % depuis 2004. La vente à distance est la cause pour un tiers de ces dépenses d'évasion (soit 71 millions d'euros). C'est ensuite en Loire-Atlantique (28 %) et dans

le Maine-et-Loire (16%) que les ménages vendéens dépensent leurs euros.

La vente à distance : première cause d'évasion !

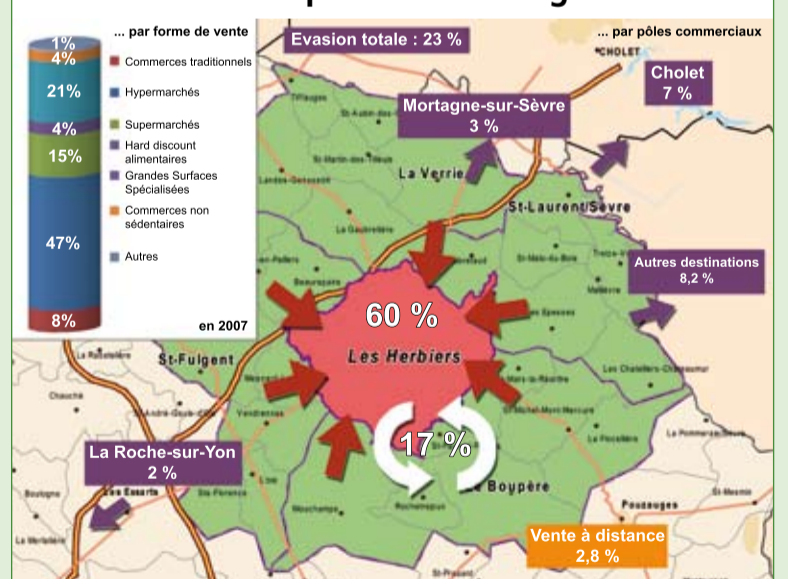
Quels sont les produits les plus touchés par cette évasion ? Le linge de maison, les loisirs créatifs, le prêt-à-porter masculin et féminin, la lingerie et les sous-vêtements, le petit et le gros mobilier, les articles de puériculture et le matériel photo, vidéo et informatique sont les produits dont le taux d'évasion est supérieur à 20 %.

L'évasion en direction de la Loire-Atlantique concerne principalement le mobilier, les articles de puériculture, les arts de la table et la décoration d'intérieur.



Extrait d'une étude sur le comportement d'achat des ménages

Localisation des dépenses des ménages de la zone



Avec l'Observatoire du comportement d'achat des ménages, la CCI de la Vendée est à votre disposition pour vous accompagner dans vos analyses et projets.

L'Observatoire constitue un outil efficace pour mesurer le partage du marché entre les différents acteurs du commerce : par forme de vente (petits ou grands commerces), par pôles commerciaux, par

zones commerciales (centre-ville / périphérie), etc...

Il permet de mettre en lumière des situations d'équilibre ou de déséquilibre de l'offre commerciale et d'identifier des potentiels de développement.

Contacts : Service Etudes et Aménagement du Territoire - Tél : 02.51.45.32.24

Ce qui va changer pour les entreprises...

La loi de modernisation de l'économie (LME) a définitivement été adoptée par le Parlement cet été. Avec 175 articles pour une trentaine de grandes mesures, la loi s'appuie sur quatre leviers : la mobilisation des entrepreneurs, la dynamisation de la concurrence, le renforcement de l'attractivité de l'économie française et enfin l'amélioration du financement de l'économie.

Parmi ces mesures, certaines sont immédiatement applicables car ne nécessitant pas de texte d'application. Les autres entreront en vigueur progressivement.

Au fil des parutions de l'Entreprise Vendée, nous zoomerons sur plusieurs mesures afin d'apporter un éclairage sur les différents acteurs et secteurs concernés par cette loi.

Loi de

modernisation de l'économie

175 articles

Renforcer l'attractivité de l'économie

36 articles

- 12 articles sur le haut débit et le numérique
- 11 articles sur la localisation de l'activité en France
- 6 articles sur l'économie de l'immatériel
- 6 articles sur les financements privés
- 1 article sur l'autorité de la statistique publique

Dynamiser la concurrence

26 articles

- 9 articles sur la protection du consommateur
- 3 articles sur les relations commerciales
- 3 articles sur la concurrence
- 11 articles sur le développement du commerce

Mobiliser les entrepreneurs

82 articles

- 20 articles sur le statut de l'entrepreneur individuel
- 19 articles sur la création et le développement des PME
- 8 articles sur le régime des baux commerciaux
- 16 articles sur le fonctionnement des PME
- 19 articles sur la reprise et la transmission

Améliorer les financements pour la croissance

19 articles

- 2 articles sur le livret A
- 4 articles sur les Caisses d'épargne et Crédit Mutuel
- 1 article sur la Caisse des dépôts et Consignations
- 12 articles sur la modernisation de la place financière française

Dispositions diverses

12 articles

N'hésitez pas à contacter le service commerce au 02.51.45.32.19

Un dispositif transitoire sur l'autorisation d'exploitation commerciale

Certaines mesures de la LME nécessitent des procédures d'application particulières. Parmi ces mesures, la modification de l'autorisation de l'exploitation commerciale sera effective au plus tard le 1^{er} janvier 2009. Jusqu'à cette date, la procédure actuelle de la CDEC existe toujours.

Un dispositif transitoire prévoit cependant que certains projets ne sont pas soumis à autorisation de la CDEC : les créations de magasins ou d'ensembles commerciaux, de garages ou commerces de véhicules automobiles, les extensions et les changements de secteur d'activité

(pour les commerces à prédominance alimentaire) d'une surface de vente de moins de 1000 m² sont concernés par cette dérogation.

Cependant, dans les communes de moins de 20 000 habitants, le maire de la commune saisi par une demande de permis de construire pour un projet commercial (compris entre 300 et 1000 m² de surface de vente) peut proposer à son conseil municipal de saisir la CDEC pour avis. Dans un délai d'un mois, le silence de la CDEC sera considéré comme avis favorable.

Contactez le service commerce pour plus d'informations au 02.51.45.32.19

De la CDEC vers la CDAC

Dans le cadre de la LME, les commissions départementales d'équipement commercial (CDEC) deviennent les commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC).

Dans les procédures d'autorisation des équipements commerciaux, tout projet inférieur à 1000 m² est libre. Ne sont également pas soumis à autorisation, les regroupements de surface de vente de magasins voisins n'excédant pas 2500 m² de surface de vente ou 1000 m²

si l'activité nouvelle est à prédominance alimentaire. Les stations services et les commerces de véhicules ou de motos ainsi que les équipements hôteliers sont aussi concernés par cette dérogation.

La création d'un ensemble commercial dont la surface de vente totale est supérieure à 1000 m² et l'extension d'un ensemble commercial réalisée en une ou plusieurs fois de plus de 1 000 m² seront quant à eux soumis à autorisation. Tout

changement de secteur d'activité d'un commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 2000 m² (ce seuil est ramené à 1000 m² quand l'activité nouvelle est à prédominance alimentaire) sera pareillement soumis à autorisation. Enfin, dans les communes de moins de 20 000 habitants, le maire saisi d'une demande de permis de construire d'un équipement commercial comprise entre 300 et 1000 m² pourra proposer au conseil municipal de saisir la CDAC.

Plus de promotions et plus de soldes

Les deux grandes périodes de soldes d'été et d'hiver sont fixées au niveau départemental.

Par souci de simplification, le projet de loi fixe désormais les dates nationales de début des deux périodes, dont la durée est réduite de six à cinq

semaines chacune, avec possibilité de dérogation pour certaines zones touristiques ou frontalières.

Les commerçants pourront ajouter, s'ils le souhaitent, deux semaines complémentaires de soldes « libres », à des dates qu'ils choisiront. Enfin, pour dynamiser leurs ventes, les commerçants pourront, sans risque juridique, annoncer toute l'année des réductions de prix pour déstockage.

Réduire les délais de paiement

En matière de délais de paiement, la France est plutôt mauvais élève au regard de ses voisins européens. En effet, la moyenne française est de 67 jours contre 57 en Europe. En se mettant au niveau européen, cela devrait permettre de dégager 4 milliards d'euros de trésorerie supplémentaire pour les entreprises. La LME prévoit, pour tous les contrats signés à partir du 1^{er} janvier 2009, un délai maximum de 60 jours (ou 45 jours fin de mois) à compter de la date d'émission de la facture. Elle prévoit également une phase de négociation branche par branche pour réduire encore ce délai

de manière contractuelle. A noter qu'un délai de paiement maximum supérieur à celui prévu par la loi pourra être temporairement accordé à certains secteurs. Enfin les pénalités de retard seront augmentées, passant de 1,5 fois le taux plancher d'intérêt légal à 3 fois.

Associations de commerçants

Association des commerçants et artisans de Moulleron-le-Captif

« Tout le monde met la main à la pâte ! »



Nelly Vernon, la Présidente et Nicole Praud, secrétaire de l'UCAM

L'UCAM (Union des Commerçants et Artisans Moulleronnais) est composée d'une trentaine d'adhérents. Avec des idées et des projets à foison, le bureau de l'UCAM fait feu de tout bois pour engranger avec succès les actions et les animations.

Relancée voici huit ans, l'UCAM n'a jamais eu l'intention de faire acte de présence dans le paysage commercial moulleronnais. Bien au contraire, l'association des commerçants et artisans n'a de cesse de multiplier les actions. Après le succès en 2007 du Printemps des métiers, l'association Moulleronnaise a réitéré une animation printanière en partenariat

avec la communauté de communes. Le Printemps des cadeaux a séduit plus de 200 candidats qui ont tenté d'estimer au plus près la vitrine composée de lots offerts par une trentaine de commerçants et artisans.

Le succès de la fête de la musique

Toujours en quête d'innovation, l'UCAM a sonné le rassemblement en juin pour l'organisation de la fête de la musique. Une préparation menée tambour battant complétée par des jeunes talents à l'affiche, a contribué à la réussite de l'opération, qui sera renouvelée l'an



Une partie des membres de l'UCAM lors de la fête de la musique

prochain. « Nous avons en projet l'édition d'un agenda 2009 des commerçants et artisans, mais aussi des professions libérales, qui regroupera de nombreuses informations pratiques et originales à destination des Moulleronnais », souligne la présidente, Nelly Vernon.

Un blog prévu pour 2009

« Au-delà des animations, la charte qualité demeure également un objectif pour l'UCAM. Ainsi, six ou sept commerçants s'engageront dans la démarche, l'an prochain, épaulés par la mairie qui participera financièrement à l'inscription », précise Nicole Praud, la secrétaire. Une soirée dansante et un blog sont d'ores et déjà au programme, de quoi faire phosphorer l'équipe dynamique de l'UCAM pour les mois à venir !

Contact : 02.51.38.00.94

Association des commerçants et artisans chauchéens

« Redynamiser le centre-bourg ! »



Christian Fauchet, Président

Lors de sa création, voici une dizaine d'années, l'UCAC (Association des Commerçants et Artisans Chauchéens) s'est illustrée par l'organisation de foires artisanales et commerciales.

« A l'époque, l'objectif de ces événements était de montrer le savoir-faire et présenter les entreprises de Chauché. Ces foires nous ont fait rencontrer nos clients dans un contexte autre que professionnel », commente l'actuel président, Christian Fauchet.

L'UCAC interlocuteur privilégié

Sans perdre de vue cet aspect relationnel, l'UCAC souhaite



Martine Lucas, Vice-présidente

mobiliser ses adhérents (une trentaine) pour dynamiser le centre-bourg. « Il est vrai que l'artisanat se porte bien mais

le commerce chauchéen est plus fragile. L'UCAC se veut être un interlocuteur privilégié avec la Mairie pour trouver des solutions aux problèmes rencontrés par les professionnels », précise Christian Fauchet.

Pour la fin d'année, l'association des commerçants et des artisans va sortir le calendrier chauchéen 2009 qui listera les différentes fêtes locales ainsi que les différentes entreprises adhérentes à l'UCAC. Par ailleurs, une esthéticienne devrait s'implanter à Chauché en 2009 afin d'élargir la gamme des services à la personne.

Pour motiver les troupes, plusieurs commerçants et artisans avaient décidé d'ouvrir les portes de leurs entreprises en septembre. « Nous sommes toujours à la recherche d'idées originales pour aller plus loin et rendre notre centre-bourg attrayant ». L'appel est lancé !

Contact : UCAC Mairie de Chauché 02.51.41.83.09

Des rencontres professionnelles organisées par une agence luçonnaise

Un vent d'événements souffle sur la Vendée



Sophie Glémas Guicheteau, responsable de l'agence Vents d'Evénements

Voici deux ans, la société Vent des Noces lançait en Vendée, son agence d'organisation de mariages et d'événements familiaux. Depuis quelques mois, cette enseignes luçonnaise propose un concept analogue pour les entreprises : Vent d'Evénements (www.ventdevenements.com). « Nous étudions, avec l'entreprise, le besoin spécifique en matière d'événementiel et ensuite nous répondons avec un contrat regroupant l'ensemble des prestations », explique Sophie Glémas Guicheteau, la responsable de l'agence.

Une gestion souple et confortable pour l'entreprise qui coordonne son événement avec un seul interlocuteur.

« Nous avons un rôle de conseil qui permet de proposer, aux entreprises ou collectivités, une prestation sur mesure adaptée au budget prévu par les organisateurs. Nous pouvons également fournir un seul prestataire : location de matériel, décoration de hall d'accueil, hôtesse ou traiteur seul... ».

Un seul interlocuteur pour les événements

Des journées portes-ouvertes aux séminaires en passant par les inaugurations ou encore des lancements de produits, l'agence Vent d'Evénements se joint à l'équipe de l'entreprise pour prendre en main l'organisation de la réception.

« Notre champ d'action est très large en gérant le traiteur, l'animation, la décoration, la location de plantes, les cadeaux d'entreprise, la signalétique ou encore la création d'un site Internet dédié à l'événement », conclut Sophie.

PUBLIREPORTAGE

DynaMIPS

« Quand proximité rime avec réactivité ! »

Depuis quelques années, l'agence DynaMIPS de La Roche-sur-Yon apporte son expertise informatique au cœur même des entreprises vendéennes. La réactivité des équipes certifiées confère à la société DynaMIPS une solide réputation, surtout dans les cas les plus extrêmes...

Dans la nuit du 15 janvier, la laiterie de Montaigu est aux prises avec un incendie qui va ravager en quelques heures le premier étage des locaux administratifs. Très vite, le personnel et la direction de l'entreprise montacutaine vont s'organiser pour gérer la crise. « La Laiterie de Montaigu est une entreprise familiale qui existe depuis 1932. Les relations humaines



Florian Fruchet, responsable de l'agence DynaMIPS en Vendée



et l'attachement du personnel à l'entreprise ont entraîné un élan solidaire bénéfique pour la traversée de cette épreuve », explique Isabelle Sablereau, Présidente de la société.

Des salariés affectés mais solidaires

Dès le lendemain du sinistre, les salariés étaient à pied d'œuvre pour mettre la main à la pâte et s'employer à faire tourner l'entreprise. Déjà prestataire de la laiterie, la société DynaMIPS est venue, sans attendre, prêter main forte à l'équipe informatique. L'après-midi même un technicien DynaMIPS est intervenu avec des serveurs de prêt pour redémarrer le système. « Nous avons été très épaulés sur le plan humain par la société DynaMIPS, surtout sur les solutions à apporter pour

obtenir un réseau informatique ad hoc. Les investissements, réalisés dans une situation exceptionnelle, ont été envisagés à long terme », précise Jean-Marie Vrignaud, responsable du service informatique de la laiterie.

Un incident bien géré

L'accompagnement de DynaMIPS dans la gestion de la crise a permis à l'équipe de la laiterie de repartir, mais aussi d'être conseillée pour redimensionner l'infrastructure informatique. « La solution de virtualisation des serveurs en place a facilité un redémarrage de l'activité dans les meilleurs délais, ainsi que nos partenariats privilégiés avec HP et VMware », commente Florian Fruchet, responsable de l'agence DynaMIPS en Vendée.

Reconnue pour son savoir-faire, DynaMIPS apporte une solution globale et un conseil expert aux entreprises vendéennes.

Contact : 02.51.36.06.66 ffruchet@dynamips.com

Portrait d'aventure

La voilerie sablaise existe depuis plus de 20 ans

Les voiles d'Olivier Tarot sont toujours dans le vent

« Les passions sont les vents qui enflent les voiles du navire ; elles le submergent quelquefois, mais sans elles il ne pourrait voguer ».

Cette maxime de Voltaire sied parfaitement au parcours nautique d'Olivier Tarot. L'appel du grand large a toujours animé la vie de ce Normand qui a eu, très tôt, le pied marin. Le jeune Olivier partage ses vacances avec Marin-Marie, artiste peintre et navigateur de renom. « Je naviguais au large de Chausey et j'ai appris les rudiments de la voile grâce à sa grande expérience », se souvient Olivier.

Des voiles haut de gamme

Grâce à cette rencontre, Olivier vouera une passion insatiable pour le monde de la voile et passera nombre de ses étés à travailler dans des voileries. A 30 ans, il sent le vent et décide de hisser les voiles en créant sa propre voilerie. Il met le cap aux Sables d'Olonne et son atelier s'enorgueillira à viser tout de suite le haut de gamme. « Nous cherchons à adapter les jeux de voiles aux spécificités du bateau. Le talent du voilier c'est d'être capable de réaliser concrètement



Olivier Tarot devant sa voilerie aux Sables d'Olonne

ce qu'on imagine ! ». Capable de fabriquer toutes sortes de jeux de voiles, la voilerie Tarot a forgé son image de marque sur les voiles de voyage pour les voiliers de croisière et grande croisière.

L'informatique au service de la performance

Sur le plancher de l'entreprise, des centaines de voiles dessinées ont laissé leurs traces de découpe. Depuis une dizaine d'années déjà, l'outil informatique est venu renforcer l'activité de l'équipage Tarot. « Grâce à la conception assistée par ordinateur et à une

importante base de données, nous pouvons comparer les modèles de voiles. Cela nous permet de créer et de faire évoluer nos jeux de voiles. La recherche de la performance s'effectue beaucoup plus rapidement », explique Olivier Tarot.

La voilerie a toujours eu le vent en poupe et les dernières années confortent le haut de la vague pour la société sablaise. Pour rester dans le vent, Olivier et son équipe suivent avec force d'attention l'évolution des matériaux. « Face à un produit qui se perfectionne toujours, nous devons savoir adapter notre savoir-faire pour répondre encore mieux aux exigences de nos clients », conclut Olivier Tarot.



Zoom sur métier

Eliane et Lise, mécaniciennes chez Torpedo à Fontenay le Comte

Coup de chapeau aux « petites mains »

Spécialisée dans la confection de chapeaux et casquettes, la société Torpedo s'illustre par un savoir-faire reconnu et prisé par les plus grandes marques de luxe françaises. Au cœur de la production de ces couvre-chefs d'exception, Eliane et Lise font partie des 20 mécaniciennes de l'entreprise fontenaisienne...

Depuis cinq générations, la société Torpedo exerce son talent de chapelier. Au fil du temps, la manufacture vendéenne se taille une réputation nationale, puis internationale. Très vite, l'entreprise

fontenaisienne va devenir une référence incontournable et obtenir la confiance des plus grandes maisons de luxe françaises. Ce savoir-faire séculaire doit sa notoriété grâce aux petites mains, des couturières hors pair qui ne sont pas peu fières du travail accompli. « Cela fait 32 ans que j'assemble des chapeaux. Les qualités d'une mécanicienne en confection doivent être la minutie et la rigueur. Sur certaines matières telles que le cuir, on n'a pas le droit à l'erreur... », précise Eliane. Cette « petite main » qui a vu passer près de 700 000 chapeaux entre ces doigts, avoue ressentir « une certaine fierté de savoir que son travail est regardé et admiré ».

Un savoir-faire au service du luxe

Entrée chez Torpedo depuis quelques mois, Lise fait ses premiers pas dans la production de casquettes et chapeaux. L'apprentissage du métier n'est pas toujours du cousu main mais la persévérance doit être une



Un savoir-faire maîtrisé au doigt et à l'œil par ces fées du chapeau

autre qualité pour ces couturières en herbe. « Avant de venir dans cet atelier, je travaillais dans l'habillement. Ce métier est différent. Il faut être très patiente car la matière ne s'assemble pas toujours comme l'on voudrait », explique Lise. Si les tissus semblent plus faciles à travailler, il en est tout autrement pour des matières telles que le cuir, la chèvre, le vison ou encore le python.

Dans les cartons de l'entreprise, « une petite collection haut de gamme distribuée sous la marque Torpedo devrait voir le jour », confie son directeur, Wilfried Guilment-Dandurand. Les petites mains ne sont donc pas prêtes de se tourner les pouces !



Lise a intégré la société Torpedo voici quelques mois

Actu CCI

Pourquoi certains réussissent ?

Parce qu'ils sont fous d'entreprise !

La conférence intitulée « Fous d'entreprise », organisée par la CCI de la Vendée, a captivé un large auditoire. En effet, près de 250 personnes sont venues écouter le duo Roger Couffin et Gérard Bonos, le 29 septembre dernier. Fondateur d'Adrien Stratégie, Roger Couffin a réalisé environ 700 missions stratégiques auprès de PME-PMI françaises et étrangères.



Roger Couffin lors de la soirée-débat à la CCI de la Vendée

Croire en l'entrepreneur qui ose

Face à un auditoire vendéen, Gérard Bonos, directeur de la rédaction de Radio Classique, et Roger Couffin se sont livrés à quelques joutes oratoires sur l'économie. Fustigeant les patrons financiers qui dirigent les entreprises sans connaître le métier, Roger Couffin croit en l'entrepreneur qui ose et défie les contraintes au quotidien. « Nous sommes fous de ces entrepreneurs qui se conduisent en fous. Ils prennent tous les risques pour

vivre leur désir et créer du nouveau. Ils aiment l'aventure en territoire inconnu et refusent le conformisme sécuritaire trop répandu en France ».

S'appuyant sur des histoires d'entreprises, l'auteur s'est employé à démontrer la nécessité pour le dirigeant de se recentrer sur son activité de base et non de se laisser séduire par la mode de la diversification non maîtrisée.

« Le développement stable, créateur de richesses pérennes se fait en limitant les effets mortifères de la complexité », conclut Roger Couffin.

Une journée Eco Vendée dédiée à l'énergie le 20 novembre 2008 à la CCI de la Vendée

La CCI de la Vendée organise en partenariat avec le Conseil Général de la Vendée une journée ECO VENDEE consacrée aux enjeux économiques du Développement Durable. En fil conducteur pour cette édition 2008, le thème de l'énergie.

Des ateliers témoignages présenteront les principales réalisations et engagements des entreprises. Parmi les grands noms d'entreprises on retrouve : Groupe Atlantic, Système U, Dubreuil Energies Nouvelles.

L'après-midi, des ateliers seront consacrés aux Energies Renouvelables : Hydrogène, Bois Energie, Biomasse, etc. Plusieurs outils

seront aussi présentés : Bilan Carbone, Economie Positive et Eco-conception. En fin de journée, une conférence débat sera consacrée au Solaire Photovoltaïque. L'objectif est de démystifier les enjeux financiers et techniques ainsi que les contraintes liés à cette source d'énergie.



Inscription et Contact : Pierre-Yves Gouesin 02.51.45.32.73

Elections prud'homales du 3 décembre 2008

Quel est le rôle du conseil de prud'hommes ?

Le conseil de prud'hommes est une juridiction, c'est-à-dire un tribunal, dont le rôle est de régler par voie de conciliation ou de jugement les litiges individuels nés à l'occasion de la conclusion, de l'exécution ou de la rupture du contrat de travail entre un salarié et son employeur. Les conseils de prud'hommes sont des juridictions paritaires. Il en existe 2 dans notre département : La Roche-sur-Yon et Les Sables d'Olonne.

Une liste a été constituée en Vendée entre la FEPEM (les Particuliers Employeurs), la FDSEA (l'Agriculture), l'UNAPL (les

Professions Libérales), la CGPME (Confédération Générale des Petites et Moyennes Entreprises), l'UPA (L'Union Patronale des Artisans) et le MEDEF (Mouvement des Entreprises de France) : UNION POUR LES DROITS DES EMPLOYEURS.

L'enjeu de ces élections est de taille car les employeurs ont des droits, et qu'il faut les faire valoir pour garantir le juste équilibre aux Prud'hommes. Cette liste est celle de vos représentants et des mandataires qui vont siéger pendant 5 ans pour défendre vos intérêts.

Nous comptons sur votre mobilisation pour voter par correspondance ou aller voter.

Pour tout renseignement : MEDEF - 02.51.05.06.06