Conquérir

Septembre/Octobre 2021 NS#184

La dématérialisation généralisée des factures dope le marché

Mexique : une porte d'entrée de l'Alena à ne pas négliger

Parcs automobiles : la pénurie de composants freine les immatriculations

Franchise : une solution protectrice, une vaste étendue d'offres

Nouvelle Série - Mensuel - 41e année - PVP : 7,50 € TTC

VOUS VOUS SURPASSEZ POUR FAIRE ÉVOLUER VOTRE BUSINESS.

NOUS AUSSI.

Diriger une entreprise en pleine croissance est une aventure. Les conseillers Dell Technologies sont là pour vous aider avec des solutions IT adaptées à chaque étape. Ainsi, rien ne peut vous arrêter.

Contactez un conseiller Dell Technologies au **0801 840 826*** ou chattez via **WhatsApp****

DELL Technologies

XPS 13 avec Windows 10 Pro

Windows 10

Faites-en plus avec un ordinateur dernière génération équipé de Windows 10 Professionnel.

© 2021 Dell Inc. ou ses filiales. Tous droits réservés. Dell Technologies, Dell, EMC, Dell EMC et d'autres marques sont des marques de Dell Inc. ou de ses filiales. Dell SAS Capital 1 946 545,26 €, Siège Social 1 rond-point Benjamin Franklin 34000 Montpellier. France. N° 351 528 229 RCS Montpellier –APE 4651Z. Photos non contractuelles. Dell n'est pas responsable des erreurs de typographie ou de photographie. Pour plus de renseignements, merci de bien vouloir contacter notre équipe commerciale. Les Conditions Générales de Vente et de Services de Dell s'appliquent. Vous pouvez les consulter à l'adresse www.dell.fr.

*De 9h à 18h du lundi au vendredi (Numéro Vert Gratuit)

**De 9h à 18h du lundi au vendredi (des frais de connexion à internet peuvent s'appliquer)

© DR

Retour de crise : inquiétudes et opportunités

Les milliards pleuvent. *« Quoi qu'il en coûte »* semble être devenue la devise du Président, du gouvernement, mais aussi de certains candidats aux élections à la magistrature suprême de 2022. Quand on dépasse les bornes, il n'y a plus de limites. Et puis, on a l'impression que cette débauche de dépenses ne produit que des effets positifs. Pourquoi donc ne pas aller plus loin encore ? Les chèques s'alignent à qui mieux mieux. Alors, n'y a-t-il aucun risque à passer de 60 à 80, 100 puis 120 % de ratio dette publique/PIB ?

C'est vrai que les spécialistes de la finance semblent avoir trouvé la parade aux inconvénients liés à la fabrication de monnaie par les banques centrales, à travers des mécanismes extrêmement sophistiqués. La dette est tenable grâce à des taux d'intérêt extrêmement bas, voire négatifs – une aberration tout de même. La menace proviendrait d'une hausse irrépressible des taux d'intérêt.

> **Quand on entend le nombre de milliards d'euros distribués chaque jour par l'Etat et qu'une candidate promet de doubler le salaire des enseignants, on peut légitimement s'inquiéter.**

La menace de l'inflation

Or, l'inflation menace. Très élevée aux Etats-Unis, en rythme annuel, elle le devient aussi dans la zone Euro. Les carnets de commande sont pleins, soufflent plusieurs dirigeants d'entreprises de secteurs différents. Mais ils doivent souvent faire face à de fortes hausses de prix de leurs approvisionnements, des hausses conjuguées à leur raréfaction (matières premières, composants…).

C'est ainsi que la nette reprise du marché automobile observée au premier semestre a subi un coup de frein, en raison de la pénurie de semi-conducteurs. Laquelle entraîne du chômage partiel dans certaines usines. Comme le monde fonctionne toujours selon la logique de la division du travail, il faut souvent importer produits ou biens intermédiaires de très loin. Là encore, la reprise provoque une hausse vertigineuse des frais de transport, et même, me dit-on, une pénurie de containers !

Tout cela va se régulariser au fil du temps, nous affirment nos dirigeants et les spécialistes. Le phénomène le plus perturbant à moyen terme serait la persistance d'une inflation à taux très élevé, qui obligerait les banques centrales à relever leurs taux de base, et à limiter leur politique dite accommodante, c'est-à-dire laxiste.

Du reste, récemment, la Banque centrale de Hongrie a relevé son taux directeur à 1,5 %, afin de contenir l'inflation. Et qui dit hausse des taux, dit charges d'intérêts en augmentation, une augmentation potentiellement importante, par un évident effet de levier. Un tel mécanisme pénaliserait l'Etat, mais aussi les entreprises débitrices.

Nous n'en sommes certes heureusement pas là, mais il me semble qu'il faudrait, sinon fermer totalement les robinets, du moins restreindre leurs débits.

Alors, quand on entend le nombre de milliards d'euros distribués chaque jour par l'Etat et qu'une candidate promet de doubler le salaire des enseignants, on peut légitimement s'inquiéter. En attendant, cette fin – on l'espère – de crise sanitaire procure aux chefs d'entreprise des opportunités, y compris d'achats de sociétés étrangères à bon compte. Ne les négligez pas !

Bonne rentrée à toutes et à tous. ■

Alain Gazo
Directeur de la rédaction

Abonnez-vous à notre **newsletter** pour suivre toute l'actualité des **PME-PMI**
www.conquérir.com

© Ramirez

3 | **ÉDITO**

Retour de crise : inquiétudes et opportunités.

6 | **OBSERVATOIRE DES DIRIGEANTS D'ENTREPRISES**

Une rentrée sous de bons auspices ?

8 | **ACTUALITÉS**

Sylvain Labesse, directeur du marché entreprises de La SNCF

SNCF : des promotions pour soutenir la reprise des voyages professionnels.

Le mystère de la baisse du nombre des défaillances s'éclaircit.

9 Baromètre Banque Populaire-Pramex : hausse des projets d'implantation à l'international.

10 Processus de recrutement : une digitalisation croissante.

35 | **INTERNATIONAL**

12 | **RELATIONS SOCIALES**

Egalité de traitement, des détails qui changent tout.

Période d'essai : une durée raisonnable est une question de fait.

13 Ne pas confondre égalité avec uniformité.

14 Jurer : sur qui, sur quoi ?

16 | **GESTION**

Dématérialisation : un marché soutenu, les agriculteurs s'y mettent aussi. Univers des ERP : des PME agiles.

20 | **PARCS AUTOS**

Automobile : une progression ralentie par des difficultés d'approvisionnement.

22 | **RESSOURCES HUMAINES**

Solutions RH : la digitalisation profitable aux acteurs.

24 | **RÉGIONS**

Go Entrepreneurs : des événements hybrides à Lyon, Marseille et Nantes.

Inco : un accompagnement multifacettes des start-ups.

27 | **DÉVELOPPEMENT DURABLE**

Investir dans les énergies renouvelables, une bonne action et une rentabilité satisfaisante.

Alpiq : l'énergéticien suisse pousse ses feux chez les particuliers et les TPE.

29 | **FRANCHISE**

Franchise : un marché toujours florissant, 536 exposants sur le salon.

30 | **LECTURES PROFESSIONNELLES**

Libérez vos points forts.

33 Chi va piano, va sano ou le slow pour l'entreprise.

42 **La chronique de Ramirez.**

Conquérir est une publication des Editions Conquêtes - SARL au capital de 21 480 € - Commission paritaire n° 0716T88272 - N° ISSN : 0767/0672 - Dépôt légal 3e trimestre 2021 - Nouvelle Série Mensuel **N° NS 183 Septembre/Octobre 2021 - 41e 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 communication, des partenariats et de coordination avec la rédaction :** Clotilde Le Bris - **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 - **ImprimeuWr :** Imprimerie Chirat, 42540, Saint-Just-La-Pendue - Prix du numéro : 7,50 € - Abonnement 1 an (6 numéros) : France : 60 € TTC (TVA 2,1 %). Etranger : 80 € - Bulletin d'abonnement en page 34 - *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.* Photo de couverture : Adobe.

Apportez plus d'énergie à votre business.

MG Marvel R. Le SUV 100 % électrique et suréquipé.

- Motorisations à partir de **180ch** (132 kW)
- **402 km d'autonomie** WLTP en 2 roues motrices[1]
- Batterie lithium-ion de 70 kWh
- Recharge rapide de 30 à 80 % en 30 min[2].
- **Connectivité et contrôle à distance** : gestion de la charge, état et localisation du véhicule...
- **Sécurité renforcée** : aide au maintien dans la voie, régulateur de vitesse adaptatif, freinage automatique d'urgence...
- **Confort** : console centrale flottante de 19,4'' et cockpit virtuel de 12,3'', toit ouvrant panoramique de série...

TVS : 0 €[3] | **Carte grise réduite selon les régions**[4] | **Éligible à la prime à la conversion**[5]

Recharge yourself

mgmotor.fr

7 ANS DE GARANTIE OU 150 000 KM

Un réseau de plus de 100 distributeurs officiels MG en France.

Recharge yourself = Rechargez-vous
Garantie 7 ans (ou 150 000 km) sur le véhicule, incluant le système électrique et le bloc d'alimentation (batterie haute tension). Plus d'infos sur www.mgmotor.fr

(1) Le MG MARVEL R est également disponible en 4 roues motrices avec 370 km d'autonomie WLTP. (2) Le temps de charge peut varier selon le type et la puissance de la borne de recharge, la température extérieure au point de charge et la température de la batterie. (3) TVS = Taxe sur les Véhicules de Société. Selon la loi de finance 2021. (4) Montant de la carte grise des véhicules électriques variable en fonction du montant de la taxe régionale. Selon la loi de finance 2021. (5) Sous réserve d'éligibilité. **Conditions de reprise sur primealaconversion.gouv.fr. Prime à la conversion pouvant aller jusqu'à 5 000 € pour l'achat d'un véhicule électrique neuf.**

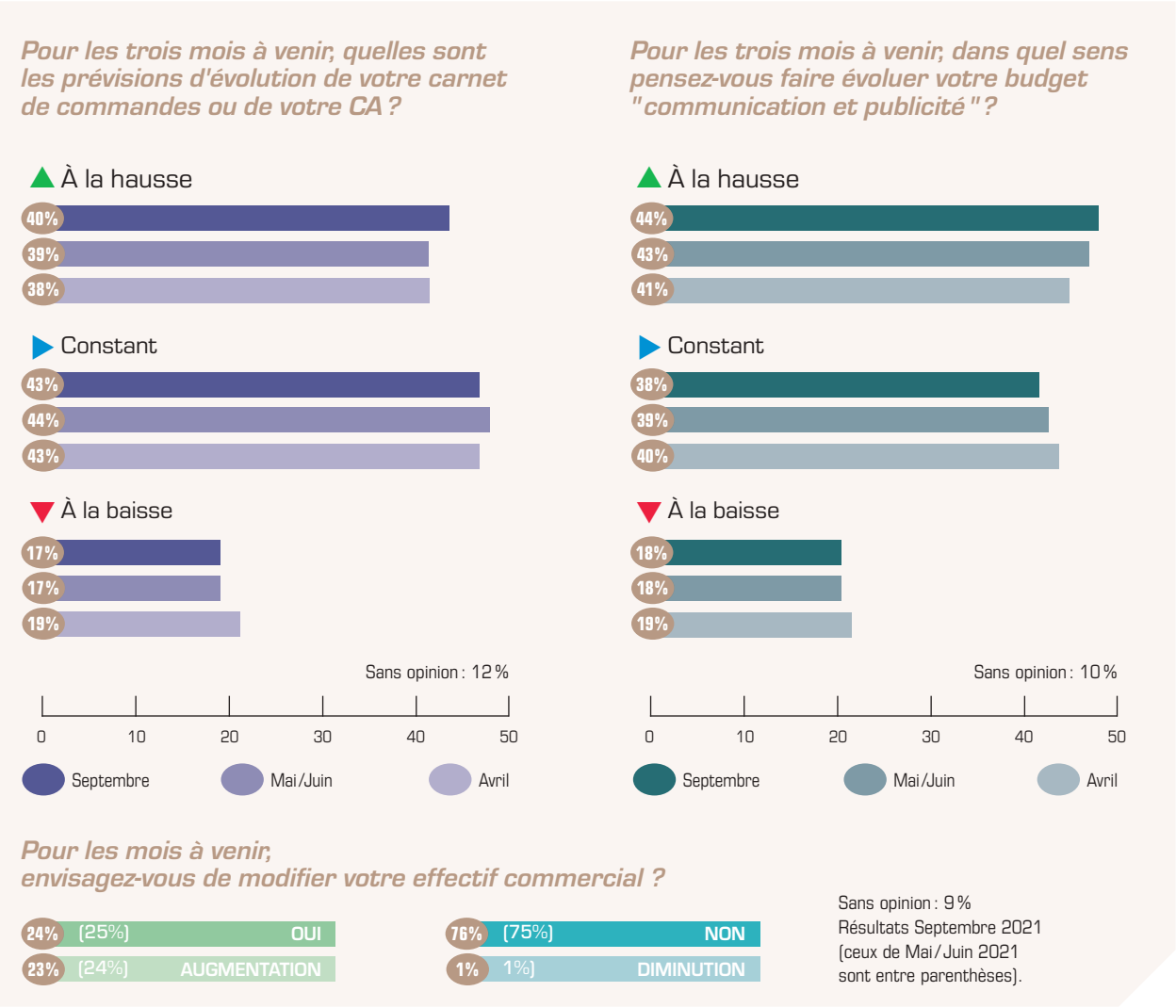
Consommation électrique (min. max.) Gamme MARVEL R (wh/km) WLTP : 194,1-209. Rejets de CO_2 (g/km) WLTP : 0 (en phase de roulage).
Valeurs au 14/04/2021 susceptibles d'évolution. Plus d'informations sur le site www.mgmotor.fr

Édition 08/2021. SAIC Motor France SAS. 888 573 896 R.C.S. Nanterre. Capital social : 2 000 000 Euros.

Une rentrée sous **de bons auspices ?**

Les indicateurs économiques sont au beau fixe. Cette situation favorable est liée aux mesures de contrôle de la pandémie, et surtout à l'injection massive de liquidités par les banques centrales et par l'Etat… une épée de Damoclès au-dessus de nos têtes.
Cela étant, comment les dirigeants de PME de notre panel voient-ils cette rentrée ?
Plutôt favorablement dans leur majorité. Ainsi 40 % (+1) – niveau élevé – pronostiquent-ils une augmentation de leur CA ou de leurs prises de commandes à court terme. Ce surplus s'effectue au détriment de ceux de nos interviewés qui estiment que leurs affaires demeureront stables (43 %, -1). 17 % (=) craignent, en revanche, un recul. C'est que les situations sont très contrastées d'un secteur à l'autre.

Notre deuxième indicateur, celui des investissements en communication et en publicité à court terme demeureront également dans le vert, sans excès toutefois. 44 % (+1) des dirigeants sollicités vont monter la pression promotionnelle, alors que 38 % (-1) vont simplement la maintenir, et 18 % (=) la réduire.
Quant à notre troisième clignotant, il demeure également dans le vert, même si l'on remarque un léger tassement des intentions d'accroître l'effectif commercial (23 %, -1). La grande majorité (76 %, +1) ne fera pas changer le total, et seulement 1 % (=) le baissera.
Il est à noter que le nombre de sans-opinion à nos trois questions récurrentes poursuit son repli, à respectivement 12 %, 10 % et 9 % au lieu de 13 %, 12 % et 11 % précédemment. Voilà une preuve supplémentaire que nos dirigeants d'entreprises y voient plus clair désormais. ■



Enquête réalisée du 3 au 10 septembre 2021 par l'équipe de *Conquérir* auprès d'environ 500 dirigeants d'entreprises.

Redéfinissez votre environnement de travail.

MG EHS. Le SUV hybride rechargeable et suréquipé.

À partir de **29 330 €** TTC[1].

Bonus Écologique[2] de **1 000 €** et remise sans conditions de **3 370 €** déduits.

- Seulement **43 g/km de CO_2** et 1,8l/100 km[3]
- Jusqu'à **52 km d'autonomie** en tout électrique[3]
- TVS réduite[4], carte grise réduite selon les régions[5], éligible à la prime à la conversion[6]
- **Sécurité renforcée** : aide au maintien dans la voie, régulateur de vitesse adaptatif, freinage automatique d'urgence...
- Sièges avant chauffants, cockpit virtuel, écran tactile 10,1'' avec Apple Car Play / Android Auto, climatisation bizone
- **Toit ouvrant panoramique** de série sur la version Luxury

Recharge yourself

mgmotor.fr

7 ANS DE GARANTIE OU 150 000 KM

Un réseau de plus de 100 distributeurs officiels MG en France.

Recharge yourself = Rechargez-vous
Garantie 7 ans (ou 150 000 km) sur le véhicule, incluant le système électrique et le bloc d'alimentation (batterie haute tension). Plus d'infos sur www.mgmotor.fr

(1) Prix d'un MG Motor EHS Comfort neuf sans option déduction faite de 1 000 € de Bonus Écologique[2] et de 3370 € de remise sans conditions. **Modèle présenté : MG Motor EHS Luxury avec option peinture métallisée à 32 165 € TTC (peinture métallisée à 650 € TTC incluse) déduction faite de 1 000 € de Bonus Écologique[2] et de 3 685 € de remise sans conditions.** (2) **Conditions disponibles sur service-public.fr.**
Offres réservées aux professionnels valables **du 01/09/2021 au 31/12/2021** dans le réseau participant pour l'achat d'un MG Motor EHS neuf et non cumulables avec d'autres offres en cours. Selon tarifs MG Motor maximum autorisés en vigueur en France métropolitaine & Corse au 01/01/2021. (3) Résultat du test combiné dans le cadre du protocole de test WLTP. (4) TVS = Taxe sur les Véhicules de Société. Selon la loi de finances 2021. (5) Montant de la carte grise de véhicules hybrides variable en fonction du montant de la taxe régionale. Selon la loi de finances 2021. (6) Sous réserve d'éligibilité. **Conditions de reprise sur primealaconversion.gouv.fr. Prime à la conversion pouvant aller jusqu'à 5 000 € pour l'achat d'un véhicule hybride rechargeable neuf.**

Consommation (cycle mixte WLTP) : 1,8 l/100 km - Émissions de CO_2 (cycle mixte WLTP) : 43 g/km.
Valeurs au 02/12/2020 susceptibles d'évolution. Plus d'informations sur le site www.mgmotor.fr

Édition 08/2021. SAIC Motor France SAS. 888 573 896 R.C.S. Nanterre. Capital social : 2 000 000 Euros.

SNCF : des promotions pour soutenir la reprise des voyages professionnels

Sylvain Labesse, directeur du marché entreprises de la SNCF

La SNCF souhaite participer à la reprise des voyages professionnels, par là-même de notre économie. Pour ce faire, elle a mis en place en cette rentrée des promotions.

« Notre offre de rentrée pour les pros est double, détaille Sylvain Labesse, directeur du marché entreprises de l'opérateur ferré, *elle sera ouverte du 7 septembre au 4 octobre. »* Tout d'abord celle destinée aux voyageurs réguliers. La carte d'abonnement Liberté sera ainsi proposée au prix de 269 euros au lieu de 379 euros pendant cette période.

Il est à noter que, pour ceux qui sont déjà titulaires d'une carte en cours de validité, leur nouvelle carte pourra être activée jusqu'à 5 mois après la date d'achat. Rappelons que la carte Liberté ouvre le droit à 60 % de réduction en seconde et à 45 % en première.

Le deuxième échelon de cette promotion consiste en une réduction *« substantielle »* de 8 % sur le tarif en seconde pro, toujours pour une réservation – l'acheminement pouvant être ultérieur – pendant la plage 07/09-04/10. Sylvain Labesse espère ainsi que la SNCF pourra contribuer à une vraie reprise des déplacements professionnels, qu'il entrevoit plutôt à partir d'octobre. *« La fin du télétravail obligatoire s'accompagne déjà d'une suppression progressive des interdictions des voyages non essentiels dans les grandes entreprises »*, se réjouit-il. *« Alors que la recherche de moments de relations informelles de qualité devient prégnante, tout cela devrait faire évoluer les choses dans le bon sens, celui du retour à des échanges plus fréquents en présentiel »*, constate en substance Sylvain Labesse. ■

Le mystère de la baisse du nombre de défaillances s'éclaircit

En un an, le nombre des défaillances d'entreprises a chuté de 29,1 %, en pleine pandémie, et en pleine décroissance économique. Même si la tendance à la baisse s'estompe quelque peu désormais, cela nous laisse pantois.

On a longtemps attribué de prime abord ce résultat stupéfiant à la mise sous perfusion des entreprises par l'Etat, à travers des dispositifs d'aide variés (chômage partiel, compensation de perte de CA…), et aussi bien sûr par l'injection massive de liquidités par le biais des PGE (Prêts garantis par l'Etat) octroyés à des conditions exceptionnelles.

Le baromètre des entreprises publié le 13 juillet dernier par le Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce dévoile une face cachée de cette période, qui permet de relativiser la performance, supposée exceptionnelle, de notre économie sur ce plan. En effet, le CNGTC remarque au premier semestre de 2021 une envolée spectaculaire du nombre de radiations d'entreprises, de près de 28 % en un an. Cela traduit certes le bouleversement du tissu entrepreneurial lié à la montée en puissance des nouvelles technologies qui font émerger des activités qui se substituent à des secteurs traditionnels.

Mais, comme l'énoncent les analystes de l'étude, ces radiations, qui émanent, pour plus de la moitié, du chef d'entreprise, traduisent probablement aussi une volonté d'arrêter leur activité avant d'en arriver à une cessation de paiement – alors que la visibilité est faible, et que les dispositifs de soutien vont s'arrêter. Du reste, les radiations faisant suite à une procédure collective ne progressent que de 2 %.

Des créations nombreuses mais de faible pérennité

A l'inverse, 315 829 entreprises ont été créées au premier semestre, soit 68 % de plus en un an. Un cru exceptionnel tiré principalement par l'essor de la livraison à domicile et du e-commerce. Les experts du CNGTC relativisent quand même notre enthousiasme. Ces secteurs d'activité émergents se caractérisent, en effet, par un fort turn over, ainsi que par une création d'emplois limitée, essentiellement ceux des fondateurs.

Du reste, les entreprises du secteur de la vente à domicile *« peinent à survivre plus d'un an »*. Alors, évidemment, certains secteurs *« traditionnels »* souffrent, par exemple dans la location de logements, de terrains pour l'hébergement, ou encore de la restauration. L'âge moyen des entreprises radiées a augmenté sensiblement, de près de neuf mois par rapport à 2019, à douze ans. Même des sociétés solides mettent fin à leur activité, particulièrement dans les domaines de l'agriculture, de la sylviculture et de la pêche. Là, l'ancienneté moyenne des entreprises radiées est de 18,4 ans. Remarque-t-on des différences entre territoires ? Oui, répond le CNGTC. Les Hauts de France figurent en tête de ce triste palmarès, puisque le nombre d'entreprises radiées a été multiplié par deux en un an. L'Ouest (Pays-de-Loire et Nouvelle-Aquitaine) est également sévèrement touché, quoique dans une moindre mesure (+33 % quand même).

Sophie Jonval, présidente du Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce commente ainsi l'étude : *« Alors que nous craignions jusqu'ici de voir déferler une vague de procédures collectives, ou bien encore de soutenir artificiellement des entreprises dites "zombies", nous observons qu'un nombre croissant de chefs d'entreprises choisissent de mettre volontairement fin à leur activité. S'il est encore trop tôt pour dresser des conclusions de l'impact de la crise sur notre économie, une chose est sûre : la transformation de notre tissu entrepreneurial s'accélère et se confirme dans le temps. Pour accompagner ces mutations, nous devons trouver un juste équilibre entre innovation, agilité, confiance et sécurité. C'est là toute la vision de la justice commerciale, portée par les greffiers des tribunaux de commerce »*. ■

Le Conseil national des greffiers des tribunaux de commerce est présidé par Maître Sophie Jonval. Le CNGTC est l'organisme représentatif des greffiers des tribunaux de commerce, exerçant dans les 141 greffes répartis sur l'ensemble du territoire français.

Baromètre Banque Populaire-Pramex **hausse des projets d'implantation à l'international**

Bertrand Magnin, directeur du développement, Banque Populaire et Jérôme Bonnet, directeur général Pramex International*, présentaient le 10 septembre dernier les résultats de leur baromètre annuel sur la stratégie d'implantation à l'international des entreprises françaises, à travers une enquête auprès d'un échantillon de PME-PMI et d'ETI.

Bertrand Magnin évoquait une augmentation sensible de 20 % des projets d'implantation à l'international. Cette hausse est en partie due, explique-t-il, à la période Covid, qui a démontré les écueils de l'exportation traditionnelle soumise, on l'a vu, à de possibles blocages.

Pendant la crise, 52 % des projets ont été maintenus et 43 % décalés. On relève 35 000 sociétés filiales d'entreprises françaises à l'étranger, rappelaient les intervenants, qui évoquent un potentiel de 10 000 appétents à créer des filiales à l'étranger *« avec un flux annuel hors grands groupes de 2 200 »*.

Bertrand Magnin, directeur du développement, Banque Populaire

Cette relative faiblesse numérique, en comparaison avec des pays comme l'Italie, voire l'Espagne, serait la conséquence d'un déficit dans l'organisation interne de nos PME et ETI, et à une méconnaissance de la culture internationale. Et pourtant, soulignent Bertrand Magnin et Jérôme Bonnet, la fin de crise ouvre des opportunités de rachat à bon compte d'entreprises étrangères.

Jérôme Bonnet, directeur général Pramex International

Les Etats-Unis demeurent la destination préférée des PME-ETI-start-up avec 13 % des projets relevés. L'Allemagne vient en second.
En Asie-Pacifique, alors que Hong Kong est en chute, l'Australie pointe en 13e position, devant la plate-forme chinoise, moins en vogue désormais, ainsi que le Brésil. Singapour (8e) profite aussi de la baisse de la confiance dans Hong Kong. Quant à l'Espagne, *« elle a perdu un tiers des projets français »*. En cause, le recul de la consommation et du tourisme.
Nos chiffres en Afrique sub-saharienne confirment la chute de nos activités sur place, face aux ambitions chinoises et indiennes en particulier.
L'Amérique du Sud n'est pas très à la mode non plus, mais nous y sommes historiquement peu implantés. ■

*Pramex International, filiale du groupe BPCE, est spécialiste du conseil en implantation internationale, dédiée aux start-up, aux PME et aux ETI, tandis que Banque Populaire est un acteur bancaire majeur des PME, puisque près d'une PME sur deux en est cliente, selon une enquête Kantar de 2019.

Processus de recrutement : **une digitalisation croissante**

Les processus de recrutement traditionnels, déjà en évolution, ont subi de profonds changements pendant la crise sanitaire. Il est probable que le grand saut de la digitalisation effectué ne connaîtra pas le complet retour en arrière.
Une étude commandée par Bruce, *« agence de recrutement 100 % digitale »* à Opinion Way, semble le confirmer. Cette étude a été réalisée auprès d'un *« échantillon national de 1030 talents et de 203 dirigeants, DRH et RRH du secteur privé »*.
Sans surprise, 82 % des recruteurs sollicités confirment ainsi avoir adapté leurs méthodes de recrutement. Et ils en sont, *in fine*, largement satisfaits, selon les résultats de l'étude, puisque les trois quarts d'entre eux estiment que *« le digital améliore les processus de recrutement »*. Du côté des candidats, ils sont 60 % – un peu moins donc – à penser de même. Au-delà de l'aspect conjoncturel de la situation actuelle, 74 % des employeurs pensent que *« le digital leur donne accès à de meilleurs profils »*, 82 % *« qu'il simplifie le suivi du processus et 80 % la gestion administrative des RH »*. L'accès à une couverture géographique étendue est, en outre plébiscitée par 76 % des candidats et 82 % des employeurs. ■

L'intérim est reparti à la hausse au dernier trimestre

On dit que la tendance de l'emploi intérimaire est un indicateur avancé de la santé de l'économie. Il est donc tentant de s'intéresser aux résultats fournis par la Dares pour le deuxième trimestre, et aux conclusions de ses experts.

Les analystes rappellent tout d'abord l'effondrement du premier trimestre 2020, suivi le reste de l'année par un rebond, avant une stabilisation à ce niveau au premier trimestre 2021.

Le deuxième trimestre a été marqué par un nouveau démarrage de l'emploi intérimaire (+2,4 %). Cependant, les effectifs totaux employés demeurent de 2,9 % en-dessous du niveau de fin décembre 2019. Autrement dit, l'économie n'a pas encore retrouvé son rythme d'alors. Comme c'est logique, l'évolution est contrastée selon les secteurs. Ainsi le BTP-travaux publics est en recul de 3,6 % après déjà -0,5 % au premier trimestre. Dans l'industrie, où l'emploi intérimaire avait pris 1,7 % au premier trimestre, on ressort toujours en positif au deuxième (+0,9 %) mais plus modérément. L'industrie et le BTP-travaux publics sont évidemment de très gros « consommateurs » d'intérim.

Notons en revanche le bond de 6,3 % dans le tertiaire. Du coup, l'emploi intérimaire dans les services dépasse le niveau d'avant crise (+2,2 % par rapport à fin 2019), alors qu'il reste encore notoirement plus bas dans l'industrie et la construction (-7,1 % dans l'industrie et -6,7 % dans la construction). ■

Egalité de traitement : des détails qui changent tout

Le contentieux de droit du travail portant sur des réclamations à propos de supposées ruptures d'égalité de traitement sont légion. Mais attention, cela ne marche pas forcément à tous les coups. Il ne faut pas se tromper de case. Ainsi, en matière de prescription d'une demande, les règles sont différentes suivant ce sur quoi elle porte, alors que les champs semblent parfois très voisins. Une affaire portée devant la Cour de cassation en témoigne (Cass. Soc. 24/06/2021). Il s'agissait bien d'une demande concernant en toile de fond une prétendue rupture d'égalité de traitement (principe établi par l'article L. 1224–1 du Code du travail). Le plaignant avait actionné – sans doute bien tardivement – une action en paiement de salaire. Comme une action à ce titre est prescrite dans un délai inférieur à celle relative à des troubles concernant l'exécution ou la rupture du contrat de travail, qui est de deux ans, le salarié avait fait valoir que cette demande en paiement de salaire reposait sur une inégalité de traitement et réclamait donc l'application de la prescription de deux ans éligible dans ce cas.

La Cour d'appel ne le suit pas. La demande portait sur la prime de 13e mois. Elle ne relevait donc pas stricto sensu de l'exécution du contrat de travail, mais il s'agissait d'une action en paiement de salaire. Dès lors, c'était bien la prescription établie en la matière qui s'imposait, *« peu [importait] que le moyen [invoqué] soit tiré de la méconnaissance du principe d'égalité de traitement. »* Les hauts magistrats suivent les juges du fond dans leur analyse visant l'article L.1471-1 premier alinéa du Code du travail. ■

Vincent Gardy.

Période d'essai : une durée raisonnable est une question de faits

On se souvient qu'il y a quelques années, le législateur avait assoupli les règles relatives aux périodes d'essai, essentiellement en permettant, dans certains cas, et pour les cadres, d'aller jusqu'à six mois.

Les syndicats *« ouvriers »* sont demeurés hostiles à cet allongement. Dans l'affaire qui nous concerne ici, un cadre dont le contrat avait été rompu à l'initiative de l'employeur pendant la période d'essai, s'est pourvu devant les juges pour faire valoir un licenciement sans cause réelle et sérieuse. Sur quels moyens s'appuyait-il pour ce faire ?

Tout simplement sur les principes posés par la convention n° 158 de l'OIT entrée en vigueur en France le 16/03/1990. Ce

texte est assez contraignant en matière de période d'essai, qui présente la caractéristique de permettre à l'employeur de mettre fin au contrat sans justification, et cependant avec un préavis d'une durée fixée en fonction de la durée de ladite période.

Néanmoins, l'article 2 § 2 b de ladite convention prévoit des dérogations possibles à la durée maximale, du moment qu'elle est fixée d'avance et raisonnable.

Mais qu'est-ce qui est raisonnable ?

Dans l'affaire qui nous intéresse, les juges du fond donnent raison au salarié, au visa de la convention n° 158, et *« au regard de la finalité de la période d'essai dont la durée est de six mois »*. L'employeur, condamné au paiement de différentes sommes au titre d'un licenciement sans cause réelle et sérieuse, se pourvoit en cassation. La Chambre sociale lui donne raison, estimant que *« en se déterminant […] par une affirmation générale* [Ndlr : la durée de six mois], *sans rechercher, au regard de la catégorie d'emploi occupée, si la durée totale de la période d'essai […] n'était pas raisonnable, la Cour d'appel a privé sa décision de base légale »*. Autrement dit, le facteur *« durée pure »* n'en est un que parmi d'autres, en matière d'analyse de la validité d'une période d'essai. ■

Vincent Gardy.

Ne pas confondre égalité **avec uniformité**

Le principe d'égalité de traitement est essentiel en matière de droit social. Mais il a ses limites cependant. C'est ce que vient de nous rappeler récemment la Chambre sociale en un arrêt du 12 mai dernier.

En l'occurrence, des salariés s'était plaints de la situation, selon eux plus favorable, qui était celle de collègues qui avait conclu des protocoles transactionnels avec leur employeur dans la circonstance de modifications de leurs contrats de travail pour raisons économiques.

Autrement dit, ces derniers avaient obtenu de meilleures conditions de cessation de leur contrat de travail. Et les plaignants de brandir l'article 2044 du Code civil et son fameux principe d'égalité de traitement. Les juges du fond relèvent effectivement des situations très comparables, voire identiques entre ceux qui avaient signé des transactions et les autres. Et ils remarquent que l'employeur n'a pas proposé à certains de signer des protocoles transactionnels.

Dès lors, la Cour d'appel condamne l'employeur à verser des indemnités aux plaignants, au titre de la violation du principe de l'égalité de traitement, ainsi que d'une exécution déloyale du contrat de travail.

L'employeur forme alors un recours de cassation. Bien lui en a pris. En effet, la Chambre sociale, au visa de l'article 2044, mais en allant plus loin dans sa lecture lui donne raison : *« […] La transaction est un contrat par lequel les parties, par concessions réciproques,*

terminent une constatation née ou préviennent une contestation à naître». Dès lors, les hauts juges dictent *« qu'un salarié ne peut se référer au principe d'égalité de traitement pour revendiquer des droits et avantages d'une transaction conclue […] avec d'autres salariés »*, dans ce cas de figure. La Cour de cassation tranche : *« la cour d'appel a violé le texte susvisé et, par fausse application, le principe susvisé »*. Dans l'intérêt *« d'une bonne administration de la justice »*, la Haute cour statue alors au fond et elle déboute les plaignants de l'ensemble de leurs demandes. ■

Jurer, **sur qui, sur quoi ?**

© Ramirez

Dites : *« Je le jure ! »* : une formulation que l'on entend souvent dans les prétoires, mais aussi lors des prestations de serment dans la police ou la justice. Cela paraît simple et ne pose pas de problème, mis à part les inévitables parjures éventuels.

Oui, mais au fait jure-t-on sur quelque chose en France ? La Chambre sociale, en un arrêt du 7 juillet dernier, a cherché à éclaircir ce point. Dans quelles circonstances me direz-vous ? C'est à propos d'une personne exerçant les fonctions *« animatrice agent mobilité »* de la SNCF semble-t-il, qui était amenée à constater des infractions et à dresser des procès-verbaux. Elle devait donc être assermentée.

Toujours est-il que cette animatrice refusa de prêter serment en prononçant la fameuse phrase *« je le jure »* l'interprétant comme une référence à la Bible et faisant état de sa liberté de conscience. Dans ces conditions, elle ne put obtenir le poste convoité et fut licenciée. La salariée porte l'affaire devant les tribunaux. Les juges du fond la déboutent de ses demandes, visant l'article 1er de la Constitution de 1958, qui affirme le respect de toutes les croyances. Elle rappelle qu'en France, la formule juratoire n'implique pas d'apposer sa main sur la Bible, et que cet engagement ne fait aucune référence à une autorité supérieure, elle traduit simplement la solennité de ce moment.

Mais voilà, la salariée avait demandé lors de l'audience de prestation de serment la faculté de prononcer une autre phrase manifestant son engagement solennel. La Chambre haute estime que, *« dès lors le licenciement pour faute résultant de ce refus d'engagement dans les formes requises de principe, était sans cause réelle et sérieuse, mais non pas nul car il n'avait pas été prononcé par l'employeur en raison des convictions religieuses de l'intéressée »* : l'arrêt d'appel est cassé.

La Cour de cassation adopte ainsi une interprétation très suiviste de la jurisprudence de la CEDH en la matière, au visa de l'article 9 de la Convention de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales. *« Il n'est pas loisible aux autorités étatiques de s'immiscer dans la liberté de conscience d'une personne en s'enquérant de ses convictions religieuses ou l'obligeant à les manifester, et spécialement à le faire, notamment à l'occasion d'une prestation de serment, pour exercer certaines fonctions »* (CEDH, Alexandridis, Grèce, n° 19516/06, 21/02/2008, § 38). ■

FACTURATION ELECTRONIQUE

Ventya

VOTRE PARTENAIRE EXPERT DES FLUX DEMATERIALISES

- CONFORMITE REGLEMENTAIRE
- ACCOMPAGNEMENT AU DEPLOIEMENT
- SOLUTIONS PERSONNALISEES

Ventya accompagne ses clients dans leur 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.

WWW.VENTYA.FR

01 47 29 76 00

3 BOULEVARD DES BOUVETS
92000 NANTERRE

ERP, CRM, dématérialisation... la crise sanitaire

Le salon Solutions, manifestation rituelle de la profession des éditeurs de solutions de rationalisation de la gestion et de la conquête de marchés, se tiendra les 5 et 6 octobre prochains à la Porte de Versailles.

© Info 3W

Les applications se doivent aujourd'hui d'être disponibles sur mobile. Ici celle d'Info 3W

Thomas Honegger, directeur général France, Esker

L'occasion pour les exposants de revoir partenaires, clients ou visiteurs en recherche de solutions. Le salon de l'an dernier, juste avant les nouvelles interdictions fut, en effet, en demi-teinte.

Les acteurs de la profession se portent, en général, bien, voire très bien. La nécessité de poursuivre les activités à distance, ainsi que les obligations légales de plus en plus nombreuses, poussent les entreprises, y compris les PME-PMI, à s'équiper. Cela fait par exemple le bonheur d'Esker, dont le CA et le résultat explosent. Esker, qui est très internationalisée historiquement, avec une forte présence aux USA, a d'autant mieux résisté à la crise, que, rapporte Thomas Honegger, directeur général France, l'impact sur les affaires du prestataire lyonnais aux Etats-Unis et en Asie par rapport au niveau attendu a été quasiment nul en 2020, contrairement à ce qui est arrivé en Europe du Sud.

Cela étant, *« l'enjeu est fort dans l'order to pay et l'order to cash »*, indique-t-il. Dès lors, des projets – parfois de grande dimension – continuent d'arriver chez Esker, avec *« un engouement marqué pour la digitalisation des processus »*, toujours selon Thomas Honegger.

Pour répondre à la demande actuelle et future, Esker multiplie les innovations, *« en perfectionnant nos suites logicielles et en les complétant régulièrement, comme par exemple récemment avec un module spécifique de credit management »*.

L'obligation faite aux entreprises de recourir à l'envoi de factures dématérialisées dès 2023, même à leurs partenaires du privé, fait le bonheur d'Esker, comme des autres intervenants de la place, à l'image de Ventya.

Dominique Bougnot, son directeur général, fait valoir un exercice 2020-2021 raisonnablement satisfaisant, eu égard au contexte, sachant que son CA repose principalement sur les transactions effectuées au travers de son portail Clear'Invoice et que Ventya est très bien implantée dans le domaine de la mobilité, fortement touché par la pandémie.

Les fondamentaux poussent cependant en sa faveur. La ruée sur la digitalisation se poursuit, même dans des milieux réticents à la base comme les coopératives agricoles. Pendant ces longs mois, beaucoup de factures clients n'étaient pas honorées, du fait du télétravail (une bonne excuse parfois !).

Dominique Bougnot, directeur général, Ventya

un solide bilan malgré

Les entreprises ont donc fait contre mauvaise fortune bon cœur, en prenant ainsi en considération, souligne Dominique Bougnot, le gain économique sur l'envoi de chaque facture, *« puisqu'une facture électronique revient quatre fois moins cher que son homologue papier »*.

Ventya propose à ses clients d'opérer via son portail Clear'Invoice des échanges électroniques avec ses partenaires commerciaux (factures entrantes, sortantes…). Un service d'éditique, de mise sous pli et d'expédition par courrier est cependant disponible.
Même dans le cas de commandes de l'Etat, Dominique Bougnot estime qu'il est plus pratique de faire transiter les factures par le portail de Ventya, qui gère ainsi *« l'ensemble du portefeuille »*, que d'aller directement sur Chorus, plateforme des fournisseurs de commandes publiques. Cela évite, par exemple, de faire revalider régulièrement sa signature électronique, puisque c'est Ventya qui le fait. Les factures peuvent être stockées sous une forme hautement sécurisée, pendant dix ans, via le partenaire de référence qu'est Arkhineo (Groupe Docaposte).
Ventya a su diversifier sa clientèle ces dernières années au-delà de son socle de base vers d'autres métiers, la cosmétique (Yves Rocher), la mobilité (tourisme, voyage d'affaires, assistance) ou encore les coopératives agricoles. Plus généralement, toutes les tailles d'entreprises sont accessibles, *« avec une importante capacité de personnalisation de la solution, si besoin est »*.

Univers des ERP : des PME agiles

Celles qu'on appelait autrefois les SSII ont été la plupart du temps créées par des informaticiens. Elles se sont développées au fil du temps, pour être fréquemment revendues par la suite à des groupes, à la suite du départ en retraite du principal fondateur. Ce qui leur a fait perdre en authenticité. C'est dommage car elles sont souvent nées puis ont prospéré en province. On peut penser à Qualiac en Auvergne (Aurillac), ou à Sylob à Albi, pour de nombreux exemples. Qualiac et Sylob ont été vendues à des groupes depuis quelques années.
Heureusement, il existe encore des exemples d'entreprises du secteur des CRM, ou des ERP, qui demeurent indépendantes et progressent, parfois discrètement.

Michel White, directeur général, Info 3W

© Info 3W

Il en est ainsi de Info 3W, fondée il y a vingt ans et dont le principal établissement se trouve à Obernai (Alsace). Guy White, père des actuels dirigeants, Michel et Dominic, avait, dans les années 80, fondé une entreprise (Sem Suhner) spécialisée dans la fabrication de transformateurs spécifiques, destinés en particulier, à l'origine, à l'univers de la téléphonie. Dès la fin des années 90, un logiciel fut créé pour rationaliser les pratiques de la production, avec donc une visée interne. Il fonctionnait à la satisfaction générale. Du coup, Michel et Dominic White eurent l'idée de monter une nouvelle structure, Info 3W, afin de commercialiser leur logiciel d'ERP/SetInUp destiné à gérer une entreprise *« de la production à la facturation en passant par les interventions »*. *« C'est un outil informatique conçu par des industriels pour des industriels »*, énonce Michel White. *« Nous connaissons très bien les évolutions en la matière en milieu industriel, et sommes capables de faire bénéficier de notre expertise nos confrères industriels, non seulement en matière logicielle, mais aussi en les conseillant dans leurs process »*.
Michel White énonce trois objectifs principaux pour les prochaines années : développer SetInUp sur le cloud, affirmer sa position dans les secteurs de l'industrie, mais aussi celui de la pose-installation-intervention, souvent connexe, enfin demeurer éditeur et intégrateur du logiciel. L'implémentation, est soit dit en passant, souvent effectuée par Michel White lui-même. La version on premise (traditionnelle) se nomme Alix.
Le gérant d'Info 3W annonce également l'arrivée récente d'un module de gestion de projets. Il se montre raisonnablement optimiste pour la suite, *« alors que les entreprises sont conscientes que l'on gagne beaucoup de temps, donc d'argent, avec le numérique »*.

Agriculteurs : informatisation et digitalisation s'imposent aussi

Les agriculteurs s'y mettent aussi

Les agriculteurs, population des plus traditionnelles, se mettent à l'utilisation des moyens modernes, par choix ou par nécessité. C'est ainsi que la dématérialisation de documents fait une percée chez eux depuis quelques années, souvent directement ou indirectement à travers les coopératives auxquelles ils sont affiliés. En voici un exemple, au travers des services rendus à 42 coopératives en France, rassemblant plus de 100 000 agriculteurs par Adherents.Coop, qui est une émanation de la Coopération Agricole, créée il y a vingt ans, au moment de l'émergence d'Internet et des nombreux outils qui allaient y être associés. Ces outils allaient profondément modifier la communication entre les coopératives et les agriculteurs partenaires.

Sébastien Gaborit, directeur d'Adherents.Coop

Partenaire, cela correspond à un triple lien :

— Capitalistique : ces agriculteurs sont porteurs de parts de leur coopérative.

— Client : ils livrent leur production à la coopérative.

— Fournisseur : la coopérative leur fournit, en particulier, les intrants nécessaires à leur production.

L'idée d'Adherents.Coop était de fournir à l'agriculteur un maximum d'informations sur leur relation avec leurs coopératives au travers d'un portail de services dédiés, explique son directeur, Sébastien Gaborit. *« Nous offrons,* poursuit-il, *une série de briques applicatives dans lesquelles les coopératives clientes viennent chercher ce qui leur paraît utile, pour bâtir leur propre portail de services »*. Adherents.Coop assure le développement, le support et l'hébergement de sa solution. Ces échanges de documents à travers les portails se sont étendus ces dernières années aux factures. Les factures sont toujours émises par la coopérative (auto-facturation pour les remises de marchandises par les agriculteurs, facturation fournisseur pour les produits livrés en vue de leur exploitation).

Jusqu'à un terme assez récent, les factures étaient toujours adressées par courrier. Les duplicatas étaient stockés et disponibles sur le portail, mais sans valeur probante. *« Nous avons pour ambition de faire passer intégralement les agriculteurs à un parcours de factures purement digital,* explique encore Sébastien Gaborit, *d'autant que l'obligation légale d'y recourir se rapproche »*. Adherents.Coop propose donc un service entièrement digital à travers le portail extranet de chaque coopérative concernée, qui génère des factures au format PDF avec valeur fiscalement probatoire. La prestation est exécutée d'une manière totalement transparente pour les intéressés par Ventya, qui signe et génère un certificat électronique et procède au stockage de documents dix ans garanti sans modification, ce qui est conforme aux normes en vigueur.

Ventya a été choisie après un appel d'offres, principalement sans doute pour sa capacité à bien comprendre le métier des coopérateurs et donc à leur proposer, *« dans le cadre d'une entreprise à taille humaine »*, la solution aboutie la plus adaptée. Une fois le dispositif mis en place, qu'en est-il de l'adhésion des agriculteurs ? *« Même si l'habitude d'imprimer les PDF reste forte,* admet Sébastien Gaborit, *les agriculteurs sont généralement satisfaits du nouveau process, qu'ils demeurent libres ou pas d'adopter »*. *« En effet,* relève-t-il, *ils apprécient de pouvoir à coup sûr récupérer leurs factures, parfois égarées auparavant, et surtout peut-être la rapidité dans l'expédition des factures »*. Le volume des factures traitées par les coopératives concernées va de 15 000 à 300 000 par an. ■

EXPOSITION • CONFÉRENCES • TABLES RONDES • ATELIERS • RENDEZ-VOUS PROJETS

SALONS SOLUTIONS

100% en présentiel !

5 & 6 octobre 2021

PARIS EXPO
PORTE DE VERSAILLES

SALONS SOLUTIONS erp

SALONS SOLUTIONS démat

SALONS SOLUTIONS crm

SALONS SOLUTIONS bi

SALONS SOLUTIONS e-achats 20 ans

Réservez dès maintenant votre badge gratuit sur www.salons-solutions.com

@SalonsSolutions
#salonssolutions

SalonsSolutions

AVEC Conquérir

salons-solutions.com

Automobile : une progression difficultés d'approvisionnement

Le marché de l'automobile est en nette reprise depuis le début de l'année. Sur les six premiers mois, les immatriculations de VP ont bondi de 28,9 % et de celles de VU de 38,7 %. Dès juin cependant, le mouvement a semblé s'inverser. Cette tendance s'est nettement accentuée en juillet. Mais, en partie sous un effet d'optique, lié à la reprise des ventes en concessions à l'époque de la fin du printemps, en 2020, suite au déconfinement.

Cela étant, deux points sont à mettre en exergue. D'une part, les variations sont moindres dans le monde du véhicule professionnel (hors VU), d'autre part, le niveau des immatriculations est altéré par l'allongement des délais de livraison des constructeurs, lié à la pénurie de certains composants. Quoi qu'il en soit, les immatriculations devraient terminer 2021 en nette reprise, autour de 2 millions VP (922 000 fin juin) et 480 000 VU.

Les performances sur le papier des différents intervenants sont très variables. Difficile de les comparer, en fonction de leurs politiques commerciales, de leurs lancements de nouveaux modèles… On peut quand même remarquer un certain nombre de points. D'une part le recul continuel du diesel (-4,7 % encore au premier semestre), le report s'effectuant prioritairement vers les hybrides. Les marques *« alternatives »*, comme celles du groupe VW – Seat, Skoda – ou encore Hyundai, et dans de moindres volumes, Honda, progressent nettement plus que le marché. Le groupe Renault doit du reste principalement sa hausse à Dacia (+54,7 %). Peugeot (+28,1 %) et Citroën (+22,8 %), réalisent également de belles performances, compte tenu de l'ampleur des volumes concernés. La marque Volkswagen, après des années mitigées, redresse aussi la tête (+54,8 %). Il convient également de souligner la forte reprise de la plupart des Premium, au-delà de 30 %, parfois de 50 %, comme chez Audi. Quant à la marque emblématique de l'hybride, Toyota, elle fait mieux que la moyenne, à +36,5 % au premier semestre.

On a toujours tendance à parler beaucoup de chiffres, d'immatriculations, de prises de commandes… moins de CA et encore moins de résultat.

Philippe Quétaud, directeur des ventes spéciales, Renault

« Aujourd'hui, chez Renault, nous sommes passés d'une stratégie de volume à une stratégie de rentabilité, expose en substance Philippe Quétaud, directeur des ventes spéciales, *nous privilégions dès lors les canaux les plus rentables »*. Remarquant *« un marché pas mauvais pour les flottes à fin août »*, il reconnaît que les difficultés actuelles des constructeurs en matière de fabrication compliquent la donne, mais est confiant dans l'avenir à moyen terme, en raison de la reprise vigoureuse de l'économie.

ralentie par des

Quant aux problématiques spécifiques aux flottes dans le contexte de livraisons de véhicules qui peuvent être retardées, il rappelle la force de frappe que représente le réseau Renault, avec *« 50 000 véhicules disponibles en cas de besoin immédiat de mobilité, par exemple dans le cas de l'embauche de nouveaux collaborateurs »*. Il mise aussi sur les nouveautés proposées par la marque, à commencer par la toute nouvelle Megane e-tech 100 % électrique, dont les commandes vont bientôt commencer, pour des livraisons à partir du début 2022. L'an prochain, ce sont *« douze nouveaux véhicules qui viendront irriguer le segment C, si important dans les flottes automobiles »*, souligne Philippe Quétaud.

Des VU boostés par le e-commerce

Depuis plusieurs années, le développement du e-commerce booste le marché des VU. La période Covid a accéléré le processus. Pas étonnant dès lors de constater une forte croissance au premier semestre, à 242 955 unités (+38, 7 %). Parmi les spécialistes *stricto sensu*, Mercedes Vans (+41,6 %) poursuit sur sa spectaculaire lancée des années précédentes, en atteignant le niveau de 12 172 véhicules immatriculés au premier semestre. Son principal concurrent sur ce créneau des véhicules utilitaires haut de gamme ou premium, Volkswagen Utilitaires, fait moins bien (+21,3 % tout de même) à 8 584 unités. Les *« généralistes »* avaient aussi le sourire, avec +30 % pour la marque au losange, qui consolide ainsi sa progression de leader, même si Citroën (+50,9 %) redresse nettement la tête. Le marché des VI (+28,3 % au premier semestre, avec 23 585 immatriculations) confirme ce panorama de reprise marquée. Renault devrait, avec la montée en puissance de l'Express Van et du Kangoo Van, voir ses ventes dans le segment des fourgonnettes augmenter, "*alors que le Trafic et le Master se portent très bien.*" ■

©Renault

Nouvelle Renault Megane E-TECH Electric - Urbain

Solutions RH : la digitalisation profitable aux acteurs du marché

Les salons repartent depuis la rentrée. Dès le 7 septembre, Solutions RH, qui se tient habituellement en mars, ouvrait ses portes. De notre point de vue, celui de partenaire de très longue date de cette manifestation organisée par Infopromotions, l'affluence était honorable. Une appréciation partagée par la plupart des habitués de ce salon.

Solutions RH était jumelée, comme habituellement, avec trois événements connexes, E-Learning, Digital Workplace et Documation. Dans les métiers à proprement parler des solutions, on se montrait plutôt satisfait de l'activité ces derniers mois. Ainsi, selon Dan Jayes, directeur du marketing de l'éditeur lyonnais Fœderis, le marché s'est montré dynamique *« tant la gestion des talents devient centrale dans les sujets RH »*.

Le stand de Fœderis sur le Salon Solutions RH

Fabienne Latour, directrice du marketing, HR Path

Auparavant principalement centré sur les grands comptes, Dan Jayes rapporte pour Fœderis une évolution notable de ce point de vue, car *« nous sommes désormais sollicités par tous les secteurs d'activité et des entreprises de toutes tailles »*. Grands groupes, PME d'une certaine dimension donc, mais aussi des entités de taille beaucoup plus réduite, grâce *« à une offre packagée correspondant à la recherche dans les plus petites structures de solutions prêtes à l'emploi, sans besoin de paramétrage »*. Dans les strates supérieures, Fœderis propose des solutions qui comportent une part plus notable de paramétrages, voire quasiment du sur-mesure.

Des éditeurs de solutions RH, il y en a de très gros, en tout cas appartenant à un grand groupe, mais aussi des moyens ou des petits, souvent ancrés en région, par exemple Cantoriel. Cet éditeur de la région nantaise cible plutôt les PME d'un effectif supérieur à 100 personnes, *« œuvrant principalement dans des métiers complexes »*, associant par exemple le public et le privé, ce qui entraîne une gestion RH plus compliquée. Cantoriel est éditeur d'un *« SIRH complet »*, dont il assure l'intégration ainsi que la formation des personnels concernés chez ses clients. Là encore, on faisait état d'une année plutôt satisfaisante, avec un bémol, le report de certains projets.

Le son de cloche est le même chez HR Path *« intégrateur présent sur tous les continents »*, souligne Fabienne Latour, directrice du marketing. Fabienne Latour évoque une croissance forte en Amérique du Nord, en Asie et dans le Pacifique. En France, qui représente *« environ 60 % »* de l'activité de HR Path, Fabienne Latour se réjouit du maintien de la croissance pendant la crise, *« même si beaucoup de projets ont été arrêtés alors »*.

Chez Bodet Software, Cédric Lampin, directeur du marketing, évoque une dynamique de croissance plutôt forte sur son marché et, en particulier pour son entreprise. *« Le télétravail a accentué le besoin ressenti par les services RH d'une digitalisation plus poussée des process, et leur volonté de s'équiper en solutions accessibles en mode SaaS »*, indique-t-il en substance. Pour répondre à cette demande, Bodet Software a fait évoluer sa plate-forme Kelio

Le stand de Bodet Software

en intégrant de nouvelles fonctionnalités, comme le partage de calendriers, indispensable dans une configuration où le télétravail a pris son essor. Dans un contexte d'objectifs similaires, l'intégration de la signature électronique de documents directement sur l'application, est également un atout souligné par Cédric Lampin. Il met aussi en avant la possibilité désormais offerte d'utiliser son smartphone pour badger, ce qui évite les problématiques de gestion liées au badge classique.
Enfin, parmi ces nombreuses nouveautés présentées sur le salon par Bodet Software, la possibilité de gérer plus complètement le recrutement dans le cadre d'un partenariat avec TalentView.

Un panorama d'exposants variés

Beaucoup d'éditeurs, voire d'intégrateurs sur Solutions RH, mais aussi des exposants au profil plus varié. Par exemple C2A, fournisseur de cartes de débit Mastercard customisées pour les collaborateurs en déplacement – conducteurs de poids-lourds ou personnes en itinérance dans des véhicules légers (commerciaux…).
On remarquait également Aesio, l'acteur connu de la prévoyance, ou encore Wedoofood. Venu du chèque cadeau dématérialisé (Wedoogift), Wedoofood cherche à s'installer cette fois, sur le secteur des titres restaurants dématérialisés plutôt dans les entreprises de plus de 200 personnes.

Gilles d'Huiteau, PDG de C2A

Cédric Lampin, directeur du marketing, Bodet Software

Dans un autre domaine, celui du recrutement en intérim ou en CDD (principalement), l'acteur purement digital Bruce, créé en 2016, cherchait à accroître sa notoriété naissante. Son activité récente a sans doute été favorisée par les difficultés posées par les rendez-vous présentiels. *« Nous digitalisons l'ensemble du processus de recrutement,* explique Hawa Drané, directrice du marketing, *tout en veillant à un process efficace, juste et non discriminant »*. La pré-qualification s'effectue en ligne, suivie le cas échéant d'un entretien vidéo. Bruce cible principalement les entreprises du secteur de la technologie, de la justice, du BTP, de la logistique et bien sûr de l'hôtellerie-restauration. Voilà qui est typique de la cible des agences intérim !

> **Beaucoup d'éditeurs, voire d'intégrateurs sur Solutions RH, mais aussi des exposants au profil plus varié.**

Les plates-formes collaboratives étaient aussi nombreuses à exposer sur Solutions RH. C'était le cas, en particulier, de Jalios. *« Notre plate-forme digitale, Jalios Workplace Liberty, est une offre souveraine et multi-cloud, réalisée avec des partenaires français et européens,* explique Hoang-anh Phan, *directrice du marketing. Nos clients – des grands comptes, mais surtout des ETI – ont ainsi le choix entre un cloud classique et un autre au niveau de sécurité plus élevé lorsque les informations sont plus sensibles,* reprend-elle. *Le concept de Jalios réside ainsi dans la proposition d'une plate-forme intégrant aussi des outils métier, et pas seulement de communication, alors que l'environnement numérique se complexifie tous les jours »*, conclut-elle. ■

Hawa Drané, directrice du marketing, Bruce

Go Entrepreneurs : des événements hybrides à Lyon, Marseille et Nantes

©Foucha_Muyard

Les salons Go Entrepreneurs (anciennement Salon des Entrepreneurs), organisés par Les Echos-Le Parisien Evénements se dérouleront à Lyon (24 septembre), à Marseille (28 octobre) et à Nantes (25 novembre). L'occasion de faire le point sur les nouvelles formules avec William Jameux, commissaire général des manifestations de Lyon et Marseille.

Conquérir : *Après un événement entièrement digital à Paris en juin, vous proposez à Lyon et Marseille, un format hybride. Pouvez-vous nous en préciser les contours ?*

William Jameux : L'édition parisienne de Go Entrepreneurs Paris s'est effectivement tenue en 100 % digital depuis le siège du groupe Les Echos-Le Parisien au mois de juin. Ce format n'a pas vocation à être pérennisé. Il répondait à un besoin conjoncturel d'adaptation de l'événement pour le maintenir malgré le confinement, et plus de 50 000 entrepreneurs se sont connectés. Pour autant, le 100 % digital ne correspond pas à l'ambition que nous avions lors de la transformation du Salon des Entrepreneurs, devenu Go Entrepreneurs, il y a plus d'un an. Le 24 septembre, Go Entrepreneurs va donc faire son grand retour à Lyon et pour la première fois de son histoire en format *« hybride »*. Nous allons enfin réaliser notre rêve : faire de Go Entrepreneurs une aventure événementielle mêlant le rendez-vous physique et l'expérience digitale. L'édition lyonnaise ouvrira ainsi le bal du retour des Go Entrepreneurs en régions, avant Marseille le 28 octobre et Nantes le 25 novembre. Nous avons mis en place de nombreux formats interactifs pour accompagner la création, la pérennité, la croissance et la performance des entrepreneurs : une première *« Main Stage »* accueillant en continu des keynotes (interventions) de grands speakers visionnaires et inspirants, un premier *« Multiplexe »* regroupant sept studios pour assister aux tables rondes et démos de l'événement ou suivre en simultané leur retransmission en direct, un outil de matchmaking (prises de contact) en ligne entre participants, des business meetings et du networking (réseautage) sur place, des consultations individuelles thématiques et personnalisées…

Conquérir : *Les événements se déroulent sur un seul jour : cela semble peu au regard des programmes que vous proposez habituellement ? Quelles sont les grandes conférences que vous avez conservées ?*

William Jameux : Je crois qu'il ne faut pas comparer les éditions précédentes à cette nouvelle formule qui intègre un volet digital important et invite à déjouer la linéarité du temps et de l'espace. Avec le Multiplexe que nous venons d'évoquer, sept studios (Stage 1 à Stage 7) vont tourner en simultané, ce qui permettra aux entrepreneurs présents à La Sucrière d'assister aux différents contenus et à ceux à distance de suivre leur retransmission en direct ou de les retrouver en replay. Avec une programmation de plus de 90 keynotes, tables rondes ou démos, rarement autant de conférences, de compétences, de solutions et de témoignages à forte valeur ajoutée auront été réunis en un seul lieu cette année pour accompagner la création, le développement et le rebond des TPE-PME. Parmi l'offre de contenus proposée, les entrepreneurs pourront notamment établir un diagnostic personnalisé, recevoir des conseils individuels, bénéficier d'aides exceptionnelles liées au contexte actuel, faire le point sur les différents statuts, digitaliser leur activité et booster leurs ventes sur Internet, détecter les bonnes affaires de reprises d'entreprises, se lancer dans l'artisanat et révolutionner un métier, rebondir en tirant profit du télétravail, trouver un financement adapté à son profil, identifier les filières d'excellence du territoire et ses opportunités, s'y implanter, lancer et accélérer sa start-up dans la région, rencontrer ses pairs et nouer des contacts, ou enfin adopter une démarche plus responsable (sociale, sociétale ou environnementale) et s'inspirer des plus belles success stories (réussites) du moment…

Conquérir : *Quels seront les temps forts de Go entrepreneurs Lyon et de Go Entrepreneurs Marseille 2021 ?*

William Jameux : La journée du 24 septembre à Lyon et celle du 28 octobre à Marseille seront jalonnées de nombreux temps forts. Que cela soit à travers des prises de parole décalées ou engagées de speakers exceptionnels comme Philippe Starck, Thaima Saimman, Taïg Kris, Michel Chapoutier, Isabelle Rabier ou Alexandre Mazzia ou encore via les dizaines d'animations thématiques organisées par nos soins et nos partenaires. A noter également la présence du gouvernement à cette occasion, en la personne d'Alain Griset, ministre délégué auprès du ministre de l'Economie, des Finances et de la Relance, chargé des PME, qui participera à l'édition lyonnaise en milieu de journée. Mais j'aimerais mettre en avant la particularité de cette reprise événementielle, au-delà du digital que nous avons tous apprivoisé cette année. Cet automne, nous investissons deux nouveaux lieux : la Sucrière à Lyon et l'Orange Vélodrome à Marseille. Chacun porte respectivement une symbolique forte. La Sucrière est un bâtiment industriel des années 30, qui incarne l'ancrage territorial et le retour à certains métiers, je pense particulièrement à l'artisanat. Quant à l'Orange Vélodrome, il représente le sport et les valeurs qui lui sont attachées : l'équipe, la performance, le dépassement de soi, la persévérance… tant de points communs à la vie d'un entrepreneur et qui résonnent particulièrement en cette période de relance économique.

Conquérir : *Quel visitorat – qualitativement et quantativement – visez-vous ?*

William Jameux : Nous estimons que chaque édition a le potentiel de réunir plus de 10 000 participants sur place ou à distance, a minima. Avec toujours un grand nombre de porteurs de projets à potentiel de croissance, mais aussi bon nombre de candidats à la reprise d'entreprise (c'est le moment où jamais) ainsi que des chefs d'entreprises en quête d'outils et de solutions pour les aider à pérenniser et relancer leurs activités. A quelques semaines de l'événement lyonnais, l'engouement pour le retour à l'événementiel physique est fort et nous enregistrons de très bons taux d'inscriptions avec des profils qualifiés. Les entrepreneurs ont envie de se retrouver et de profiter d'un rendez-vous physique pour répondre à leurs attentes. C'est un très bon signal pour le dynamisme de cette édition lyonnaise. Bien sûr, nous ne manquerons pas pour autant de veiller scrupuleusement au respect de la distanciation, des gestes barrières et des consignes sanitaires en vigueur qui conditionnent la possibilité du retour de nos événements en formats hybrides ! ■

GO Entrepreneurs Lyon Auvergne-Rhône-Alpes
24 septembre 2021 à La Sucrière (Lyon) et en digital.

GO Entrepreneurs Marseille Provence-Alpes-Côte d'Azur
28 octobre 2021 à l'Orange Vélodrome (Marseille) et en digital.

GO Entrepreneurs Nantes Pays de la Loire
25 novembre 2021 à la Cité des Congrès (Nantes) et en digital.

©Foucha_Muyard

©Foucha_Muyard

Inco : un développement express à l'international

Plusieurs créateurs emblématiques connus, ou moins connus prendront la parole sur les salons Go Entrepreneurs de Lyon et de Marseille. Nicolas Hazard, fondateur de Inco, interviendra ainsi sur la manifestation de Lyon, le 24 après-midi, pour présenter sa société et donner des conseils aux porteurs de projets ou développant déjà leurs activités.

Il a créé Inco il y a une dizaine d'années, autour du concept d'accompagnement d'entreprises *« à fort impact social et environnemental »*.

Cet accompagnement s'effectue au fil de la vie d'un projet à travers trois axes complémentaires :

- La formation à l'entrepreneuriat, avec une déclinaison spécifique aux métiers visés par ses clients (aide sociale, prévention santé, circuits courts…). Cela partout en France.
- L'incubation dans des espaces physiques à Lyon, Paris, Marseille, Toulouse.
- La participation éventuelle au capital (fonds d'investissement) dans les structures, une fois leur projet sur la rampe de lancement.

Le développement d'Inco a été très rapide, rapporte Nicolas Hazard, car son concept, s'inscrivant *« dans une thématique à la mode »* a rapidement fait tilt à l'étranger. *« Beaucoup sont venus nous voir, en particulier des Etats-Unis et de Corée du Sud »*, se souvient-il. Inco revendique aujourd'hui 800 projets accompagnés chaque année, en France, et dans le monde, à travers *« 50 filiales »*, dont San Francisco et Austin. Les Etats-Unis donc, mais aussi l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Australie et la Chine. ■

Investir dans les énergies renouvelables : une bonne action et une satisfaisante rentabilité

©Lendosphere

A l'heure où la question de l'affectation de l'épargne accumulée pendant les confinements successifs – un *« surplus »* de 192 milliards d'euros – se pose, un nombre croissant d'investisseurs trouve des réponses du côté de l'investissement *« à impact »*. Objectif : concilier sens et rendement. Diverses solutions existent, avec par exemple les fonds labellisés ISR (pour Investissement Socialement Responsable) ou Greenfin. Plus précis encore, le financement participatif permet de sélectionner, de façon totalement traçable et en ligne, les projets qui correspondent à ses valeurs et convictions. Focus sur le secteur des énergies renouvelables, avec des volumes investis décuplés en cinq ans.

Investir dans les énergies renouvelables est devenu facile depuis quelques années : dès 2014, des plateformes de financement participatif se sont spécialisées dans ce secteur qui offre des rentabilités intéressantes au regard du risque, modéré à faible, que les projets représentent. Selon le baromètre annuel de GreenUnivers, 194 projets ont été financés en 2020 sur les sept plateformes qui structurent ce secteur, pour un montant cumulé de 102 millions d'euros. Cela représente une multiplication par 10 des volumes en 5 ans. *« Les investisseurs y trouvent la possibilité de verdir, diversifier et sécuriser leurs placements »*, souligne Laure Verhaeghe, co-fondatrice de Lendosphere – plateforme leader du secteur, qui permet d'investir en dette ou en capital dans des centrales solaires, des fermes éoliennes, des unités de méthanisation et de cogénération… avec un rendement annuel moyen de 5,05 %.

Laure Verhaeghe, co-fondatrice de Lendosphere

Les investisseurs sont aussi bien des particuliers – épargnants occasionnels ou avertis – que des professionnels. Le baromètre souligne une tendance de fond : la percée des personnes morales, qui représentent 1,5 % des contributeurs pour 19 % des sommes investies. Les tickets s'échelonnent entre 50 K€ et 1 M€. *« Nous sommes régulièrement questionnés sur l'impact environnemental des projets mis en*

ligne sur Lendosphere : en cumulé, ils permettent d'éviter tous les ans 1,5 million de tonnes de CO2. Les énergies renouvelables apportent également une résilience forte, avec par exemple l'absence de défaut et de retard à date sur les 290 projets que nous avons présentés », précise Laure Verhaeghe.
En quelques années, ces plateformes sont devenues des acteurs à part entière du paysage des énergies renouvelables. Elles apportent un fort ancrage territorial aux projets et permettent aux entreprises du secteur de trouver de façon réactive des financements compris entre 100 000 € et 8 M€ – le maximum réglementaire. *« Nous travaillons avec des filiales de grands groupes, comme EDF Renouvelables, et des PME/ETI reconnues comme Valorem ou InnoVent, et procédons à une analyse sur-mesure des projets avant leur mise en ligne »*, détaille Laure Verhaeghe. Avec les dernières lignes directrices en matière de développement des énergies renouvelables, ces plateformes devraient connaître une croissance soutenue dans les années à venir. ■

Financement participatif : 1 milliard d'euros investis dans l'économie réelle en 2020

Le financement participatif est un secteur qui se développe rapidement depuis 2015 – à la suite de la mise en place du cadre réglementaire de cette activité, portée par des plateformes détentrices d'un agrément de l'Autorité des marchés financiers (AMF). En 2020, le seuil du milliard d'euros investis via ces plateformes a été franchi. Les investisseurs sont principalement des particuliers, mais également des personnes morales, des fonds, etc. Trois grandes *« familles »* structurent le secteur : les plateformes de dons (218,5 M€ en 2020), des prêts avec intérêts (ou crowdlending, 741 M€ en 2020) et des investissements en capital (ou crowdequity, 59,2 M€ en 2020). Ce sont 13 796 projets portés par des TPE/PME/ETI et 608 opérateurs immobiliers qui ont été accompagnés l'année dernière par ces plateformes, au travers desquels il est possible de se constituer, projet par projet, un portefeuille d'investissements diversifié et en adéquation avec ses aspirations. ■

Source Mazars, baromètre 2020 FPF.

Marché de l'électricité : **le suisse Alpiq s'ouvre aux particuliers et aux TPE**

La station de turbinage pompage de Nant-de-Drance, située sous le barrage d'Emosson et exploitée par Alpiq, permettra d'apporter de la flexibilité au réseau électrique européen

Les prix de l'énergie s'envolent depuis plusieurs mois, au point que le prix du kWh de l'électricité a dépassé début septembre la barre des 90 euros en France, tout près de son record historique de 2008. Tout porte à croire que cette ascension va se poursuivre.
A cela, deux raisons principales, l'une conjoncturelle – la reprise économique post-Covid, l'autre structurelle, la marche accélérée vers des objectifs très ambitieux de proportions d'énergie renouvelable.

Il y a fort à parier que cette situation va pousser les acheteurs à regarder de plus près leurs factures, même ceux des PME-PMI dont la consommation est plus modérée que celle des grands groupes. Les consultations des opérateurs alternatifs, y compris de ceux qui sont moins connus, vont, sans nul doute, augmenter. Evidemment, ils ne pourront pas faire de miracles. *« Cependant,* estime Géry Lecerf, directeur des affaires publiques et de la communication de la filiale de distribution d'électricité en France de l'opérateur suisse Alpiq, *nous parvenons, en analysant bien les factures de nos prospects et clients, à optimiser leurs coûts »*. *« Cela passe, en particulier, par une réflexion sur les tarifs d'acheminement et les taxes – un tiers du coût total chacun »*, rapporte-t-il encore.
Alpiq est présent depuis 2002 sur le marché français de l'électricité, sa spécialité d'origine. L'opérateur suisse a réussi à développer une part de marché significative dans les grands comptes industriels, forts consommateurs d'électricité (automobile, agro-alimentaire…).
En 2011, elle a ajouté à sa palette la fourniture de gaz. Alpiq s'est ensuite intéressé aux grosses PME, cela à partir de 2017. Elle dessert actuellement "*2500 sites*" dans notre pays. Depuis le printemps 2021, Alpiq Energie France se positionne également sur le marché des particuliers et des TPE, avec un process de suivi différent de celui des grands comptes, bien entendu.
La maison-mère éponyme est un producteur d'électricité helvète spécialisé principalement dans l'hydro-électricité, utilisant des technologies de pointe à cet égard, souligne encore en substance Géry Lecerf. ■

Franchise : **un marché toujours florissant**

La franchise représente un gros potentiel, et générerait, selon des chiffres récents, plus de 62 milliards d'euros, tous secteurs confondus. Popularisée dans les années 80, en particulier dans nos colonnes, ce concept s'est ancré profondément dans notre tissu économique, spécialement en France. Franchise Expo (Paris, Porte de Versailles du 26 au 29 septembre), salon dont *Conquérir* est partenaire, en témoignera.

Marc Plisson, PDG d'Akena Hôtels

En effet, même si l'adhésion à un réseau paraît coûteux de prime abord, il évite la solitude de l'entrepreneur individuel, tout en maintenant son statut de patron indépendant. En période de crise, si l'appartenance à un réseau n'empêche pas les difficultés, il permet la plupart du temps de mieux résister. Un réseau, cela rassure, en particulier les anciens salariés qui veulent lancer leur propre affaire, alors qu'ils sont souvent habitués à disposer d'un parapluie ouvert au-dessus d'eux.

Les chiffres de 2019 (arrêtés au printemps de cette année) plus significatifs que ceux de 2020, témoignaient de la vigueur du concept : 62 milliards d'euros de CA, 2004 réseaux et plus de 75 000 points de vente, témoignait alors Véronique Discours-Buhot, déléguée générale de la Fédération française de la franchise.

Quoi qu'il en soit, le succès est toujours là, puisque Franchise Expo accueillera cet automne 536 exposants, relevant des domaines les plus variés, et d'une manière assez également répartie (hôtellerie, restauration, commerce alimentaire, services aux entreprises, avec en n° 1 par le nombre, les services aux particuliers). Le ticket d'entrée va de moins de 20 000 euros jusqu'à 300 000 euros, suivant les secteurs. Notons la présence d'exposants étrangers, moindre qu'à l'ordinaire cependant (Conseil québécois de la franchise, Académie tunisienne de franchise) sans compter les banques, les territoires et les experts en développement.

L'hôtellerie, on l'a vu, fonctionne beaucoup aujourd'hui sous forme de franchise. Les hôteliers sont quasiment toujours reliés à une chaîne, souvent en tant que franchisés. Mais, lorsqu'on a envie de se lancer dans ce métier, que l'on dispose de fonds, de quelle chaîne se rapprocher ?

Akena Hôtels à l'aréoport de Nantes

Akena Hôtels monte en gamme

Akena, groupe hôtelier familial français, existe depuis trente ans. Sous l'impulsion d'une nouvelle équipe de direction, avec à sa tête Marc Plisson, PDG, le positionnement de la chaîne éponyme a évolué du deux étoiles vers le trois étoiles. *« Un trois étoiles proche des standards du quatre étoiles,* souligne Marc Plisson, *avec même un vrai quatre étoiles, depuis l'acquisition de l'abbaye de Villeneuve, en Loire-Atlantique, berceau du groupe. Nous proposons aux investisseurs un projet clés en main »*, résume-t-il. Les établissements, dont le nombre s'étoffe d'année en année, sont de taille petite ou moyenne – 50 à 150 chambres – avec des prix modérés relativement au standing. Les hôtels plus anciens sont progressivement rénovés. Marc Plisson s'est fixé un objectif quantitatif de 100 unités à horizon de dix ans. Positionnant sa chaîne comme très impliquée *« dans l'hygiène et la sécurité »*, ainsi que sur *« la démarche sociale et environnementale »*, Marc Plisson fait également valoir aux investisseurs *« le coût clés en main le moins cher du marché [de l'hôtellerie], à 70 000 euros en moyenne par chambre, sans le foncier »*. Les franchises devront s'acquitter de 3,70 % du CA au titre de la redevance et de 1,20 % à celui du marketing. Le ROI est estimé par la chaîne à 6 à 10 % par an. ■

« Chi va piano, va sano »

Cela nous rappelle une ritournelle chantée autrefois par le suave tenorino Tino Rossi qui ajoutait *« chi va sano, va lontano »*. On prête aux Vaudois, réputés pour leur sage lenteur, cette plaisante injonction *« allons-y doucement, y'a pas le feu au lac »*. La lenteur serait-elle le fin du fin *« pour un modèle durable en entreprise »* ? C'est ce qu'affirment Heidi Vincent, Delphine Poirier et Keyne Dupont dans leur livre *Osez le slow en entreprise*[1]. Car, toute nouveauté en matière de gouvernement d'entreprise (pardon, de management) serait d'être *« made in USA »*. Pourtant le mouvement *« slow »* aurait pris naissance en Italie dans les années 80, en réaction à l'implantation des fast-foods à Rome. A laquelle un groupe de gourmets animé par Carlo Petrini opposait la tradition gastronomique italienne (que nous partageons) du bien manger *« lentement, pleinement et sans excès »*.
Peut-on transposer ce sage principe de la cuisine au bureau ou atelier ?

Slow... pourquoi ?

Toujours plus, toujours plus vite : il semble que l'on ait érigé en valeur absolue la dimension et la vitesse. Or, soulignent les auteurs, *« la maîtrise du temps étant nécessaire pour orchestrer la mécanique industrielle, le rapport s'est depuis inversé, de sorte que c'est le processus industriel qui régit désormais nos vies… L'humain joue maintenant le rôle de contributeur à la machine. »* Le *« tout numérique »* n'arrange rien, loin de là, *« on voit des salariés aveugles, abrutis, que l'on automatise comme des machines »*.
En réaction, le consultant Eric Cavazza préconise de *« miser sur le long terme, sans se faire imposer un rythme »*. Le livre fourmille d'applications dans tous les domaines. Contentons-nous d'en relever quelques-unes.

La mode... ce qui se démode[2]

Ce qui prime un produit, ce n'est pas toujours la durée de vie des composants ou l'innovation technique mais la mode. Selon une étude de McKinsey, la durée de vie des vêtements aurait été réduite de moitié ces quinze dernières années. *« Un vêtement serait en moyenne porté cinq fois pour une durée d'existence de 35 jours »*[3]. Au rebours, penser *« slow »* selon le consultant Miles Johnson qui conseille notamment Levi Strauss, c'est choisir des matériaux durables, concevoir des produits intemporels, qui vieillissent mieux. Chez Loom, *« nous faisons des vêtements les plus durables possibles. On ne fait pas de calendrier de collection, on vend les vêtements quand ils sont prêts. Construire la confiance prend du temps »*.

Numérique : soyons sobres

En périmant le matériel à la vitesse grand V, en noyant le public sous les applis, le numérique produit 4 % des émissions de carbone (comme le transport aérien civil). Règle de bon sens : garder à l'esprit que 50 % des mails ne sont même pas ouverts et *« maîtriser notre production et notre consommation de contenus »*.
Il a fallu que le législateur s'en mêle pour calmer – dans les administrations – les addicts du clavier et de l'écran (loi adoptée par le Sénat le 12/01/2021).

Le e-commerce e-colo, pas sûr...

Dopé par le confinement et le télétravail, le commerce en ligne frôle maintenant les 10 % du commerce de détail.

SAVE THE DATE !

24 SEPT 2021
LA SUCRIÈRE
- LYON -

28 OCT 2021
ORANGE VÉLODROME
- MARSEILLE -

25 NOV 2021
CITÉ DES CONGRÈS
- NANTES -

GO ENTREPRENEURS

Le RDV incontournable dédié à la création
et au développement des entreprises

www.go-entrepreneurs.com

Organisé par
Les Echos
Le Parisien
ÉVÉNEMENTS

#GoEntrepreneurs

Heidi Vincent

Delphine Poirier

Keyne Dupont

Gain de temps pour l'acheteur vautré dans son canapé ? Sans doute. Bon pour l'environnement ? A voir. Les emballages contiennent jusqu'à 50 % de vide comblé par du papier, des bulles de plastique ou du polystyrène. Plus de la moitié de tout cela finit aux mains des éboueurs. Tout est loin d'être recyclé. La livraison (par camion) pollue d'autant plus que bon nombre (jusqu'à 40 %) des produits sont renvoyés. Les entrepôts d'Amazon, bien plus vastes que la moyenne des plates-formes logistiques *« mangent »* des terres agricoles ou forestières.

Respecter le rythme des clients

A côté des caisses rapides pour gens pressés, Carrefour, nous apprennent les auteurs, teste des caisses destinées aux clients qui aiment prendre le temps d'un brin de causette avec leur hôtesse. Comme autrefois avec l'épicier du coin. Il est probable que les magasins n'y perdront pas en fidélisant le personnel et les clients.

La *« bonne taille »*

Selon une plaisanterie classique, la bonne taille, pour un homme *« c'est quand les pieds vont jusque par terre »*. Et pour une entreprise ? Citons Julia Faure, fondatrice de Loom *« la taille optimale n'est pas la taille maximale. Grossir ne nous rendra ni plus efficaces, ni plus heureux »*. Voilà pourquoi Loom ne compte que cinq collaborateurs qui suffisent à produire et distribuer ses vêtements tout en étant rentable. Mais l'entreprise a ouvert son capital aux clients. 600 d'entre eux détiennent 20 % des parts sociales, gage de relations confiantes et solides.

Produire/consommer local et naturel

Nombre d'agriculteurs vendent une partie de leur production *« à la ferme »*. Telle quelle (fruits et légumes, lait, œufs) ou transformée sur place (fromages, charcuterie). Auchan vise le 100 % local grâce à un réseau de fermes urbaines autour des hypermarchés. La Camif doit son redressement, après sa reprise par Emery Jacquillat, en grande partie à sa politique d'achats made in France, qui représente près de 75 % de son CA. L'environnement et l'emploi se ressentent positivement de telles politiques.

Comment passer au slow

On comprend que les exemples ci-dessus ne résultent pas de l'application d'une série de recettes mais d'une révision profonde des politiques de l'entreprise par une approche globale systémique :

- Design
- Marketing
- Achats
- Production
- Service

C'est une véritable mise à plat de l'entreprise que proposent les auteurs du *« pourquoi »* (notre raison d'être) au *« comment »* (organisation et méthodes). De studieuses soirées en perspective pour les lecteurs désireux de les suivre pas à pas. Et – souhaitons-le – des satisfactions durables. ■

Jean-Louis Wilmes

1. Dunod éditeur, Paris 2021, 217 p.
2. Formule prêtée à Charles de Gaulle.
3. Faisant la fortune des sites de revente qui osent faire dire à une cliente « je gagne de l'argent » en revendant ce qu'elle ne porte pas.

Libérez **vos points forts**

L'auteur, Antoine Carpentier est (accessoirement) tennisman. C'est dans son sport favori qu'il a observé ce principe connu des bons entraîneurs dans toutes les disciplines, les arts martiaux notamment [1] : pour progresser, il faut s'appuyer sur ses points forts.

Il y trouve à juste titre nombre d'applications, du gouvernement d'entreprise au pilotage des membres de l'équipe. Pour les choisir, les mettre à la place où ils s'épanouiront efficacement, leur permettre d'évoluer. Nous avons retenu dans les 235 pages de ce livre [2] des réflexions et des conseils qui vous aideront à être l'entraîneur d'une équipe qui gagne. En y ajoutant quelques exemples vécus (par nous), l'auteur en est plus avare que de citations, par ailleurs bien choisies.

Points forts, points faibles, c'est selon

Une caractéristique physique ou psychologique est neutre. C'est la situation dans laquelle on se place qui en fait un atout ou un handicap. Pas de joueurs de basket NBA qui ne frôle les 2 m. Les Ethiopiens, poids plume, triomphent au marathon. On les voit mal échanger leurs spécialités. Certes, le savoir-faire peut compenser un désavantage. Antoine Carpentier cite l'exemple du jeune tennisman, Hugo Gaston, 1,73 m, qui *« rend »* 15 cm à la plupart de ses adversaires. Grâce à son agilité et à son toucher de balle exceptionnel, il compense son manque de puissance… jusqu'à un certain point. Donc, mieux vaut choisir le domaine dans lequel ses talents s'exprimeront le mieux. *« Activer ses talents,* écrit l'auteur, *est aussi source de confiance et de plaisir, de carburant indispensable à la motivation »*. Ainsi se construit la *« spirale vertueuse de la confiance »*.

Antoine Carpentier

L'inné et l'acquis

On le sait, au physique – la morphologie, comme au mental, le caractère – nous possédons un certain nombre de traits innés [3]. Nos fondations en quelque sorte. L'environnement, l'éducation, le vécu nous amènent à développer ou à tempérer ces traits. Ainsi se forge la personnalité (inné plus acquis). Une abondance de tests s'offrent à la révéler. L'auteur les énumère – MTBI, DISC, Process Com… et nous incite à la prudence. S'agit-il de se ranger dans un tiroir au nom évocateur : *« travaillomane »*, rebelle, promoteur ? Sans intérêt. Antoine Carpentier nous invite à des approches plus spécifiques et plus simples. La réflexion sur soi-même, l'avis d'amis sincères. *« Chaque rencontre, chaque nouvelle expérience aide à affiner, avancer, compléter la conscience et la confiance en ses forces »*. En méditant sur quelques questions de bon sens (voir encadré).

Quelques questions d'Antoine Carpentier pour effeuiller l'artichaut

1. Dans le contexte professionnel, quels sont les domaines/missions dans lesquels vous vous sentez le plus à l'aise ?
   - Que ressentez-vous quand vous œuvrez dans ces domaines-là ?
   - Quelles sont les qualités que l'on vous reconnaît ?
2. Hors contexte professionnel, quelles activités aimez-vous pratiquer ?
   - Que vous apportent-elles lorsque vous les pratiquez ?
   - Quelles sont les ressources personnelles auxquelles ces activités font appel ?
3. A partir des réponses apportées aux questions précédentes, essayez de trouver des points communs dans les qualités que vous utilisez alors dans vos activités professionnelles et personnelles ?

NDLR : S'il n'y a guère de points communs, il est possible que vos loisirs soient une compensation à vos déceptions professionnelles.

Jouer sur son terrain

Notre auteur sait quitter les cours pour trouver des références militaires. Il cite Sun Tzu (L'art de la guerre). *« Le bon général sait qu'il y a des champs de bataille qui seront pour son armée des marécages »*. Choisir son terrain, le secret de la victoire d'Austerlitz pour Napoléon et de Waterloo pour les Anglais. MS 80, distributeur régional d'équipements industriels, taille des croupières à de grosses boîtes grâce à sa présence terrain et à la rapidité de réaction de ses technico-commerciaux. Equipés d'un logiciel maison, ils peuvent établir sur le champ l'équipement nécessaire à l'aménagement d'un entrepôt : plan, calepinage, devis. Face aux lavages-minute à faire soi-même pour quelques euros, les franchisés Glass & Wash proposent : *« Laissez-nous votre voiture quand vous venez à votre bureau et retrouvez-la le soir nettoyée, détachée, lustrée, comme neuve »*. Vous n'êtes pas le plus fort ? Soyez le plus malin.

Les révélateurs [4]

Il s'agit des parents, professeurs, patrons qui savent déceler les potentiels cachés, en faire prendre conscience, orienter pour en tirer parti. Exemple cité par l'auteur : le professeur de théâtre Jean-Laurent Cochet qui détecte une présence rare chez un *« ex-voyou bègue et inculte »* (sic) Gérard Depardieu. Et qui contribuera à faire émerger et développer les talents d'une *« impressionnante liste de comédiens,* de Daniel Auteuil à Fabrice Luchini » pour ne citer qu'eux. Le DRH ainsi ne se limite pas à des profils stéréotypés : âge, diplômes, et s'intéresse à des candidats atypiques. Le maître d'apprentissage, le formateur qui prennent le temps d'écouter et d'observer peuvent jouer ce rôle. En utilisant le *« reflet positif »* : relever et valoriser les moindres succès donne confiance en soi et incite à poursuivre dans la bonne voie.

Copier ou être soi-même

L'un (des nombreux) points faibles de notre système éducatif : ne connaître qu'une voie royale vers les lycées d'excellence, prépa, grande école avec pour principal filtre les maths, l'intelligence abstraite. Au grand dam des praticiens qui – tels Raphaëlle Laubie [5] observent que toutes les formes d'intelligence contribuent au succès des entreprises. Un super champion est un exemple motivant pour les jeunes gens, dans le sport comme dans la vente. Le bon manager les incite à éviter de copier servilement toutes ses attitudes. Il faut maîtriser toutes les techniques, car *« celui qui néglige délibérément une technique,* me disait Guy Auffray, champion d'Europe de judo, *n'exprime pas sa personnalité mais les limites de son savoir-faire »*. Il ajoutait : *« sur ces bases, à chacun d'adapter un mouvement [6] à sa morphologie, sa force physique et son tempérament »*.

Patience et longueur de temps

Antoine Carpentier relate une expérience menée à l'académie de musique de Berlin. Trois groupes de violonistes furent constitués. Les *« stars »*, solistes internationaux potentiels, les *« bons »* pouvant vivre de leur art, les *« autres »* à l'avenir incertain. Tous avaient commencé à jouer de l'âge de 5 ans. Mais seuls les *« stars »* avaient à 20 ans, à raison de 30 heures par semaine, cumulé quelques 10 000 heures de pratique. Selon le psychologue américain Daniel Levitin, on retrouve ces 10 000 heures chez ceux qui parviennent à l'excellence, dans tous les domaines sportifs, artistiques, professionnels. Les *« bons »* deviennent *« excellents »* parce qu'ils s'investissent dans un entraînement exigeant.

Croire que l'argent est le moteur des champions comme des entrepreneurs à succès serait mal les connaître : ils font leur métier parce qu'ils aiment ça, parce qu'il donne un sens à leur vie. *« Je ne me sens bien que si j'ai trouvé ce que je peux apporter au monde »*, conclut notre auteur. ■

Jean-Louis Wilmes

1. J.-L. Wilmes est ceinture noire de judo.
2. Dunod, éditeur, 2021.
3. Pour mémoire, selon Le Senne : émotivité, activité, retentissement, largeur du champ de conscience. Nous vous renvoyons à son classique *Traité de caractérologie*.
4. Reprenant une expression de C. Lemoine, Antoine Carpentier les appelle *« tiers privilégiés »*.
5. Les intelligences multiples en entreprise, voir Conquérir n° 171, 2019.
6. Ou, pour un cuisinier, une recette.

ABONNEZ-VOUS À Conquérir

Je m'abonne à Conquérir pour 1 an (6 numéros)
Je joins au présent coupon, 60 € par chèque en réglement
Je souhaite recevoir une facture justificative (TVA 2,1 %)

Nom : .....
Prénom : .....
Société : .....
Adresse : .....
E-Mail : .....
Téléphone : .....

À envoyer avec votre chèque à : CONQUÉRIR, 41, rue de l'Abbé Groult 75015 Paris

Mexico, une mégalopole aux accents coloniaux mais aussi modernes

Mexique : un géant discret

Une grande partie du commerce extérieur de la France s'effectue avec les pays d'Europe, spécialement ceux de l'UE, et au-delà, avec les Etats majeurs sur le plan économique (USA, Chine, Royaume-Uni en particulier). Dès lors, nos échanges avec l'Amérique latine au sens large sont relativement restreints en pourcentage, ce qui ne veut pas dire que des opportunités n'existent pas à leur échelle pour nos PME–PMI et ETI.

Parmi ces pays d'Amérique latine, le Mexique est un acteur qu'il faut regarder de près. Il est majeur sur ce continent pour la France. L'ancien empire aztèque bénéficie de plusieurs côtés favorables, à commencer par sa démographie (128 millions d'habitants), ses ressources pétrolières, un vrai outil industriel aussi, avec une main-d'œuvre qualifiée. Le revenu de ses habitants est, qui plus est, qualifié par les spécialistes *« d'intermédiaire élevé »*. Alors, bien sûr, le Mexique est orienté prioritairement vers les Etats-Unis qui, d'une part absorbent, dans le cadre de l'Alena, une grande partie de ses exportations, d'autre part lui procurent des ressources financières à travers le rapatriement de sommes gagnées par l'immigration chez les *« Yankees »*, ainsi que les appellent couramment les descendants d'Espagnols et d'Indiens.

En second lieu, le reste de l'Amérique latine, et bien sûr le Canada, sont des partenaires importants du Mexique. Parmi les Européens, c'est l'Espagne, ancienne puissance coloniale, qui mobilise le plus les échanges. Cependant, notre position est loin d'être négligeable. Le Mexique était ainsi encore en 2020 notre deuxième partenaire commercial, derrière le Brésil, avec toujours un solde positif, bien que nettement réduit, du fait principalement de la baisse significative de nos livraisons d'aéronefs.

Guanajuato

Nos exportations temporairement en recul

Alors que nos exportations étaient sur une pente ascendante toutes ces dernières années, et avaient connu une hausse de 6,5 % en 2019, 2020 a été marquée par un recul de 20 % des échanges bilatéraux, essentiellement dû à la faiblesse de nos ventes, puisqu'elles ont baissé de plus de 1 milliard d'euros à 2,6 milliards, tandis que nos importations s'effritaient tout juste à 2,3 milliards.

Principaux indicateurs économiques

	2019	2020 (e)	2021 (p)
Croissance PIB (%)	-0,1	-9,0	2,5
Inflation (moyenne annuelle, %)	3,6	3,4	3,3
Solde public / PIB (%)	-1,6	-3,6	-3,5
Solde courant / PIB (%)	-0,3	0,2	0,1
Dette publique / PIB (%)	53,7	65,5	65,6

(e) : Estimation (p) : Prévision

© Coface

Nos cinq premiers postes d'exportation constituant plus de 75 % du total sont, dans l'ordre, les matériels de transport, principalement avions, mais aussi matériel ferroviaire – rappelons que la France construisit le métro de Mexico, avec 655 millions d'euros en 2020. Suivaient les produits manufacturés divers (19,8 % du total à 460 millions), les produits informatiques, électroniques et optiques (19,3 % à 447 millions), les équipements électriques et ménagers (6,5 % à 151 millions) puis les machines industrielles, agricoles et diverses, avec 6 % et 138 millions.

Les produits pharmaceutiques, ou encore le poste « *produits chimiques, parfums et cosmétiques* », viennent assez loin, ce qui laisse entrevoir une réalité bien différente de nos ventes, par rapport à l'Asie par exemple.

Une situation économique plutôt solide

Les spécialistes de l'assurance crédit export, comme Credendo ou Coface, établissent un bilan contrasté, mais plutôt positif, de la situation économique et politique du Mexique. Pour un investisseur – et nos IDE sont dynamiques, on le verra *supra*, il est bon de savoir où on met les pieds. Les points forts relevées par Credendo sont, en particulier, une dette contrôlée, la présence d'un secteur manufacturier significatif – le Mexique étant en concurrence avec la Chine, on le sait, comme atelier du monde, surtout pour les Etats-Unis, ainsi que sa diversification économique. Le taux de change flottant donne de la flexibilité, tandis que les réserves de change permettent de voir venir. Du côté du revers de la médaille, Coface cite, en particulier, l'insuffisance des infrastructures (transport, santé, éducation), une base d'imposition étroite, ou encore un niveau élevé de corruption dans un contexte de criminalité malheureusement exacerbé.

Le Mexique a connu, comme partout ailleurs, une forte récession en 2020 (-8,5 %) après des années 2018 et 2019 déjà moyennes. Les estimations de croissance pour 2021 se situent dans la fourchette 2,5 % — 3 %, à peu près la même chose en 2022. En revanche, les autres indicateurs économiques sont plutôt au vert. Ainsi, le solde public c'est établi à -3,6 % l'an dernier, bien sûr en hausse notable, mais relativement peu en égard à ce qui s'est passé dans la plupart des autres pays du monde. Il devrait se maintenir sur ce seuil en 2021, selon Coface et Credendo.

Le solde courant est même faiblement positif, alors que la dette publique demeure à un niveau assez bien contrôlé (65,6 % du PIB), de même que l'inflation, à 3,3 %.

Un gouvernement aux tendances étatistes

Quoi qu'il en soit, force est de constater avec les experts de Credendo que, bien que le Mexique à ce propos ait été le moins restrictif d'Amérique latine avec le Brésil (on parle plus de ce dernier, n'est-ce pas !) en matière de lutte contre la pandémie, la décroissance y a été plus forte que la moyenne régionale.

Credendo attribue ce surcroît à la modification des règles du jeu pour les investisseurs, ce qui a engendré un certain attentisme. L'assureur belge énumère un certain nombre d'abandons de projets majeurs : construction d'un aéroport, annulation d'achats d'électricité par système d'enchères… Et puis, bien sûr, l'austérité budgétaire pratiquée par le président Lopez Obrador.

Malgré tout, l'assureur-crédit belge envisage une croissance de plus de 4 % cette année, Coface, se montrant beaucoup moins optimiste à cet égard. Les experts de Credendo misent sur un impact marqué du méga-plan de relance aux

Guadalajara, une des villes les plus européennes du pays

Etats-Unis. L'effet du ruissellement en somme ! Naturellement, l'évolution de la crise sanitaire peut influer notablement sur le résultat final.
Faire des affaires au Mexique, au-delà des problèmes de corruption ou de criminalité, c'est évidemment aussi se prémunir contre les défauts de paiement. On s'attend, en effet, à une hausse des défaillances dans le privé, dans la mesure où le gouvernement de Manuel Lopez Obrador a été parcimonieux dans ses soutiens pendant la pandémie, en les réservant essentiellement aux ménages modestes, donc pas ou peu à des entreprises privées.

Les experts de Credendo mettent également en exergue l'intervention étatique qui peut être nuisible pour leur expansion (révisions de contrats inattendues, augmentation substantielle du salaire minimum en 2021, nouvelles réglementations, collecte d'impôts supplémentaires frappant les grandes entreprises…). En revanche, la reprise du tourisme à moyen terme dopera certains secteurs d'activité et les comptes nationaux. Sur le plan politique, le gouvernement de Manuel Lopez Obrador est moins solide au fil du temps, mais la popularité du président demeure élevée. Le risque politique est considéré comme faible.

IDE : toujours en baisse

Sur l'ensemble de la région Amérique latine, les IDE ont fortement reculé, de 45 % à 55 % en 2020. Si cette chute brutale est en grande partie liée à la pandémie, il convient cependant de relever que ces mêmes IDE avaient déjà reculé notablement de 8 % en 2019 dans les pays de l'Amérique latine. Pour ce qui concerne le Mexique, il demeure à une place élevée dans le classement des récipiendaires d'IDE dans le monde, la 14e, juste derrière la France et devant la Russie en termes d'attractivité. Il s'avère le deuxième Etat d'Amérique latine derrière le Brésil dans ce cadre. Le montant des IDE reçus dans l'ancien empire des Mayas en 2019 atteignait plus de 34 milliards de dollars US. Le stock total se montait à plus de 600 milliards d'euros fin 2019. La France y est le neuvième investisseur, au Mexique, loin derrière les Etats-Unis (47 %) mais aussi l'Espagne (12 %) et le Canada (7 %). Nous arrivons en cinquième position des pays de l'UE. C'est le secteur industriel qui est le plus prisé par les investisseurs étrangers (47 % des flux en 2019), principalement du fait dernièrement de rachats d'entreprises locales, en particulier dans le secteur des infrastructures.
La bonne place du Mexique dans ce concert des destinataires d'IDE serait due, selon les experts du Trésor public

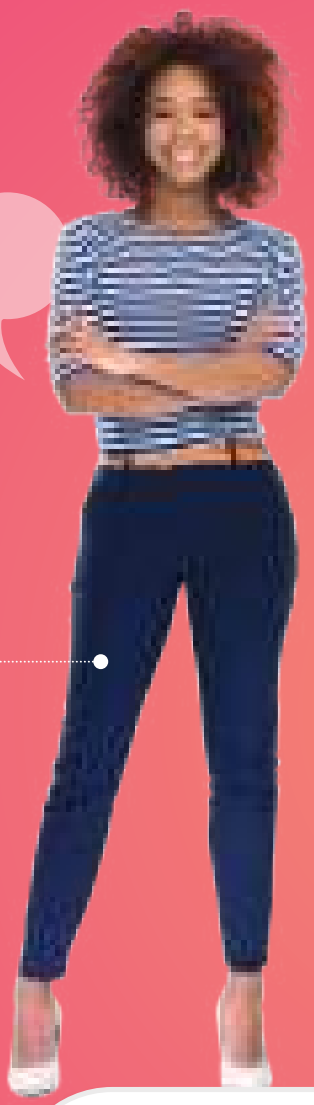
Détail des échanges entre la France et le Mexique

PRODUITS	EXPORTATIONS FRANÇAISES EN 2020	PART	EVOLUTION
Matériels de transport	**824 289 486**	**31,6%**	-43,8
Produits chimiques, parfums et cosmétiques	**318 801 511**	**12,2%**	-11,4
Produits pharmaceutiques	**272 530 164**	**10,4%**	-5,9
Machines industrielles et agricoles, machines diverses	**247 129 061**	**9,5%**	-21,2
Produits métallurgiques et métalliques	**178 338 700**	**6,8%**	-33,3
Équipements électriques et ménagers	**154 816 787**	**5,9%**	-26,6
Produits informatiques, électroniques et optiques	**133 010 309**	**5,1%**	-24,8
Produits en caoutchouc et en plastique, produits minéraux divers	**130 202 231**	**5,0%**	-32,6
Produits des industries agroalimentaires (IAA)	90 250 689	3,5%	-32,0
Produits manufacturés divers	86 557 845	3,3%	0,2
Produits agricoles, sylvicoles, de la pêche et de l'aquaculture	82 951 575	3,2%	96,3
Textiles, habillement, cuir et chaussures	65 100 068	2,5%	-33,4
Bois, papier et carton	12 706 832	0,5%	3,2
Hydrocarbures naturels, autres produits des industries extractives, électricité, déchets	5 260 103	0,2%	88,9
Produits pétroliers raffinés et coke	4 083 134	0,2%	-26,5
Objets d'art, d'antiquité et de collection	3 186 967	0,1%	-8,6
Produits de l'édition et de la communication	3 131 026	0,1%	-46,1
TOTAL	**2 612 346 490**	**100,0%**	**-28,8**

Source : www.tresor.economie.gouv.fr

Mexico, un univers moderne avec des contrastes accusés

Créer son entreprise, à tout âge et pour tous les budgets !



Carla
Franchisée
d'une enseigne
de décoration

Je choisis un modèle solide et dynamique pour créer mon entreprise

AVEC Conquérir

franchise expo Paris

26-29 SEPTEMBRE 2021

PARIS - PORTE DE VERSAILLES

C'est là que votre avenir se décide !

Le plus large choix en franchise : 500 enseignes // Des nouveaux concepts chaque année
Des conférences et ateliers gratuits // Des professionnels du financement et des conseils d'experts pour faire avancer votre projet.

Franchise Expo Paris accompagne le développement de votre business toute l'année : salon, webinaires, rencontres en ligne...

Commandez votre badge sur **www.franchiseparis.com** avec le code PRA3PA

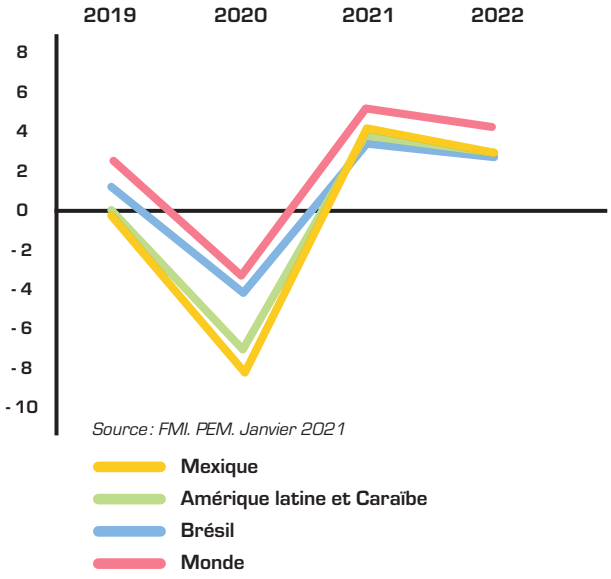
Une manifestation :
Fédération Française Franchise

Organisée par :
RX

Avec le soutien de :
bpifrance
CADREMPLOI
CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE
LE FIGARO
Observatoire de la franchise.fr
RTL

Teotihuacan, les pyramides aztèques proches de la capitale

Croissance du PIB réel (en %)



Source : FMI. PEM. Janvier 2021

Source : www.tresor.economie.gouv.fr

français, à ce qu'il est *« un des pays émergents les plus ouverts aux IDE »*.

Près de 500 entreprises tricolores y sont présentes, dont 38 du CAC 40. Nos investissements, selon les données du Trésor, se montent à plus de 9,5 milliards de dollars US et permettent 150 000 emplois directs (dont 80 % hors de la capitale). Nous intervenons dans des secteurs très variés : aéronautique, automobile, énergie, agroalimentaire, services financiers et d'assurance.

Plus généralement, les IDE réalisés au Mexique le sont essentiellement dans les secteurs suivants : industrie (automobile en premier lieu), télécommunications, numérique et santé. Notons que les services financiers ont été particulièrement percutants de ce point de vue en 2019 (33 % des IDE), moins cependant que les télécoms-médias (61 %). A contrario, les investissements dans le domaine de l'énergie ont lourdement chuté en 2019 (-75 %), l'Etat étant venu au secours de la compagnie pétrolière national Pemex, en difficulté, ainsi que du service public d'électricité. Ce faisant, il convient de noter que le gouvernement mexicain a bâti fin 2020 un plan d'investissements dans les infrastructures du pays d'un montant de 20 milliards de dollars US. Les secteurs concernés sont prioritairement ceux de l'énergie, des transports et du tourisme. La participation d'investisseurs privés à une partie des projets est prévue. Peut-être donc des opportunités à saisir !

Pour finir ce chapitre Mexique, nous souhaitons souligner que 80 % des exportations mexicaines sont destinées au marché US, phénomène en bonne partie lié au niveau d'intégration élevé de son industrie dans la chaîne de valeur américaine. Le Mexique est d'ailleurs devenu le premier partenaire des Etats-Unis en 2019 (2e client, 2e fournisseur). Son sort est donc grandement lié à la forme économique de son grand voisin. ■

Tulum, cité emblématique du tourisme sur les Caraïbes, proche de la grande station de Cancún

GO ENTREPRENEURS

LYON
AUVERGNE
RHÔNE-ALPES

Le RDV incontournable dédié à la création
et au développement des entreprises

24 SEPT 2021

À LA SUCRIÈRE - LYON
&
EN DIGITAL

INSCRIPTION GRATUITE sur **www.go-entrepreneurs.com**

#GoEntrepreneurs

Partenaires Officiels

La Région Auvergne-Rhône-Alpes

bpifrance

Partenaire Associé

GRANDLYON la métropole

Partenaires Médias

Les Echos

Management

widoobiz

Organisé par

Les Echos Le Parisien ÉVÉNEMENTS

Le Boss est un romantique

Ramirez

GO ENTREPRENEURS

MARSEILLE
PROVENCE-ALPES
CÔTE D'AZUR

Le RDV incontournable dédié à la création
et au développement des entreprises

28 OCT 2021

ORANGE VÉLODROME - MARSEILLE
&
EN DIGITAL

INSCRIPTION GRATUITE sur **www.go-entrepreneurs.com**

#GoEntrepreneurs

Partenaires Officiels

Partenaires Associés

Partenaires Médias

Organisé par

EDF

Devenons l'énergie qui change tout.

POUR LE CLIMAT, TOUTES LES ÉNERGIES NE SE RESSEMBLENT PAS.

L'électricité d'EDF est à 97% sans émissions de CO_2*.
Et ça, c'est mieux pour le climat.

RCS PARIS 552 081 317

PARIS 2024 | PARIS 2024

PARTENAIRE
PARALYMPIQUE ET OLYMPIQUE

L'énergie est notre avenir, économisons-la !

*Émissions directes, hors analyse du cycle de vie des moyens de production et des combustibles – périmètre EDF SA, source : EDF.

Plus d'informations sur **edf.fr/climat**