

N° 2073 | 23 MAI 2022



Journal habilité à publier les annonces judiciaires et légales pour l'ensemble de la Meurthe-et-Moselle. Abonnement annuel : 50€ - L. n° : 1.30€ - ISSN : 0755-7442 - N° CPPAP : 0625186741 - www.tabletteslorraines.fr

Les Tablettes Lorraines
VOTRE HEBDOMADAIRE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL

Christophe VINCENT

Agent Général AXA

agence.vincentnancy@axa.fr
03.83.32.88.79



Proposition technique &
Réalisation des travaux
Réception du projet



MOBILAUG
DE LA MOBILITÉ
AUGMENTÉE
À POMPEY

LIINK
NOUVEAU
PROGRAMME
POUR LES START-UP
DU GRAND NANCY

GROUPE MENTOR
ENTRÉE AU CAPITAL
DE NANCOMCY

DOSSIER SPÉCIAL

COMMUNICATION & ÉVÉNEMENTIEL

FRANCE MARQUAGE
CONCEPT

INVITATION

16 JUIN 2022 de 10h à 22h

PORTES OUVERTES & SALON DU SUPPORT PUBLICITAIRE

3^{ème} ÉDITION

Inscription sur www.francemarquageconcept.fr

RÉSERVÉ AUX PROFESSIONNELS ET AUX ASSOCIATIONS

PÔLE COMMERCIAL JEANNE D'ARC
DOMMARTIN-LÈS-TOUL (54)



PAGE 6 - ACTUALITÉS :

Le groupe Mentor, piloté par Benoît Michaux, vient de faire son entrée au capital de la société Nancomcy. Objectif affiché : booster le potentiel de développement de cette société nancéienne de communication créée en 2014.



PAGE 9 - DOSSIER SPÉCIAL

COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL :

Et maintenant ? Après une période inédite de crise sanitaire, les professionnels de la communication et de l'événementiel reprennent activement leur activité. De nouveaux modèles apparaissent, certains continuent de perdurer le tout avec en toile de fond une nouvelle approche des messages à divulguer. Le point local dans notre dossier spécial.



PAGE 25 - ENTREPRISES :

Mobilaug, spécialiste de l'aménagement de logements pour les seniors et les personnes en situation de handicap, vient d'ouvrir sa première agence en Lorraine du côté du Parc Eiffel Énergie à Pompey. Piloté par Éric Lalloué et Sébastien Claudel, ce spécialiste de la mobilité augmentée s'inscrit comme maître d'œuvre et interface entre les univers de la santé et du bâtiment.

ÉDITO

Entrepreneurs en mode résistance..... 3

ACTUALITÉS

Banque : la BPALC affiche sa solidarité..... 4
 Enviropro Grand Est : en novembre Nancy..... 4
 Dominique Seux à l'AG de Cerfrance Adheo..... 4
 3 questions à Christelle Cheureux, thérapeute en gélothérapie..... 6
 Communication : Nancomcy dans le giron du Groupe Mentor..... 6
 Automobile : forum transfrontalier en vue..... 6
 Entrepreneurat : Le Liink, l'accompagnateur des start-up..... 8

DOSSIER SPÉCIAL

COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL 9

L'ESSENTIEL 54, 57, 55, 88 28

ENTREPRISES

Siluer Économie : Mobilaug : passerelle entre l'univers de la Santé et du Bâtiment 36

FACE À FACE

Nicolas Dayot, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air : «chaque année, nous perdons 100 campings !» 37

PAROLES DE PROS

Frais professionnels : le remboursement peut prendre la forme d'une indemnité kilométrique forfaitaire 38

CONSEILS

Droit : l'entreprise et les salariés 39

AGENDA 40

ANNONCES LÉGALES 41



LES TABLETTES LORRAINES SARL
 au capital de 45 900 €
 8 RUE DU BOIS DE LA CHAMPELLE
 54500 VANDŒUVRE-LÈS-NANCY
 N° CPPAP : 0625 | 86741

Associé : SARL FINANCIÈRE
 DOURIEZ-BATAILLE

DIRECTEUR DE PUBLICATION
 Xavier MEPLON

DIRECTRICE DES ÉDITIONS
 Héloïse ETTINGER
 h.ettinger@tabletteslorraines.fr
 Tél. : 03.57.48.00.59
 Mobile : 06.22.94.16.98

RÉDACTION
 Emmanuel VARRIER
 Chef d'édition
 e.varrier@tabletteslorraines.fr
 Tél. : 03.57.48.00.59
 Mobile : 06.22.94.17.05

PUBLICITE
 h.ettinger@tabletteslorraines.fr
 Tél. : 03.57.48.00.59
 Mobile : 06.22.94.16.98

ADMINISTRATION
 Tél. : 03.57.48.00.59

ABONNEMENT
 abonnement@tabletteslorraines.fr
 Tél. : 03.28.38.45.10

ANNONCES LÉGALES
 al@tabletteslorraines.fr
 Tél. : 03.28.38.45.45
 Mobile : 06.22.94.16.98
 Léon NEVEU
 Chargé d'affaires
 leon.neveu@tabletteslorraines.fr
 Tél. : 03.57.48.00.59
 Mobile : 06.02.13.44.88

IMPRESSION DB PRINT
 53, rue de la Lys - BP 90068
 59431 Halluin CEDEX (fr)
 Chrganowska 32,
 05-825 Grodzisk Mazowiecki (pl)

TIRAGE
 2 800 exemplaires

DÉPÔT LÉGAL
 À parution

www.tabletteslorraines.fr
 Les-Tablettes-Lorraines
 TablettesLorrN
 Les Tablettes Lorraines

Entrepreneurs en mode résistance ■



Retour à la dure réalité ! «*Les problèmes d'approvisionnement, de croissance, d'inflation, cela va être difficile. Avec la guerre en Ukraine, c'est aujourd'hui que commence le XXI^e siècle.*» En ces quelques phrases, le président du conseil d'administration d'une banque régionale à l'occasion de la présentation de ses résultats pour l'an passé résume à elles seules, le sentiment d'inquiétude générale qui gagne la sphère entrepreneuriale locale. «*Je*

ne suis pas du genre à être dans le dramatique mais aujourd'hui il est certain que les chefs d'entreprise commencent à réellement avoir beaucoup de mal.» Aux détours d'un salon organisé dans l'agglomération nancéienne la semaine dernière, le contraste entre la bonne humeur ambiante et une convivialité retrouvée et les prises de température sur la situation actuelle glanées aux coins des allées est frappant. «*En local comme partout dans l'Hexagone, toutes nos entreprises sont hyper dépendantes. Aux problématiques d'approvisionnement, de flambée du coût des matières premières, il faut ajouter les difficultés de recrutement. Augmenter les salaires pour attirer, garder nos collaborateurs et les accompagner face à l'inflation, les chefs d'entreprise ne pourront pas le faire éternellement, explique un visiteur.*» Dans certains cabinets d'experts-comptables, les premières alertes commencent à poindre. Il y a encore quelques semaines, le prisme des inquiétudes étaient surtout fixé sur l'arrêt du «*quoi qu'il en coûte*» de l'État. «*Les chefs d'entreprise doivent aujourd'hui faire face à de nouvelles menaces, conséquences de la guerre en Ukraine, et il convient d'être particulièrement prudent pour l'avenir*», analyse Anthony Streicher, le président de l'association GSC d'information et de sensibilisation des chefs d'entreprise des risques de leur statut suite à la parution de l'Observatoire de l'emploi des entrepreneurs (paru la semaine dernière). Dans la région, l'an passé, 2 171 femmes et hommes chefs d'entreprise ont perdu leur activité professionnelle (243 en Meurthe-et-Moselle). 2022 ne fait que commencer à s'écrire mais il apparaît évident que ce chiffre devrait être beaucoup plus important l'an prochain. Mieux vaut s'y préparer et, dans la limite du possible et raisonnable, amoindrir l'onde de choc programmée.

Emmanuel VARRIER

«*En local comme partout dans l'Hexagone, toutes nos entreprises sont hyper dépendantes.*»

 **182 000**

C'est le nombre d'habitants de la région qui travaillent dans un pays voisin. Ce chiffre est tiré d'une enquête de l'Insee, réalisée en partenariat avec l'Oref (Observatoire régional emploi formation), parue la semaine dernière (à noter que l'étude se table sur des chiffres de 2018). La moitié ont un emploi au Luxembourg, un sur quatre exerce en Allemagne, un sur cinq en Suisse et moins de 5 % en Belgique. À elle seule, la région Grand Est concentre près de 42 % des travailleurs frontaliers de France métropolitaine. Elle se place en première position des régions françaises devant Auvergne-Rhône-Alpes. La Moselle et le Haut-Rhin sont les deux départements où la proportion de frontaliers parmi les actifs en emploi est la plus forte (respectivement 19 % et 14 %), suivis de la Meurthe-et-Moselle et du Bas-Rhin (9 % et 5 %). Le Luxembourg continue d'attirer de plus en plus de travailleurs habitants dans le Grand Est. En 2018, 86 500 personnes y travaillent contre 36 100 en 1999. L'industrie demeure le secteur qui emploie le plus de travailleurs frontaliers (26 %). Les secteurs du commerce, des transports, de l'hébergement et de la restauration regroupent également un quart des travailleurs frontaliers, suivis des activités spécialisées, scientifiques et techniques et des activités de services administratifs et de soutien qui en emploient 15 %. Le nombre de frontaliers progresse dans tous les secteurs au Luxembourg depuis 2008 et cela s'est considérablement accéléré depuis 2013. Le tertiaire marchand gagne 17 000 frontaliers depuis 2008 et les effectifs ont quasiment doublé dans le tertiaire non marchand en passant de 4 600 à 8 500 frontaliers entre 2008 et 2018 avec des hausses particulièrement fortes dans l'action sociale et l'hébergement. À noter que seulement 2 500 salariés résidant dans un pays voisin de la France travaillent aujourd'hui dans la région.



EURO CARRELAGES SERVICES

ZAC du Breuil
19, rue Robert Shuman
54850 MESSEIN

Adresse postale:
BP 70059 - 54713 LUDRES Cedex

Tél. 03 83 26 44 45
Fax 03 83 26 49 49

www.eurocarrelages.fr
eurocarrelages@wanadoo.fr

L'EXPO TENDANCES

On reconnaît le Professionnel



Eurocarrelages à Messein est une véritable vitrine des tendances en matière de carrelages, matériaux naturels mais aussi de salle de bains.

Son show-room est une invitation permanente au design, à l'innovation et l'endroit idéal pour trouver des solutions d'aménagements.

Les plus grandes marques européennes y sont représentées.



BANQUE

La BPALC affiche sa solidité ■

600 M€ DE PRODUIT NET BANCAIRE (PNB, LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES BANQUIERS) EN 2021 EN CROISSANCE DE 6,1 % POUR UN RÉSULTAT NET DE 122 M€ ! LA BANQUE POPULAIRE ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE VIENT DE PRÉSENTER SES RÉSULTATS. UNE SOLIDITÉ CERTAINE BIENVENUE DU FAIT DU CONTEXTE ACTUEL.

«Cela va être difficile ! Avec la guerre en Ukraine, c'est aujourd'hui que commence le XXI^e siècle !» Pragmatique, Thierry Cahn, le président du conseil d'administration de la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne (BPALC) à l'occasion de la présentation des résultats de la banque le 17 mai dernier. «Les problèmes d'approvisionnement, de croissance, d'inflation, la remontée des taux, l'effet tenaille va être délicat mais dans leur ensemble, les banques se portent bien et peuvent faire face aux chocs.» Une bonne santé générale de l'écosystème bancaire et notamment de la BPALC. Avec un Produit net bancaire de 600 M€ (en hausse de 6,1 % par rapport à 2020) pour un résultat net de 122 M€, la banque coopérative régionale affiche une solidité certaine. «2021 a été l'année de tous les records», assure Dominique Garnier, le directeur général de la BPALC à l'occasion de sa première présentation des résultats en qualité de DG (il a succédé à Dominique Wein l'an passé).



Thierry Cahn et Dominique Garnier, respectivement président du conseil d'administration et directeur général de la Banque Populaire Alsace Lorraine Champagne.

QUID DE 2022 ?

Ces bons résultats sont portés par plusieurs facteurs favorables à l'image de l'augmentation des intérêts issus des crédits, par la diminution du coût de la collecte clientèle ou encore par le bénéfice tiré du refinancement des PGE (Prêts garantis par l'État) fournis par la Banque centrale européenne (BCE). Fait notable : l'assurance pèse aujourd'hui pour la BPALC 39 % du total des commissions (soit une hausse de 8,8 % par rapport à 2020). «Banquier un jour, assureur toujours», assure Dominique Garnier. Quid de 2022 ? La situation géopolitique tendue, une conjoncture économique régionale assujettie aux difficultés nationales et internationales entraînent plus que légitimement certaines interrogations. «Aujourd'hui, l'univers entrepreneurial doit faire face à une désorganisation mondiale de la fabrication. Les impacts de la situation actuelle commencent à se faire ressentir. Dans les entreprises, on constate que les trésoreries commencent à être tendues. Si les entrées en contentieux ne sont pas encore préoccupantes, elles ont retrouvé rapidement leur niveau de 2019», assure le directeur général de la BPALC. Effets collatéraux notamment de la fin progressive du «quoi qu'il en coûte» mis en œuvre par l'État au plus fort de la crise sanitaire. «C'est au second semestre que nous verrons si les choses changent réellement. Une chose apparaît certaine, le refinancement va devenir beaucoup plus cher.» Une donne qui devrait se confirmer dans les mois à venir, reste à savoir jusqu'à quand ?

Emmanuel VARRIER



ENVIROPRO GRAND EST En novembre à Nancy ■

L'environnement, une préoccupation majeure des acteurs économiques, reste à trouver les bonnes technologies environnementales à mettre en œuvre pour atteindre ses objectifs. Réponses plus que probables à l'occasion de l'édition Grand Est du salon Enviropro annoncé les 15, 16 et 17 novembre prochains au parc des expositions de Nancy. Ce salon interrégional itinérant (des éditions également prévues à Angers et à Douai) regroupera près de trois cents exposants. Issus de différents secteurs d'activité, ils proposeront un éventail de solutions destinées à répondre aux problématiques environnementales des industries, des communes et collectivités, du monde agricole, du BTP ou encore du tourisme, du commerce, des services. Plus d'infos sur le site : <https://www.enviropro-salon.com/>

Dominique Seux à l'AG de Cerfrance Adheo ■

Le monde d'après et les chances de la France pour s'en sortir ! À l'occasion de son assemblée générale, le 31 mai prochain à l'espace Montrichard de Pont-à-Mousson, le cabinet d'expertise comptable Cerfrance Adheo invite Dominique Seux, directeur délégué des Échos et éditorialiste sur France Inter. Dans le contexte incertain actuel (extrême volatilité des cours des matières premières et de l'énergie, guerre en Ukraine, difficultés de recrutement) il donnera sa vision de l'économie d'aujourd'hui et de demain. Comment les entreprises peuvent-elles s'adapter ? Comment maintenir et développer son activité dans une conjoncture aussi instable ? Autant d'interrogations qui devraient trouver réponses. «Cette intervention se veut optimiste», assurent les organisateurs. Vaut mieux...



 **LA PHOTO DE LA SEMAINE**



© Max Ragazzi

Cela tourne ! Jusqu'au 24 mai, le téléfilm de la série «Meurtré à ... » de France 3 est en tournage à Nancy. Le temps d'un après-midi, la série s'est installée devant l'Opéra National de Lorraine sur la plus belle place d'Europe, monument préféré des Français, la place Stanislas. Diffusion du téléfilm prévue dans le courant de 2023.



MOBILISEZ VOTRE CPF

POUR PROGRESSER SEREINEMENT EN ANGLAIS

L'EXPERT DANS LA FORMATION EN ANGLAIS PROFESSIONNEL

Nous contacter 

03 83 30 77 62
8 rue Georges de la Tour
54000 NANCY



FORMATION PROFESSIONNELLE
HORS ALTERNANCE

Qualiopi 

processus certifié

■ RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

La certification Qualiopi a été délivrée au titre de la catégorie d'acteur autonome
ACTIONS DE FORMATION

Suivez nos réseaux 




www.englishworld.fr

English World dirigé par Steve KENNEDY dont le siège social est situé 8 rue Georges de la Tour 54000 Nancy - Tél : 03.83.30.77.62
 Barth EURL - RCS Nancy B 423129634 - N° d'Existence délivré par la Préfecture de Lorraine : 41 54 022 57 54
 « Ce numéro ne vaut pas agrément de l'État »

3 QUESTIONS À...

Christelle Cheureux, thérapeute en gélothérapie ■



EN 1995, LE DOCTEUR MADAN KATARIA A CRÉÉ «LE YOGA DU RIRE» EN S'APERCEVANT DES BÉNÉFICES DU RIRE SUR LA SANTÉ DE SES PATIENTS. DEPUIS PLUS DE 10 ANS, CHRISTELLE CHEUREUX, PROFESSEURE DU BONHEUR, EN A FAIT SON MÉTIER ET EXERCE CE QU'ON APPELLE LA GÉLOTHÉRAPIE

Être professeure du bonheur, c'est quoi ?

C'est faire connaître le rire par le biais de mon enseignement. J'essaie que les personnes obtiennent une connaissance approfondie du rire et de la sagesse du yoga du rire.

Qu'est-ce réellement la gélothérapie ?

C'est la thérapie du rire par le biais du yoga du rire, de la rigologie ou de la psychologie positive. Ces méthodes vont permettre de libérer le stress pour laisser place à la joie, au rire ou au bien-être. Cette thérapie c'est surtout apprendre à vivre avec le rire et à connaître le rire.

Quels ateliers proposez-vous aux entreprises ?

Pour les entreprises, comme c'est un contexte spécifique, j'adapte mes ateliers pour que les salariés se sentent à l'aise et en sécurité. Il ne faut que personne ne se sente ridicule car nous ne le sommes pas. Je travaille aussi énormément en Ehpad. Les personnes âgées se laissent porter par les jeux, par les chants ou encore par les mimes. Je vais essayer à ce qu'ils oublient leur âge, leurs douleurs et leurs préoccupations pour les ramener à l'enfance. Mais mes ateliers sont dédiés à tout type de public.

Max RAGAZZI

COMMUNICATION

Nancomcy dans le giron du Groupe Mentor ■

ENTRÉE AU CAPITAL POUR LE GROUPE MENTOR DANS LA SOCIÉTÉ NANCOMCY. OBJECTIF AFFICHÉ : BOOSTER LE POTENTIEL DE DÉVELOPPEMENT DE CETTE SOCIÉTÉ NANCÉIENNE DE COMMUNICATION CRÉÉE EN 2014.

Nouvelle corde à l'arc du Groupe Mentor de Dommartemont ! Le groupe, pilotée par Benoît Michaux, vient d'entrer majoritairement au capital de la société de communication nancéienne Nancomcy. «Je suis passionné par la communication et tous les aspects marketing des projets. Cette société est un modèle bien organisé avec un fort potentiel de développement», assure Benoît Michaux, le président du Groupe Mentor. Après le lancement de sa marque Aleo (offres packagées pour les prestations web), Nancomcy entend conquérir de nouveaux marchés. «Notre objectif premier

est de couvrir le territoire national pour donner accès à la communication à l'ensemble des entreprises», expliquent Chaouki Sehili et Geoffrey Thivet, les dirigeants de Nancomcy, ajoutant : «par la suite nous envisageons de nous implanter à l'étranger, dans les pays limitrophes pour commencer. Rejoindre Mentor, un groupe local expérimenté, était pour nous une évidence.» Nancomcy annonce le recrutement de 150 collaborateurs au sein de ses nouveaux locaux dans le quartier Grand Cœur à proximité de la gare de Nancy.

Emmanuel VARRIER



Benoît Michaux, président du Groupe Mentor, entouré de Geoffrey Thivet et Chaouki Sehili le duo de dirigeants de Nancomcy. La société nancéienne fait aujourd'hui partie du giron des sociétés du groupe Mentor.

AUTOMOBILE

Forum transfrontalier en vue ■

LA CCI GRAND EST ET LES PARTENAIRES DU PROJET PÔLE AUTOMOBILE EUROPÉEN ORGANISENT LES 14 ET 15 JUIN À L'ARSENAL DE METZ LE FORUM TOMORROW IN MOTION. OBJECTIF : CONSTRUIRE L'UNIVERS AUTOMOBILE DE DEMAIN.

Nom de code: Forum Tomorrow in Motion. Signe particulier: forum transfrontalier en vue de construire le secteur automobile de demain. Les 14 et 15 juin, il se tiendra à l'Arsenal de Metz. Trois cents acteurs du monde de l'automobile seront présents. Durant deux jours, ils partageront leur point de vue sur les transitions énergétiques et numériques incontournables dans l'industrie automobile mais également sur l'économie circulaire, l'industrie 4.0 ou encore la problématique de la recherche des compétences. Plus d'infos sur le site : <https://tomorrowinmotion2022.b2match.io/>



Simplifiez la diffusion de vos **MARCHÉS PUBLICS !**

 **MarchésPublics.pro** 

Solutions sur mesure

**Vos marchés
juridiquement
sécurisés**

**Assistance
complète
GRATUITE**

**Tarifcation
à l'acte sans
abonnement**

Forfait Eco à 90€ ht*



Héloïse Ettinger

 06 22 94 16 98

@ h.ettinger@tabletteslorraines.fr

Une Question?

Une présentation sans engagement?

CONTACTEZ NOUS !

* Sur les Marchés inférieurs à 90 000€ ht

www.marchespublics.pro

LA GAZETTE
SOLUTIONS

Votre partenaire Annonces Légales & Formalités

ENTREPRENEURIAT

Le Liink, l'accompagnateur de start-up ■

LE 12 MAI DERNIER, GRAND NANCY INNOVATION ET L'INCUBATEUR LORRAIN, LABELISÉ INCUBATEUR D'EXCELLENCE DE LA RÉGION GRAND EST, ONT LANCÉ LEUR NOUVEAU PROGRAMME. BAPTISÉ «LIINK, PROGRAMME LORRAINE INNOVATION ET INCUBATION», CE DISPOSITIF A POUR AMBITION D'ACCOMPAGNER DES PROJETS DE START-UP.

«La machine est en route !» Christophe Choserot, président de Grand Nancy Innovation, est fier de lancer le nouveau programme à destination des projets de start-up, le Liink. En collaboration avec l'Incubateur Lorrain, ce dispositif a été lancé le 12 mai dernier au Orbor, rue Jacques Villermaux à Nancy. En présence de Natacha Hauser-Costa, directrice de l'Incubateur Lorrain, d'Anne-Sophie Didelot, vice-présidente de Grand Nancy Innovation, de Pierre Mutzenhardt, président de l'Incubateur Lorrain, président de l'Université de Lorraine et administrateur de Grand Nancy Innovation, de Christophe Schmitt, vice-président délégué de l'Université de Lorraine chargé de l'Entrepreneuriat et de l'Incubation, et de Romain Petit, directeur général de Grand Nancy Innovation. Les deux partenaires ont pour objectif d'accompagner un maximum de personnes voulant se lancer dans l'aventure start-up. Le projet permettra d'accentuer le lien entre



Le logo du Liink rassemble ceux du Grand Nancy Innovation (in) et de l'Incubateur Lorrain (il).

les deux structures au développement économique du territoire. Le Liink, en tant que réseau lorrain d'incubateur d'Excellence, a pour vocation de devenir la porte d'entrée pour les créateurs de start-up. Il permettra également de construire une communauté de start-up commune et de mutualiser compétences et partenaires. Le Liink devient un programme de formation et de sensibilisation sur les thématiques

propres aux entreprises innovantes. Selon les problématiques spécifiques liées à chaque projet, Grand Nancy Innovation et l'Incubateur Lorrain proposent un accompagnement différent. L'accompagnement s'établit en deux parties.

UN ACCOMPAGNEMENT SUR MESURE

Il commence par l'incubation, qui est l'étape du développement de l'idée de base du projet jusqu'à la création complète de l'entreprise. «Elle se déroule sur une durée de 24 mois, pouvant être portée à six mois de plus pour les projets en santé car ils sont plus longs à finaliser», explique Natacha Hauser-Costa. Le processus d'accompagnement se finit par le suivi post-crédation, qui est la phase de formalisation de l'entreprise. «En général, les start-up ne sont pas mures pour voler de leurs propres ailes donc on les aide sur la constitution de l'équipe, la logique de gestion, la recherche de financement et le développement commercial», ajoute la directrice de l'Incubateur Lorrain. Grand Nancy Innovation et l'Incubateur Lorrain partagent deux constats. Ils veulent améliorer la visibilité des parcours des créateurs d'entreprises du territoire du Grand Nancy et constituer un large réseau pour les porteurs de projet accompagnés. Des ateliers ont été mis en place pour faciliter les rencontres et le lien social. «Le cercle des start-up», «Les midis de l'entrepreneuriat», «Adopte ton associé» ou encore «Pitche ton fonds» sont des formations proposées par le Liink permettant la progression des sociétés.

Max RAGAZZI

« La machine est en route.

Christophe Choserot, président de Grand Nancy Innovation et maire de Maxéville.



Les Tablettes Lorraines
VOTRE HEBDOMADAIRE ÉCONOMIQUE RÉGIONAL

DOSSIER SPÉCIAL COMMUNICATION & ÉVÉNEMENTIEL

TPE

LES OUBLIÉS
DE LA COM ?

MÉTAVERS

LE NOUVEL
UNIVERS

ÉVÉNEMENTIEL

LE GRAND
RETOUR



LES DOMAINES
vous souhaite un bel été à rosés



FIGUIÈRE
MINUTY
PIGOUDET

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. A consommer avec modération.



ÉDITO

En toute virtualité... ■



Écoresponsabilité, responsabilité sociale, engagement sociétal, marque employeur, des marqueurs d'une communication engagée et réfléchie ! Les mentors du secteur si spécifiques de la communication ne semblent aujourd'hui n'avoir que ces termes dans la bouche. Ces terminologies sont courantes, trop courantes au point même d'être aujourd'hui tout simplement galvaudées. Après être sortie

la tête de l'eau de la crise sanitaire, la planète Communication tourne toujours à plein régime, entraînant dans son orbite tout un pan de l'écosystème économique local. Les rencontres professionnelles et l'événementiel sont aujourd'hui en mode de reprise active avec des ajustements et adaptations réfléchis et acquis pendant ces deux dernières années. Pour le seul cas de l'agglomération nancéienne, pas moins d'une quarantaine de congrès sont annoncés pour cette année dans le seul centre de congrès Prouvé de Nancy sans compter les foires et salons. Un bon signe ! Bannière générale affichée : les retrouvailles. Les écrans interposés, les visio contraintes et forcées mais tellement utiles et salvatrices dans les moments difficiles de la pandémie, sont naturellement toujours présents mais le présentiel voire le tactile et l'affectif reprennent, enfin, leur droit de cité. Mais pour combien de temps ? L'explosion des métavers, ces univers virtuels où l'individu se réduit à un avatar en divulguant sans s'en rendre compte (ou plus grave d'une façon purement volontaire) l'ensemble de sa vie privée et ses données personnelles à la puissance algorithmique de ces concepteurs disciples de l'intelligence artificielle, gagne ainsi tous les secteurs d'activité. La sphère des communicants s'en empare y voyant pour bon nombre l'avenir et surtout un canal de médias supplémentaires, histoire de toucher encore plus de cibles. Communiquer est un fait humain où les êtres se doivent d'être non pas simplement connectés mais en réelle osmose et contact. L'Homme est un animal social même si les loups solitaires peuvent être présents mais souvent ils chassent en meute. La sociabilité virtuelle a déjà montré ses limites et ses errances souvent dramatiques. Attention aux dérives...

Emmanuel VARRIER

« Communiquer est un fait humain où les êtres se doivent d'être non pas simplement connectés mais en réelle osmose et contact. »

Sommaire

Conjoncture : les acteurs locaux en (r)évolution perpétuelle..... 12

Béatrice Cuif-Mathieu, directrice générale de Destination Nancy et vice-présidente de l'Unimeu : « nous avons retrouvé entre 80 et 60 % de notre activité pré-Covid » 14

Communication verte : l'art d'éco-communiquer pour l'entreprise locale..... 16

Management : communication de crise : cela n'arrive pas qu'aux autres 20

Tendances : l'essor des webradios en entreprise..... 21

Tendances : la woke culture pousse les portes de l'entreprise..... 22

Les métavers : l'avenir de la communication des entreprises de demain 24

TPE locales : les oubliées de la communication ? 25

Les Influenceurs : nouvelle carte d'une communication réussie ? 26

Marque Employeur : comment renforcer l'attractivité de l'entreprise et séduire les talents ? 27



**100% PRÊTS À VOUS ACCUEILLIR
PLACE STANISLAS**



- ◆ À 90 min. de Paris en TGV et au cœur de la Région Grand Est
- ◆ DESTINATION NANCY-CONVENTION BUREAU, une porte d'entrée unique
- ◆ Deux équipements complémentaires : le Centre de Congrès Prouvé et le Parc Expo

La plus latine des villes du Grand Est transformera vos événements en expérience unique !



CONJONCTURE

Les acteurs locaux en (r)évolution perpétuelle ■

ET MAINTENANT ? APRÈS UNE PÉRIODE INÉDITE DE CRISE SANITAIRE OÙ LES PROFESSIONNELS DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION ONT TENTÉ DE FAIRE PREUVE D'ADAPTATION ET SURTOUT DE BEAUCOUP DE RÉSILIENCE, LA REPRISE D'UNE VIE QUASI NORMALE S'OPÈRE. DE NOUVEAUX MODÈLES, NOTAMMENT INTERACTIFS, ONT ÉTÉ MIS EN ŒUVRE ET LEUR UTILISATION PERDURE DU FAIT DE LEUR CERTAINE EFFICACITÉ. LE TOUT AVEC EN TOILE DE FOND UNE NOUVELLE APPROCHE DES MESSAGES COMMUNIQUÉS PAR L'ÉCOSYSTÈME DES ENTREPRISES LOCALES.



Les nouveaux modèles de communication adoptés pendant la crise sanitaire apparaissent aujourd'hui fortement ancrés dans l'écosystème local des professionnels du secteur.



«Nous pensons que la technologie utilisée est le dernier souci de nos clients, nous plaçons au premier plan l'analyse de leur métier pour leur procurer une communication des plus efficiente possible.» Témoignage d'un couple de parisiens d'adoption, pilotes d'une agence de communication digitale, venus s'installer en terres nancéiennes. La crise sanitaire n'a pas redonné que de l'attractivité aux villes de province, elle a également complètement chamboulé l'univers de la communication. Pendant plus de deux ans, la planète Communication a vécu au rythme des changements, adaptations, rapides et effrénés. «Très vite, il a été impératif de permettre de proposer de nouvelles façons de communiquer. Offrir de nouvelles alternatives dans une philosophie positive tout en gardant l'ADN d'une communication ciblée», assure un professionnel d'une agence de communication régionale. Boom des réseaux sociaux et leur maîtrise, développement de communication plus intrusive via de nouveaux médias, amplification d'une présence digitale nécessaire et vitale, l'ensemble de ces nouveaux modes alternatifs est aujourd'hui fortement ancré dans l'univers des professionnels de la communication aussi bien en interne, qu'en externe. Depuis quelques mois,

l'heure de la reprise a sonné, les communicants ont, de nouveau, retrouvé le droit de cité presque comme avant tout en adaptant leur modèle.

RETOUR À L'ESSENTIEL

«La crise sanitaire a été un véritable révélateur de l'importance de communiquer pour les entreprises. Notre métier a toujours été en constante évolution mais la période qui vient de s'écouler ouvrent naturellement des champs du possible énormes mais à la fois interrogent sur la bonne façon de communiquer.» Une question aujourd'hui quasi existentielle dans l'écosystème local. «Nous remarquons une certaine volonté de retour à l'essentiel, à une proximité réelle où les différents outils technologiques et digitaux que nous avons vu exploser reprennent leur place de «simples» outils et non pas de diktat technologique», confie une collaboratrice d'une agence de la place nancéienne. «Nous sommes entrés dans une nouvelle ère de la communication. Elle devient de plus en plus indirecte et plus subtile dans la manière de délivrer un message. L'objectif tend aujourd'hui à parvenir à faire passer un message sans avoir besoin de l'exprimer explicitement mais

en cherchant à faire en sorte que les personnes ciblées ressentent progressivement l'équivalent du message au gré de leurs expériences de contact avec le diffuseur du message. Au point de réellement se l'approprier, de le diffuser d'une façon totalement subjective», analyse un chercheur de l'Université de Lorraine spécialisé dans la communication persuasive des organisations. Reste à trouver le bon message pour l'entreprise à faire passer pour continuer à exister aux yeux de ses clients et prospects. «Les tendances se focalisent aujourd'hui sur des communications responsables et vertueuses. À l'heure de la recherche de la quête de sens, tant mise en avant, on remarque que les entreprises locales tentent également dans cette approche», corrobore une spécialiste de la communication écoresponsable. Demeure l'inévitable interrogation du bienfait de la communication. «La communication, de toutes formes peut naturellement apparaître en premier lieu comme un coût, mais c'est, au final, un investissement rentable.» Encore faut-il être bien conseillé et accompagné en la matière? Le tissu local ne manque pas de spécialistes vertueux mais pas que...

Emmanuel VARRIER

13 tendances en vogue ■

Audio social. Live shopping. Shopping social. Création de contenu. Marketing d'influence. Vidéos sur les réseaux sociaux. Maîtrise spécifique du réseau social Tik Tok. Utilisation du métavers. Réalité augmentée. Événements hybrides. Personnalisation et ciblage des consommateurs et clients. Publicité inclusive. Thought leadership pour imposer sa structure comme expert particulier sur un sujet. Ce sont les treize tendances marketing et communication à mettre en œuvre à en croire le leader de la «media intelligence», Meltwater dans son livre blanc paru au début de l'année. Des termes, pour bon nombre que l'on pourrait juger comme barbare, mais qui semblent aujourd'hui faire la loi dans cet univers en mouvement perpétuel.





FORT PÉLISSIER :

Un lieu idéal pour vos séminaires ■

LE FORT PÉLISSIER EST UN DOMAINE DE LOISIRS ET DE DÉTENTE SITUÉ À 15 MINUTES AU SUD DE NANCY. CE CADRE ATYPIQUE ET CALME EST IDÉAL POUR ORGANISER VOS ÉVÉNEMENTS D'ENTREPRISE.

La recette pour une journée réussie ? Voici les ingrédients :

LOCATION DE SALLES :

Le Cœur du Fort vous propose de multiples espaces de réunion équipés avec le charme de pierres apparentes et ses plafonds voûtés. Espaces historiques, situés en plein centre du site ils vous permettront de laisser libre cours à votre imagination et à une personnalisation à la hauteur de vos événements.

Le Hangar du Fort est une grande salle de 2000 m² avec une élégante charpente en bois, modulable selon vos besoins et

équipé en matériel son et lumière. Conférences, salons, cocktails, fêtes... créez votre journée à votre goût !

RESTAURATION :

L'Auberge du Fort dispose d'un restaurant panoramique en bord de falaise avec une vue imprenable sur le Sud de la Lorraine du haut de ses 420m d'altitude.

Des repas à la carte ou des menus groupes à déguster autant dans le restaurant que dans nos salles de réception. Solution d'hébergement sur place à deux pas de votre événement.

ACTIVITÉS :

Vous pourrez ensuite parfaire cette journée en profitant de nos différentes activités au Parc du Fort, mêlant cohésion, esprit d'équipe, sensations fortes et panorama à couper le souffle. Les activités de teambuilding renforceront la motivation des collaborateurs...

Proposez à vos collaborateurs une journée d'évasion, dans un environnement naturel, peuplé par une faune et une flore sauvage. Un véritable dépaysement aux portes de Nancy.

Le Fort Pélessier vous accompagne tout au long de votre séminaire grâce à ses solutions clé en main, une expérience unique garantie !



1878

**Domaine de loisirs et de détente
à 15 minutes de Nancy**



03 83 25 07 07

Activités/Restauration/Hébergement/Espaces événementiels



contact@fort-pelissier.com



LE PARC
AVENTURES | LOISIRS | SENSATIONS DU FORT



L'AUBERGE
HÔTEL | BAR | RESTAURANT DU FORT



LE CŒUR
RÉCEPTION | MARIAGE | SÉMINAIRE DU FORT



LE HANGAR
ÉVÈNEMENT | SOIRÉE | SALON DU FORT



LA NATURE
ENVIRONNEMENT | ÉCOLOGIE | BIODIVERSITÉ DU FORT



BÉATRICE CUIF-MATHIEU, DIRECTRICE GÉNÉRALE DE DESTINATION NANCY ET VICE-PRÉSIDENTE DE L'UNIMEV

«*Nous avons retrouvé entre 80 et 90 % de notre activité pré-Covid.*» ■

DU 29 JUIN AU 1ER JUILLET, NANCY ACCUEILLE LE CONGRÈS NATIONAL DE L'UNIMEV (UNION FRANÇAISE DES MÉTIERS DE L'ÉVÉNEMENT). L'OCCASION POUR LES PROFESSIONNELS DE LA FILIÈRE DE FAIRE LEUR INTROSPECTION APRÈS PLUS DE DEUX ANNÉES DE CRISE SANITAIRE. SI LA REPRISE DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES ET AUTRES SALONS EST BIEN PALPABLE, LES MODÈLES SE SONT ADAPTÉS ET L'AVENIR DE CE SECTEUR FONCTIONNANT SUR LE LONG TERME SE PRÉPARE. LE POINT AVEC BÉATRICE CUIF-MATHIEU, VICE-PRÉSIDENTE DE L'UNIMEV ET DIRECTRICE GÉNÉRALE DE DESTINATION NANCY.



Les Tablettes Lorraines : Depuis septembre dernier, après près de dix-huit mois de quasi-purgatoire, la reprise d'activité est plus que palpable au niveau des rencontres professionnelles et de l'événementiel en général, la tendance devrait se poursuivre ?

Béatrice Cuif-Mathieu : Tout le monde l'espère ! La crise sanitaire et ses conséquences ont été mises à profit par notre secteur. La filière a démontré son agilité et elle sait aujourd'hui accompagner ce que je qualifie d'imprévisibilité. Les différents indicateurs sont bons. Nous avons constaté un retour à l'activité pré-Covid beaucoup plus rapide que prévu. Cette année, au niveau national, il est prévu de retrouver 70 % de l'activité. Sur Nancy, nous sommes plus autour de 80 à 90 %.

Combien de congrès sont annoncés et programmés sur l'agglomération du Grand Nancy pour cette année ?

Trente-deux congrès se tiendront cette année dans la cité ducale et nous en avons déjà une quarantaine d'autres dans notre carnet de commandes. Il est bon de souligner que huit congrès ont une dimension internationale ce qui démontre l'attractivité de la place nancéenne. Plusieurs temps forts sont annoncés comme le 128^e congrès national des sapeurs-pompiers, du 21 au 24 septembre. 2022 s'annonce comme une année de très forte reprise avec de nombreux événements qui n'ont pas pu se tenir jusqu'à présent. Un important salon profession-



Depuis septembre dernier, la reprise est palpable dans l'univers des rencontres professionnelles. À l'instar d'autres secteurs, la situation géopolitique apporte aujourd'hui un nouveau lot d'incertitudes.



«*Nous demeurons une profession de rencontres ! L'ensemble des événements qui se déroulent aujourd'hui ou à venir ont comme dénominateur commun, celui des retrouvailles*», assure Béatrice Cuif-Mathieu, directrice de Destination Nancy.

nel, EnviroPro, sur les solutions environnementales, se tiendra également à l'automne à la mi-novembre. Le travail effectué le Convention Bureau (bureau des congrès, interface opérationnelle entre les organisateurs d'événements et les différents partenaires et prestataires) de Destination Nancy permet, grâce à son appui et ses conseils d'accompagner les organisateurs dans cette reprise d'activité.

Et pour les années à venir ?

L'industrie des rencontres professionnelles et des congrès est un secteur qui travaille sur le long terme. Nous avons déjà des confirmations pour l'an prochain avec notamment le congrès national de la Fédération française du bâtiment. En 2024, nous accueillerons la convention internationale du Cobaty et nos prévisions courent jusqu'en 2028 avec notamment d'importants congrès dans le domaine de la santé. Nous remarquons bien qu'aujourd'hui les entreprises se projettent. L'écosystème économique en général a bien compris l'intérêt d'investir dans un événement. Ces investissements dans les événements confirment que notre industrie des rencontres professionnelles est un accélérateur de la relance des entreprises et de nos territoires.

À la fin du mois de juin, le centre de congrès Prouvé de Nancy accueille le SYT (See you there), le congrès national de l'Unimev (Union française des métiers de l'événement), l'occasion de mettre en place les pistes d'avenir pour le secteur ?

L'avenir de la filière sera naturellement au cœur du congrès de l'Unimev ! Tout le travail réalisé depuis ces dernières années, comme l'élaboration d'un Livre Blanc de la filière ou encore celui d'un Manifeste en 2020 au plus fort de la crise sanitaire, sera discuté mais ce congrès sera surtout celui des retrouvailles de l'ensemble des acteurs du secteur. Le fait que ce congrès se déroule à Nancy prouve que notre destination pèse réellement aujourd'hui dans le choix des organisateurs aussi bien au niveau local, régional, national et international.

En qualité de vice-présidente de l'Unimev, vous avez été pilote du groupe de travail pour l'élaboration du Livre Blanc de cette union en vue de la dernière élection présidentielle, quels sont aujourd'hui les grands enjeux de la filière ?

Six grands enjeux ont été mis en avant : la transformation numérique, la responsabilité environnementale, l'internationalisation,



l'adaptation des sites, l'hybridation des événements et l'adaptation de l'offre des prestataires.

Destination Nancy est l'une des premières structures, avec Bordeaux, Deauville, Marseille et Rennes à avoir été labellisée «Destination innovante durable», un label mis en œuvre par le réseau France Congrès et Événements, qu'apporte réellement ce label ?

C'est une continuité dans notre démarche RSE (Responsabilité sociétale des entreprises) engagée depuis de nombreuses années. À la fin de l'année dernière, nous avons renouvelé pour trois ans notre certification Iso 20121. Cette certification nous engage à concilier management responsable et performance économique. Nous répondons ainsi aux enjeux de développement durable et à ceux de l'écoresponsabilité en faisant de l'agglomération nancéenne une destination d'innovation responsable. Cette démarche est en parfaite adéquation avec la stratégie développée par la Métropole du Grand Nancy. Dans ce domaine spécifique du développement durable, l'échelon local est, de loin, le plus pertinent pour agir vite et développer une politique structurée et engageante. Avec ce label et cette démarche, nous entraînons l'ensemble des acteurs de l'écosystème économique local.

La crise sanitaire et ses dommages collatéraux ont fait que le secteur des rencontres professionnelles a été l'un des premiers à s'arrêter et l'un des derniers à redémarrer. Les modèles se sont adaptés, à l'image d'un mix entre présentiel et distanciel (déjà présent auparavant), comment percevez-vous l'évolution de la sémantique événementielle ?

Nous sommes et nous demeurons une profession de rencontres ! L'ensemble des événements qui se déroulent aujourd'hui ou à venir ont comme dénominateur commun, celui des retrouvailles. À Nancy, l'exemple le plus criant sera sans aucun doute la Foire Expo (du 4 au 12 juin) avec un plan de foire revisité et plus dense, de nombreux événements éphémères. Après deux années d'absence, ce retour jouera énormément sur les émotions. Les exposants et les visiteurs recherchent ce retour sur l'émotion, ce REO (retour on emotion) est un indicateur phare sur la réussite (ou non) d'un événement. Quand les gens viennent sur un événement, ils veulent vivre quelque chose. Ce retour sur l'émotion est primordial, peut-être encore plus aujourd'hui. Il est au même niveau que le retour sur investissement que souhaitent les exposants ou encore celui du retour sur le temps investi. Un événement, quel qu'il soit, doit provoquer de l'émotion.



Du 29 juin au 1^{er} juillet, le centre de congrès Prouvé de Nancy accueille le congrès national de l'Union française des métiers de l'événement (Unimev).

La situation géopolitique, avec en première ligne la guerre en Ukraine, laissent planer bon nombre d'incertitudes sur la quasi-totalité des pans économiques, quelles sont les inquiétudes de celui des rencontres professionnelles ?

Il est certain que les dommages collatéraux de la guerre en Ukraine, avec le prix de l'énergie, l'inflation, la pénurie de matériaux, ne vont pas être sans conséquence pour notre secteur d'activité. La question de la rentabilité est la première à se poser. Quand vous organisez ou accueillez des événements dont la commande a été signée dans une situation où les indicateurs économiques étaient plus favorables, comment répercuter aujourd'hui ces hausses et flambée de prix ? C'est la grande question.

Propos recueillis par Emmanuel VARRIER

7
com
EVENT

L'événementiel
PREMIUM

nous organisons
vos événements de **A à Z**

Téléchargez
notre catalogue :

agence7com@gmail.com. Tél : +33(0)6 50 68 77 97
agence7com.com

agence7com

PARTENAIRE
FOIRE EXPO NANCY 2022



COMMUNICATION VERTE

L'art d'éco-communiquer pour l'entreprise locale ■

LES ENTREPRISES DE MEURTHE-ET-MOSELLE N'ÉCHAPPENT PAS AU PHÉNOMÈNE. L'HEURE N'EST PLUS À LA COMMUNICATION PURE ET DURE POUSSANT À UNE HYPER CONSOMMATION, MAIS À L'ÉCO-COMMUNICATION, APPELANT À DAVANTAGE DE RATIONALITÉ, VOIRE DE FRUGALISME. LA QUÊTE DE SENS ET LA QUESTION PRIMORDIALE DE L'ENVIRONNEMENT QUI TRAVERSENT TOUS LES COURANTS DE LA SOCIÉTÉ REBATENT LES ACTES DU PROCESS PAR LEQUEL UNE ENTREPRISE SE PROMEUT. MATIÈRES RECYCLÉES, COMPOSTABLES... MOT D'ORDRE : ON MET DE L'ÉTHIQUE ET DE L'ÉCOLOGIQUE DANS SES OBJETS PUBLICITAIRES.

La question du développement durable est devenue incontournable. Dans le domaine de la communication, tout particulièrement dans celle par l'objet, de nombreux changements bousculent les codes établis. Qu'est-ce qu'éco-communiquer ? Certainement pas un effet de niche opportuniste, une mode éphémère. Plus exactement, un positionnement stratégique et engagé pour l'entreprise, valorisant son image de marque, développant sa politique de développement durable en interne, réduisant ses coûts de réalisation, encourageant l'audace, la créativité, l'innovation chez ses collaborateurs. Le citoyen - et le futur salarié - de l'entreprise est de plus en plus conscient et pointilleux face aux enjeux environnementaux et éthiques. C'est le cas en particulier de la jeune génération. Elle ne conçoit plus une collaboration professionnelle sans un engagement sociétal et écologique marqué et à impact fort de son employeur. Lequel devra transmettre des messages authentiques et respectueux, opter pour des choix de supports et procédés éco-conçus. En pratique, le basculement vers un marketing vert répond à une méthodologie mûrement travaillée et réfléchie en amont. Éco-communiquer peut sembler élémentaire. Ce ne l'est pas. Le virage vers une communication environnementale inclus une implication de tous les composants de l'entreprise jusqu'au client final. Un ensemble bancal en la matière risquerait de taxer l'entreprise de «greenwashing». Sous ce terme anglophone se dessine un procédé marketing utilisé dans le but de se donner, à tort, une image écologique et responsable. En somme, un paraivent factice et insincère, qui, à coup



L'objet publicitaire fait sa révolution verte.

sûr, reviendrait en boomerang. Dès lors, dès que le dirigeant impulse la volonté de l'entreprise de communiquer au travers d'objets publicitaires écoresponsables et active ce levier chargé de sens, il n'y a plus de retour en arrière envisageable. La démarche est aussi bien valable pour le grand groupe que pour la PME, la TPE ou l'artisan.

L'ENTREPRISE, AMBASSADRICE VERTE

Ici, l'objet en question devient l'exemple à suivre. Il perd son traditionnel aspect usuel et banal, pour devenir plus attractif. Un peu comme une bouteille à la mer, il véhicule un message, une symbolique forte. Pour fédérer autour de valeurs sociales et environnementales, pour dynamiser une image, pour sensibiliser aux bonnes pratiques, pour concrétiser le concept de l'entreprise écocitoyenne et exemplaire pour

ses pairs et la planète, l'objet devient pour elle son atout vert. Un relais de réflexion ludique autour de l'écologie. Plus que jamais, l'entreprise se situe au centre des problématiques sociétales. Elle en est un formidable vecteur d'expérimentations. Il n'est pas rare de voir des salariés se mobiliser dans leur quotidien de travail pour multiplier les gestes écoresponsables : installation de nichoirs à oiseaux, tri sélectif, bureaux reverdis... La philosophie est de la même veine quant à la communication de l'entreprise. L'objet écologique en 2022, c'est un porte-clé en bois, un gobelet ou un mug en bambou, un sac shopping en coton bio, un stylo bille en paille de blé, un tee-shirt ou commémoratif certifié Écocert, une papeterie en pierre naturelle, des goodies en matières recyclables... La liste est infinie de ces objets originaux et ingénieux qui séduiront partenaires et clients. Cette communication verte est bonne pour l'image de l'entreprise... et pour la santé de notre vieille Terre. Face aux urgences environnementales et climatiques, être sensibilisé, c'est bien. Agir, c'est mieux. Cela commence dès la porte franchie de son lieu de travail et s'essaime à l'envi...

« **Le citoyen et le futur salarié sont de plus en plus conscients des enjeux environnementaux et exigeants quant à l'engagement de l'entreprise sur le sujet.** »

Lurent SIATKA



Textile

Bagagerie

votre logo

votre logo

votre logo

votre logo

votre logo

Bureautique

High-tech



Notre Showroom : 140, rue Edouard Michelin, 54710 Fléville-devant-Nancy

ac2m-communication.fr • 03 83 26 19 69 • contact@ac2mpub.fr

**OSEZ LA DIFFÉRENCE,
COMMUNIQUEZ AUTREMENT !**

complément d'informations sur notre site

business-envol.fr

GRAND EST



DÉCOUVREZ
EN VIDÉO NOTRE
CONFÉRENCIER
D'EXCEPTION



12
rencontres
dirigeants

à partir de

14h

toute l'après-midi
conférences
thématiques

JEUX - ANIMATIONS

entretien &
conférence
d'exception
à 19h30

SUIVIS D'UN APERITIF
RESEAU DINATOIRE

© *Planiz* conception : ACS Nancy 2016 B 010 - www.planiz.fr



PRESTATECH
EVENEMENTS

Le prestataire de vos événements

#delambitionpoursevenements



Conception



Sonorisation



Lumière



Scène



Vidéo



Location

03 29 51 15 10 / contact@prestatech-evenements.fr / www.prestatechevenements.fr

15

septembre 2022

Dynabuy Connect' Entrepreneurs.

l'évènement

Espace Montrichard - 54700 Pont-à-Mousson

S'UNIR

pour atteindre les sommets

**RÉSERVEZ DÈS MAINTENANT VOS PLACES !
10€ DE RÉDUCTION JUSQU'AU 30 JUIN,
ALORS PROFITEZ-EN !!!**

ACCÈS RENCONTRES DIRIGEANTS, SALON & CONFÉRENCES
ADHÉRENTS DYNABUY : **39 €** | NON ADHÉRENTS : **49 €**



<https://www.rencontres-dirigeants.com/nos-rencontres/16923>

ILS SONT PARTENAIRES...



Reseau.Site



Curionomie

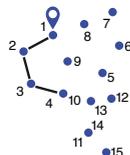
AGENCE ÉVÉNEMENTIELLE



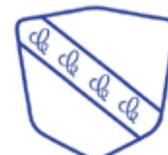
ESCAPADES
MYSTÈRES



COHÉSION
D'ÉQUIPE



JOURNÉES
DÉTENTE



DÉCOUVERTES
LOCALES

Faites de votre évènement
UN MOMENT D'ÉMERVEILLEMENT

contact@curionomie.fr

06.45.34.21.91

www.curionomie.fr



MANAGEMENT

Communication de crise : cela n'arrive pas qu'aux autres... ■

LES GROUPES NESTLÉ ET FERRERO VIENNENT DE FAIRE LA UNE DE L'ACTUALITÉ DANS LA RUBRIQUE FAITS DIVERS ! LE PREMIER POUR LES PIZZAS DE SA MARQUE BUITONI, LE SECOND POUR CERTAINS PRODUITS DE SA MARQUE KINDER. CES DEUX SCANDALES ALIMENTAIRES METTENT DE NOUVEAU EN AVANT L'IMPORTANCE DE LA MISE EN PLACE RAPIDE D'UNE COMMUNICATION DE CRISE. AUCUNE STRUCTURE N'EST ÉPARGNÉE, MIEUX VAUT S'Y PRÉPARER.



Avant, tout se savait ou presque ! Aujourd'hui, tout se sait mais encore plus, merci les réseaux sociaux. Avec l'accélération et l'instantanéité de la diffusion des informations (ce qui entraîne la problématique de leur exactitude et de la prise de temps de leur vérification), une nouvelle peut faire le tour du monde en quelques nanosecondes. Et quand l'information est grave et pouvant mettre tout simplement en péril la réputation d'une entreprise, le cataclysme n'est jamais loin. Les récents exemples en date ne manquent pas. Le groupe Nestlé et son usine de fabrication Buitoni et ses pizzas fautives de graves intoxications alimentaires, les œufs Kinder du groupe Ferrero mis en cause à quelques jours des fêtes de Pâques avec pas moins d'une soixantaine de cas de contamination à la salmonelle dans son usine belge d'Arlon, point commun entre ses deux scandales de ses deux géants du consumérisme : la communication de crise. «*Essentielle en situation normale, la communication devient indispensable en situation de crise*», assure un universitaire lorrain titulaire d'une chaire communication persuasive des organisa-

tions. Indispensable, voire vitale, si la raison de cette communication est une faute grave de l'entreprise. «*Pendant une situation de crise, restez silencieux est la première erreur à commettre*», assure un professionnel du secteur.

ANTICIPER, ASSUMER, CONTRÔLER

Sur son portail web, l'agence La FrenchCom (élue, de nouveau cette année parmi les meilleures agences de communication de crise du classement Leaders League) dresse une liste d'une dizaine de règles incontournables à suivre. Assumer ses responsabilités, «*rien ne sert de dissimuler la crise, cela ne ferait qu'aggraver les choses. Il faut réagir immédiatement en répondant aux médias. Rédiger un communiqué de presse et le publier sur les médias sociaux pour contrôler la situation et faire en sorte que le message soit visible par les publics concernés*». Être proactif, transparent et responsable, «*il faut penser aux victimes, reconnaître l'incident, accepter sa responsabilité, s'excuser et*



Toutes les structures doivent se préparer à un épisode entraînant une communication de crise réfléchie et proactive.

montrer les preuves d'une forte mobilisation pour que cela ne se reproduise plus.» Être humain et empathique, «*il est nécessaire de présenter des excuses sincères pour aller de l'avant, ne pas le faire retarde la fermeture du chapitre de la crise.*» Ne jamais utiliser la formule «*pas de commentaire*», «*le public vous jugera autrement immédiatement coupable et fera ses propres suppositions.*» Anticiper au maximum, «*personne ne veut être au centre d'un scandale, mais être bouleversé par une crise car la structure n'est pas prête à la gérer ne fait qu'empirer les choses. Il faut anticiper les scénarios de crise potentiels en établissant des protocoles internes pour les gérer.*» Ces règles peuvent apparaître simples et surtout de bon sens mais face à la situation donnée, les réactions hâtives peuvent être tout simplement contre productives. «*Même dans les situations les plus délicates, et surtout quand l'entreprise est incriminée, il est nécessaire de demeurer présent dans l'esprit de ses consommateurs, de ses clients et plus généralement chez toutes les parties prenantes de l'écosystème de l'entreprise*», continue le chercheur universitaire lorrain. Communiquer pour continuer vaillamment que vaillamment d'exister, une maxime à mettre en œuvre, crise ou non...

Emmanuel VARRIER

«*Même dans les situations les plus délicates, il est nécessaire de demeurer présent dans l'esprit de ses consommateurs, de ses clients et plus généralement chez toutes les parties prenantes de l'écosystème de l'entreprise.*»

Réseaux sociaux : les meilleurs ennemis ■

L'information vient de tomber, vérifiée ou fake news, elle est divulguée instantanément à travers le monde et visible par le plus grand nombre. Rien ne pourra l'arrêter, sauf une autre information qui la chassera si elle est plus pertinente et vendeuse. Les réseaux sociaux dictent leur loi. Leur puissance immersive, et quasiment incontrôlable, en font des caisses de résonance XXL de la moindre information. S'en méfier est légitime, les utiliser aussi. «*Ce sont des outils puissants et efficaces pour parler à tous les publics et faire passer un message.*», assure un professionnel. Reste à contrôler ce message et atteindre les bonnes cibles.





TENDANCES

L'essor des webradios en entreprise ■

DEPUIS 2020, DATE À LAQUELLE LA PANDÉMIE DE COVID A FAIT RAGE, LE NOMBRE DE WEBRADIOS A EXPLODÉ. À CE JOUR, EN FRANCE, 6 824 WEBRADIOS EN ENTREPRISE SONT COMPTÉS. LES RADIOS CRÉÉES SUR INTERNET SE SONT ARROGÉES UNE GRANDE PLACE DANS LA COMMUNICATION DES SOCIÉTÉS. UN OUTIL PRESQUE DEVENU UN BESOIN.

 6 824 ! C'est le nombre de radios en entreprise créées sur internet en France. Depuis le début de la pandémie, la quantité de webradios connaît un essor fulgurant. Une évolution de 37 %. Un outil devenu presque indispensable dans ces sociétés. 77 % des salariés écoutent chaque jour la webradio destinée à leur entreprise et estiment qu'elle améliore l'impact de la communication interne. Mais avant diffusion, créer une webradio a un coût et des contraintes. En France, comme tout service de radio, les webradios doivent se déclarer au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), renommé Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique (Arcom), depuis le 1er janvier dernier, en fusion avec la Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi). Chaque éditeur a l'obligation de remplir un formulaire de déclaration de webradio comportant trois parties. La description du créateur de la radio et de son entreprise, la description du service radio et la description de ses modalités de financement. Afin que le dossier soit complet et outre le formulaire, le demandeur doit fournir des pièces complémentaires comme des papiers d'identité ou un budget prévisionnel annuel. Une notice relative à la loi sur l'audiovisuel liée au régime juridique s'applique selon ces prévisions. Après envoi du formulaire, l'Arcom se prononce sur la demande dans un délai de 2 mois à compter de la réception du dossier complet.



Les webradios deviennent un réel atout pour le bon fonctionnement des entreprises.

efficace pour 85 % des sociétés. Elle est cruciale et efficace pour la bonne marche de toute organisation. Et à moindre coût. La communication interne s'effectue généralement par téléphone, mail, affichage, etc. Une webradio pourrait aider les entreprises à économiser de l'argent sur leurs factures de téléphone. Plus besoin d'appeler plusieurs collègues pour les notifier de la tenue d'une réunion ou d'un autre fait important. La webradio réduirait les charges de production des communications écrites. La webradio permettrait en outre d'informer le personnel sur la vie de l'entreprise. À titre extra-professionnel,

il est possible de passer des annonces relatives aux événements heureux et tristes concernant le personnel. Puisque la diffusion est en direct, les informations parviennent en temps réel aux salariés connectés à la fréquence de la société. La webradio est un atout pour la productivité pour 70 % des employés. La réception des instructions ou des informations à temps contribue à la prise de décisions et l'exécution des missions rapides. L'utilisation de la radio en ligne est indiquée pour éviter les ruptures dans les processus de travail.

Max RAGAZZI

UN OUTIL INDISPENSABLE ?

Pour les entreprises, posséder une webradio est très avantageuse. Il suffit d'être connecté à internet pour pouvoir capter la station dédiée à son entreprise. C'est devenu une solution de communication

« Le nombre de radios digitales ne fera que progresser dans ce sens dans les années à suivre. »

SharePrint
L'IMPRIMEUR CRÉATIF
ET RÉACTIF

6, AVENUE DU GÉNÉRAL DE GAULLE 54320 MAXÉVILLE - 03 83 98 80 00
www.shareprint.fr

TOUS TRAVAUX D'IMPRESSION



TENDANCES

La woke culture pousse les portes de l'entreprise ■

LA VAGUE DE LA WOKE CULTURE CONTINUE DE CONQUÉRIR UNE MAJORITÉ IMPORTANTE DE LA JEUNESSE, NOTAMMENT LA GÉNÉRATION Z. POUR L'ENTREPRISE, C'EST UN DÉFI MAJEUR À RELEVÉ. QUELQUES PISTES POUR BIEN COMPRENDRE LE PHÉNOMÈNE ET L'ADAPTER À L'ÉCONOMIE DU QUOTIDIEN ET AU MONDE DU TRAVAIL. DE PRIME ABORD PLANÉTAIRE, CETTE QUESTION TOUCHE DIRECTEMENT LES ENTREPRISES LOCALES EN MEURTHE-ET-MOSELLE.



Plus de la moitié des 18-35 ans souhaitent que les entreprises s'engagent dans leur communication et leur process marketing, comme dans leur politique de ressources humaines, dans une meilleure prise en compte des revendications et des critères identitaires comme l'appartenance ethnique, l'identité de genre, ou la religion. Revenons un siècle en arrière. Le mouvement woke a des origines qui nous ramènent aux premières heures du 20^e siècle, historiquement lié à la lutte contre le racisme envers les Afro-Américains. Il est revenu en force au début des années 2010, à l'échelle planétaire, ruisselant en France. Le concept s'apparente à un radicalisme contre les excès de la globalisation. Les causes woke en 2022 épousent les formes du combat antiraciste, du réchauffement climatique, de l'égalité femmes-hommes. Symboles : les marches pour le climat ou le phénomène #metoo. Les individus se revendiquant woke militent pour la rupture de mode de vie, de manière d'habiter, de se déplacer, de cohabiter sur la planète. Dans sa spécificité, l'entreprise, communauté humaine, n'est pas un cénacle hermétique aux mutations de notre temps. Lesquelles en franchissent les portes. Ce n'est point un scoop ou une révélation. Les résultats des récentes élections en France ont confirmé une lame de fonds vue depuis plusieurs années. Aux yeux des Français, les institutions politiques traditionnelles et autres corps représentatifs et intermédiaires - partis politiques, syndicats - apparaissent de moins en moins comme des acteurs crédibles et capables de changer la société et de répondre aux défis majeurs de notre époque. Cette défiance ne touche pas les entreprises, lesquelles, avec la montée en puissance de



La woke génération entend porter les enjeux sociétaux au cœur de l'entreprise.

la RSE et du statut d'entreprise à mission, voient leurs rôles sociétal et politique s'accroître.

LES ENTREPRISES LOCALES À LA POINTE DU COMBAT

Certaines thématiques rassemblent toutes les générations : la défense de l'environnement, la place des femmes, le bien-être animal. Les 18-35 ans portent également des combats plus identitaires directement issus du mouvement woke. Pour les générations Z et Y, l'entreprise est devenue le lieu naturel où doit s'exercer la nouvelle «justice sociale». C'est en contraignant les entreprises à intervenir sur ses fournisseurs, ses clients, ses produits, ses actionnaires, ses collaborateurs... que cette génération souhaite changer les habitudes et transformer la société. Si, en tant que consommateurs, les plus de 50 ans continuent de placer en tête des critères qui les incitent à choisir une marque des

aspects comme la qualité du produit, ou son prix et finalement s'intéressent assez peu aux aspects liés à la religion, le genre ou l'appartenance ethnique, ce n'est pas le cas des moins de 35 ans. Pour l'entreprise, ces nouveaux positionnements complexifient sa politique marketing et la globalité de son mode de communication. En effet, comment tenir un positionnement woke auprès des plus jeunes consommateurs quand les consommateurs plus âgés le rejettent ? Dès lors, elle doit opérer un travail d'équilibriste quant aux réseaux sociaux, la publicité, les relations presse, la politique RH ou RSE. Une difficulté supplémentaire apparaît vite, car les combats portés par la génération woke évoluent rapidement. Pour les anticiper il faut tenter de les comprendre, de connaître leurs racines. Bien s'y préparer est un enjeu vital pour les entreprises. Les TPE et PME de nos territoires sont finalement les premières concernées, car c'est au travers elles que s'expriment ce criant et ardent besoin de proximité, de localisme, de quête de sens. Entités d'expérimentations, innovantes, flexibles et réactives par excellence, elles sont à la pointe de ce challenge, dont les règles du jeu sont dictées par la woke génération.

Laurent SIATKA



Avec la montée en puissance de la RSE et du statut d'entreprise à mission, les entreprises voient leurs rôles sociétal et politique s'accroître et devenir déterminants.





EVÈNEMENT

Le 9 juin 2022, participez à la journée sport santé du Medef54 ! ■

PAS D'ÉQUIPE SANS CAPITAINE. SI L'ACCOMPAGNEMENT DES SALARIÉS EST INDISPENSABLE POUR FAIRE TOURNER LA SOCIÉTÉ, LA SANTÉ DES CHEFS D'ENTREPRISE RELÈVE D'UNE IMPORTANCE TOUT AUSSI ÉLEVÉE.

En ce sens, le Medef 54 organise une journée sport santé le 9 juin prochain, de 10h30 à 18h, au golf de Nancy Aingeray, permettant aux dirigeants de partager, de s'informer et de golfer, le tout aux côtés d'Alain Bernard, champion olympique de natation ! Zoom sur cet événement gratuit qui promet d'être riche sportivement et intellectuellement.

- Table ronde «Dirigeant, comment booster votre performance ?» conduite par Philippe KOWALSKI, Président du Comité départemental olympique et sportif de Meurthe-et-Moselle.

De 12 h à 14 h : déjeuner convivial au restaurant du golf
Après-midi initiation ou compétition de golf

14h30 - 16h30 : Initiation au golf
ou

14h - 18h : Compétition de golf (18 trous) avec Alain BERNARD et Christophe JAMMOT

Toute l'équipe du Medef de Meurthe-et-Moselle vous attend sur les green du golf de Nancy-Aingeray !

AU PROGRAMME

Matinale de 10h30 à 12 h sous le signe du partage

- Conférence «Dirigeant, un quotidien de sportif» animée par Alain BERNARD, champion olympique de natation, et Christophe JAMMOT, journaliste sportif.

Vous souhaitez y participer ? ■

N'hésitez pas à contacter Julie GROS
jgros@medef54.fr

**JOURNÉE
SPORT SANTÉ**

#MEDEF54

LE 9 JUIN 2022

DE 10H30 À 18H

**AU GOLF DE NANCY-AINGERAY
1, CHEMIN DU GOLF - 54460 AINGERAY**

Mouvement des **Entreprises de France**
Meurthe-et-Moselle

Venez bénéficier de l'expertise d'Alain BERNARD, champion olympique de natation !

En présence de Christophe JAMMOT, journaliste sportif

TOYOTA **Allianz** **malakoff humanis** **LABORATOIRE microequilibre** **GLOBAL** **#ADJAN**



LES MÉTAVERS

L'avenir de la communication des entreprises de demain ■

CES DERNIERS TEMPS, LE CONCEPT DES MÉTAVERS A FAIT BEAUCOUP DE BRUIT. CONSIDÉRÉ COMME UNE CONSÉQUENCE DE LA DIGITALISATION DU MONDE, CET UNIVERS 3.0 EST RÉSERVÉ NON SEULEMENT AUX JOUEURS DE JEUX VIDÉO, MAIS AUSSI AUX ENTREPRISES, LEURS COLLABORATEURS ET LEURS CLIENTS. ZOOM SUR LES OPPORTUNITÉS DE CETTE NOUVELLE RÉALITÉ VIRTUELLE FICTIVE, CONNECTÉE ET TOTALEMENT IMMERSIVE POUR LES ENTREPRISES DE DEMAIN.



Le métavers est la nouvelle expérience web des entreprises.

Le métavers ou metaverse se définit comme un monde virtuel qui fonctionne grâce aux technologies de la réalité virtuelle et de la réalité augmentée. Ce terme, qui signifie littérairement au-delà de l'univers, vient des mots méta et univers. Alliant mondes numérique et physique, cet espace virtuel immersif et interactif intègre plusieurs technologies de pointe dont les technos, les avatars 3D, les interfaces de réalité virtuelle et de réalité augmentée, la technologie blockchain, mais aussi l'intelligence artificielle. Le métavers, dans lequel l'utilisateur est représenté par un avatar, a été conçu pour réduire les distances. Il permet aux individus de collaborer sans frontières physiques, mais aussi de s'immerger dans un monde virtuel, tout en engageant leur corps et vivant des émotions et des expériences uniques. Au niveau de cet univers, qui regroupe des espaces en ligne partagés et interconnectés, les utilisateurs ont la possibilité de voir des concerts et des expositions, visiter des musées, jouer avec des amis, échanger avec des personnes du monde entier et faire du shopping. Ils pourront également acheter ou vendre moyennement des crypto-monnaies, investir dans l'immobilier, modifier l'apparence de leur avatar et pratiquement tout ce qu'ils font au

quotidien dans leur vie réelle. Pour y accéder, les usagers doivent être équipés d'un casque de réalité virtuelle ou des lunettes AR. Aujourd'hui, il existe différents univers de métavers dont Fortnite, Roblox et Sandbox.

MÉTAVERS : QUELLES OPPORTUNITÉS POUR LES ENTREPRISES ?

En raison des confinements successifs dus à la crise sanitaire mondiale, les méthodes de travail ont changé. Le recours au travail à distance et à l'usage des espaces de communication en ligne a favorisé la digitalisation et par conséquent le développement du métavers. Ce monde virtuel, né de la fiction, obligera les entreprises à revoir leurs stratégies de communication et de marketing. Il apporte aux structures de nouvelles possibilités de développement en matière de présence en ligne et de ventes leur permettant de toucher de nouvelles cibles. Actuellement, les plus grandes marques accordent une importance particulière à ce nouveau mode de communication. En effet, plusieurs entreprises investissent dans cette approche immersive, entre autres

Tinder, Disney, Nike, Microsoft, Adidas, Nvidia et Facebook. Cette dernière, s'est rebaptisée Meta et a investi des milliers de dollars afin de disposer de la part du lion dans ce nouvel univers. D'autre part, le célèbre parc d'attractions allemand Europa Parc utilise également le métavers. Ce concept novateur permet aux entreprises de personnaliser l'expérience client, et ce, via des publicités sur mesure en réalité augmentée. Celles-ci pourront organiser des campagnes publicitaires en fonction de l'âge, du sexe, ou même des centres d'intérêt des usagers. En visitant l'espace de l'enseigne dans le métavers, l'utilisateur vivra une expérience mémorable qui renforcera sa fidélisation et notamment son engagement. Il pourra faire des achats, communiquer avec l'entreprise, échanger avec d'autres consommateurs, mais aussi poser des questions au service client et bien d'autres. Par ailleurs, l'internet du futur permettra également de faciliter le recrutement, les événements virtuels, les teams building, etc. Certes, le métavers est un contexte favorable pour promouvoir l'image de marque des entreprises, mais aussi les ventes en ligne, cependant il peut apporter de nouveaux cyber-risques.

MH



TRÈS PETITES ENTREPRISES

TPE locales : les oubliées de la communication ? ■

DUR DUR D'ÊTRE UNE TPE QUAND LA NÉCESSITÉ EST DE FAIRE VALOIR SON PROCESS AVEC PEU OU PROU DE MOYENS. DANS UN MONDE MARCHAND OÙ COMMUNIQUER EST INCONTOURNABLE, RIEN EN LA MATIÈRE NE SAURAIT SE FAIRE EN IMPROVISANT. DÈS LORS, COMMENT SE DÉMARQUER DE LA CONCURRENCE ET SÉDUIRE LE CHALAND - PUIS LE FIDÉLISER - ? LA QUESTION EST COMMUNE AUX PLUS DE 430 000 ENTREPRISES DE LA RÉGION GRAND EST. ÉLÉMENTS DE RÉPONSE.



Que l'on explore le nombre d'établissements sous l'angle de la région Grand Est (+ de 430 000) ou du département de la Meurthe-et-Moselle (près de 50 000), la proportion est la même. 9 entreprises sur 10 sont des Très Petites Entreprises, générant 80 % de l'emploi salarié. Durant le premier confinement, il y a deux ans, commerçants, artisans et TPE ont été les plus démunis, coupés de présence physique avec leur clientèle. Au quotidien, la majorité des TPE manie l'équilibre avec une fragilité de finances et ne peuvent pas envisager de se lancer dans des frais liés à une potentielle campagne de communication orchestrée par une agence spécialisée. Elles restent ainsi hors des radars de tout plan en la matière, entrant là dans le système de «la débrouille». Leur meilleure communication demeure leur ancrage local et leur tissu relationnel. Avant la Covid-19, la digitalisation de leurs activités n'était pas une priorité absolue. Les conséquences socio-économiques de la pandémie ont changé la donne, avec une marche forcée vers le numérique. Cependant, ouvrir une boutique e-commerce et vendre sur les place de marché, via Amazon, Uber Eats... ne suffit pas et s'avérera au mieux un business d'appoint. Alors, pour le dirigeant de ces structures de petite taille, au rôle si essentiel dans nos villes et nos campagnes, comment communiquer, trouver une stratégie marketing adaptée à ses besoins et rentrant dans ses contraintes budgétaires ? Commerçants, artisans et patrons de TPE doivent donc baser leurs forces sur leur présence territoriale, tout en optimisant le digital (click & collect, Drive, à emporter...). La communication 100 % locale a ses atouts et ses inconvénients. Faire appel à ses contacts et relations, articuler une soirée d'inauguration ou de promotion par exemple,



La tendance est au storytelling. Une technique commerciale consistant à raconter une histoire, celle de l'entreprise, pour en faire un argument de vente.

distribuer prospectus et flyers, faire de la publicité sur Google Adwords et Facebook Ads, mettre en place des partenariats : au final, beaucoup de temps, d'argent, d'énergie pour des résultats aléatoires, avec un retour sur investissement faible. Surtout si on se lance à l'aveugle et avec dispersion...

SE DIFFÉRENCIER... AVEC RIGUEUR

D'autres moyens simples et bon marché pour faire connaître son commerce de proximité, son process artisanal, le savoir-faire de sa TPE sont envisageables. Préable : établir son plan d'action (quelques lignes suffisent), avec un diagnostic et une mise au clair de ses objectifs. Ne jamais perdre de vue : une communication sert d'abord à vendre ! Pas pour construire une image sympathique ou se faire connaître amicalement. Une TPE est un business. Aux méthodes explorées plus en avant

dans ce panorama, d'autres viendront s'y adjoindre. Pêle-mêle : opération de relation presse vers les journalistes, distribution de goodies originaux, communication géographique (inscriptions sur les annuaires, les cartes et sites locaux, proximité avec des points touristiques), e-mailing, phoning, mailing et SMSing, messages vocaux sur son cœur de cible, organisation d'un événement local physique ou web - éventuellement avec d'autres commerçants -, Instagram avec des # sur sa ville en publiant des photos de ses produits avec des tarifs, identification des groupes Facebook locaux (associations, groupes d'influence) pour leur présenter des offres, suivi régulier de tous ses contacts professionnels sur les réseaux sociaux avec une attention portée vers les personnes ayant liké ou commenté une publicité. Tendance actuelle quant à la communication d'entreprise : raconter son histoire, ses racines et ses valeurs, l'implication de ses collaborateurs. On le voit, la liste est longue et éclectique pour se faire une place au soleil dans le domaine de la valorisation de sa TPE. Se différencier, exister... en le faisant de manière rigoureuse et organisée.

Laurent SIATKA

« **L'objectif de la TPE est de vendre ses produits, pas de se construire une image amicale.** »



LES INFLUENCEURS

Nouvelle carte d'une communication réussie ? ■

L'AVÈNEMENT DU DIGITAL, AU FIL DU TEMPS, A PROVOQUÉ DES CHANGEMENTS MAJEURS DANS LE COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS. PAR CONSÉQUENT, LES ENTREPRISES TRAVAILLENT DE PLUS EN PLUS AVEC DES STARS DU WEB QUI SE CHARGENT DE LEUR COMMUNICATION PAR INTERNET. QUID SUR CE NOUVEAU CONCEPT D'INFLUENCEUR !

Dans un environnement de plus en plus connecté, les entreprises se plient aux nouvelles exigences de la société. Faire appel aux services d'un influenceur fait désormais partie de leur stratégie de communication fondée sur le marketing d'influence. Le recours à cette option s'explique par la consultation massive des réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Pinterest...).

UN INFLUENCEUR, VÉRITABLE ACTEUR DE COMMUNICATION

L'influenceur se distingue par sa forte présence sur les réseaux sociaux et les blogs. Sa principale mission consiste à échanger avec ses différents abonnés sur les différents produits ou services proposés par une entreprise donnée. L'objectif est d'impacter le comportement d'achat ou de consommation d'une communauté ultraciblée.

UN BON INFLUENCEUR, POUR UNE BONNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION

L'entreprise, jugée par la personne qui l'incarne, doit bien choisir son influenceur. Ses valeurs doivent être en parfaite adéquation avec le profil de l'influenceur. Le succès de la campagne de communication dépend en grande partie de la personnalité de l'influenceur mais surtout du nombre de ses abonnés. Ses principaux atouts sont la visibilité et la notoriété. L'influenceur offre aux internautes une expérience vivante mêlant connaissances et recommandations. Dans la pratique, il convient d'adopter le concept du «Best Friend Effect» qui permet aux internautes de rejoindre le cercle des influenceurs qui



L'influenceur : un acteur indispensable pour réussir sa campagne de communication.

ont les mêmes centres d'intérêt qu'eux. Une attention particulière doit toutefois être faite aux faux influenceurs qui achètent des abonnés, des vues, des likes ou des commentaires. Les abonnés d'un faux influenceur ne sont pas des fans ou des followers et ne peuvent pas devenir de potentiels acheteurs. Par conséquent, recourir à ce type d'acteur ne génère aucun résultat positif pour l'entreprise.

LES INFLUENCEURS : UN CLASSEMENT DIVERSIFIÉ

En principe, les influenceurs sont classés en fonction du nombre d'abonnés qui les suivent sur les réseaux sociaux. On parle du «nano-influenceur» lorsque le nombre des followers est entre 500 et 5 000. Proche de sa communauté, celui-ci travaille souvent à titre gratuit, en contrepartie d'une petite quantité des produits ou à faible coût. Par ailleurs, l'entreprise peut opter pour un «micro-influenceur» en raison de sa plus grande visibilité. En l'occurrence, le nombre de ses abonnés va de 5 000 à 30 000. Le «macro-influenceur», quant à lui, est souvent sollicité en raison du nombre de ses abonnés enregistrés sur sa chaîne YouTube ou son blog (de 30 000 à 700 000). Son revenu issu généralement de ce que lui rapporte ses conventions

et collaborations. D'autre part, les célébrités font également partie des catégories des influenceurs. Qu'il s'agisse des acteurs, des chanteurs ou des sportifs, ils s'affichent comme des ambassadeurs de grandes marques. Étant des personnalités médiatisées, celles-ci comptent des millions d'abonnés sur leurs médias sociaux. Réputées pour leur énorme visibilité, elles se démarquent par leur communauté solide d'abonnés.

QUEL AVANTAGE POUR L'ENTREPRISE ?

En plus d'augmenter la notoriété de la marque, le recours à un influenceur permet à l'entreprise de gagner en crédibilité et renforcer sa visibilité en ligne. Concrètement, le retour sur investissement dépend en grande partie de la qualité de ses partenaires mais aussi de ses canaux choisis. C'est justement cette valeur ajoutée qui compte principalement pour l'entreprise. Pour conclure, l'entreprise a compris les bénéfices qu'elle pourrait tirer des outils Internet et plus particulièrement des influenceurs. Ce nouveau rapport lui permet d'acquérir de nouveaux prospects mais aussi consolider ses relations avec les clients.

SA



MARQUE EMPLOYEUR

Comment renforcer l'attractivité de l'entreprise et séduire les talents ? ■

RECRUTER LES MEILLEURS PROFILS EST L'OBJECTIF DE TOUTE ENTREPRISE. POUR POUVOIR EMBAUCHER CES DERNIERS, LES PROFESSIONNELS DOIVENT TOUT D'ABORD LES ATTIRER. UNE MISSION QUI EST PLUTÔT DIFFICILE SURTOUT DANS UN CONTEXTE ACTUEL DE PÉNURIE DES PROFILS QUALIFIÉS, DE GUERRE DES TALENTS, DES PROBLÈMES D'ATTRACTIVITÉ... D'OÙ VIENT LA NÉCESSITÉ DE SOIGNER SA MARQUE EMPLOYEUR.

Conceptualisée en France en 1998, «Employer Branding» ou la «Marque Employeur» est l'héritière de la «Communication de Recrutement» qui est beaucoup plus ancienne. Celle-ci est remise au goût du jour depuis 2016. Cette évolution est justifiée par la pleine mutation que connaît le recrutement depuis des années maintenant mais aussi par l'influence de la transformation digitale, des réseaux sociaux et plein d'autres facteurs. Une transition qui a permis aux candidats d'accéder, via le web, à une panoplie d'informations sur les entreprises qui vont impacter l'attractivité de ces dernières. Raison pour laquelle les entreprises doivent sortir du lot et se montrer créatives afin d'attirer les meilleurs profils. Pour ce faire, elles doivent se faire connaître des candidats talentueux en mettant en avant une Marque Employeur attractive qui va susciter leur intérêt et les attirer de façon agréable. Correspondant à l'ensemble des caractéristiques de l'image de marque d'une entreprise auprès de ses employés et futurs candidats pour les attirer, les recruter, les intégrer et les fidéliser, la Marque Employeur est une arme indéniable des entreprises de toute taille. Située à la croisée de la gestion des ressources humaines, du marketing et de la communication, cette dernière implique la mise en place d'une belle communication avec des visuels attractifs et des messages séduisants.

VERS UNE COMMUNICATION OUVERTE ET TRANSPARENTE : LES ACTIONS À MENER EN INTERNE

Permettant de renforcer l'attractivité de l'entreprise, une Marque Employeur soignée est le résultat d'un ensemble d'actions mises en place en interne et en externe. En interne, l'entreprise doit définir ses valeurs, sa culture, son ambition, sa vision et ses avantages «employeur».



La Marque Employeur efficace implique la mise en place d'une belle communication pour attirer les profils hautement qualifiés.

Cette première étape de définition est suivie par le ciblage du profil visé afin de lui communiquer les messages-clés efficaces via les bons canaux de diffusion. Objectif affiché : créer des messages homogènes alliant stratégie et sens, action et communication mais aussi valeurs et conditions. Ces messages doivent toutefois refléter la réalité de l'entreprise. Toute image irréaliste diffusée pourra décevoir le talent une fois intégré et l'incitera à quitter la structure.

VERS UNE COMMUNICATION OUVERTE ET TRANSPARENTE : LES ACTIONS À MENER EN EXTERNE

Devant disposer d'une image externe bien travaillée pour attirer les talents, les entreprises sont appelées à mettre en place des actions ciblées visant à créer une communication ouverte et transparente reflé-

tant l'image d'une entreprise ouverte au monde et accueillante. En outre, les recruteurs ont intérêt à partager le savoir-faire de l'entreprise et valoriser son domaine d'activité en mettant en avant sa filière, ses marchés, ses métiers ainsi que ses perspectives d'évolution. Pour ce faire, ils peuvent s'appuyer sur les réseaux sociaux ainsi que les affichages et sites carrières pour renvoyer l'image d'une entreprise où il fait bon travailler et évoluer avec un endroit de travail modernisé qui est à la fois amusant, stimulant, innovant et inclusif. La proximité humaine ne doit toutefois pas être négligée (organisation de visites d'entreprises ou portes ouvertes, contribution aux salons et forums...). Concrètement, ces actions permettent d'interagir avec les talents, leur prêter attention, les écouter et répondre à leurs questions. Il s'agit d'une autre tactique qui représente un réel levier pour attirer et embaucher les meilleures compétences.

FED

Bâtiment

La Menuiserie Vibrac rachète sa consœur Jean-Paul Maire de Neufchâteau ■

Opération de croissance externe confirmée ! C'est à l'occasion de la venue de Laurent Naves, sous-préfet de Toul dans ses nouveaux locaux sur la zone d'activités économiques de Bois-de-Haye, qu'Alban Vibrac, le pilote de la menuiserie éponyme (créée en 1927 par son grand-père Gaston Vibrac), a annoncé la finalisation, le 2 mai dernier, du rachat de la menuiserie Jean-Paul Maire de Neufchâteau.

«Nous nous connaissons depuis longtemps, nous avons fait la même école du bois dans le Jura. Ce rachat va nous permettre d'être sur un marché où nous n'étions pas fortement présents, celui du particulier», explique le dirigeant de l'entreprise spécialisée dans les aménagements en bois et en verre des espaces de vie et de travail dans les entreprises, les maisons de retraite, les bâtiments publics. Avec Menulor (société d'Ars-sur-Moselle acquises en 2014), la Menuiserie Jean-Paul Maire vient renforcer les champs d'investigation de l'entreprise familiale. D'autres projets sont dans les cartons. Pas impossible de voir prochainement la construction d'un nouveau bâtiment adjacent à ceux actuels histoire de poursuivre un développement maîtrisé de l'entreprise.



Mobilité

Indigo lance son cyclopark à Nancy ■



Le vélo en ville, c'est bien mais faut tout de même le garer en toute sécurité ! Le gestionnaire de parking, Indigo inaugure le 24 mai son premier Cyclopark à Nancy au sein du parking Joffre Saint-Thiébaud. Cet espace sécurisé, accessible permet de garer son fidèle destrier à deux roues. Il est également possible de disposer d'outils pour son entretien et de recharger sa batterie pour les VAE (Véhicules à assistance électrique).

Commerce

La Grande Épicerie Générale de Nancy accélère ■

La Grande Épicerie Générale de Nancy s'agrandit ! Installée à l'origine rue Saint-Nicolas, la coopérative s'est délocalisée, en octobre 2020, avenue du XX^e corps. Une superficie multipliée par trois. La Grande Épicerie Générale de Nancy c'est 68 fournisseurs dont 41 régionaux. Chaque coopérateur a accès à des produits locaux, bio ou encore éthiques. En contrepartie, une participation de 3 heures toutes les quatre semaines à la gestion du magasin est obligatoire. Ce «magasin en urac» s'inscrit dans une démarche où le consommateur est acteur de sa consommation. Il participe aux choix des produits et contribue à la vie du supermarché. «Si une personne ne trouve pas un produit, elle peut faire une proposition d'ajout dans le classeur des références», explique Christelle Chevalley, présidente de l'association. «C'est le faire ensemble», ajoute Éric Grall, coopérateur. En fonction des prix des producteurs, une marge fixe de 20 % sur la vente de tous les produits a été établie. Après l'acquisition de trois étagères urac d'une valeur de plus de 12 000 € et d'une chambre froide, la Grande Épicerie Générale veut s'agrandir. Au sein de l'association, c'est plus de 200 coopérateurs actifs. En novembre 2021, la coopérative a recruté sa première salariée en CDI, Virginie Joalland. Pour la rentrée en septembre 2022, un jeune en service civique rejoindra les rangs du supermarché.



Énergie

La CC du Bassin de Pompey opte pour l'autoconsommation collective d'électricité ■

Laurent Trogrlic, président de la Communauté de Communes du Bassin de Pompey, et Jean-Baptiste Arnould, directeur territorial Enedis en Meurthe et Moselle, ont signé, la semaine dernière une convention pour acter la mise en place prochaine d'une autoconsommation collective d'électricité sur le Bassin de Pompey en présence d'Odile Begorre - maire, vice-présidente déléguée aux innovations territoriales et environnementales, aux transitions et mutations. Le projet de la Communauté de Communes consiste à produire l'électricité à partir de la centrale photovoltaïque installée sur le site de la déchetterie à Frouard réhabilitée en 2021. 500 m² de panneaux solaires ont été installés sur la toiture des hauts-vents. L'électricité ainsi produite sera consommée sur place mais également grâce à ce partenariat au sein du siège de l'intercommunalité et de la piscine intercommunale à Pompey. Une action qui s'inscrit au cœur des engagements du territoire en matière de lutte contre le changement climatique. Ce dispositif donne la possibilité à la collectivité de concilier développement des énergies renouvelables et réduction de ses factures d'électricité. Enedis, acteur clé de la transition écologique, accompagne actuellement huit autres projets en Lorraine. Ce projet est le deuxième à entrer en fonctionnement dès cette année.



Restauration

Le tout jeune Café Cuba place Carnot ■



Mojitos à gogo (avec modération) ! Depuis le 10 mai, un tout nouveau bar s'est installé place Carnot à Nancy, le Café Cuba. Il remplace le Petit Carnot, fermé le 22 avril dernier. Nouveau bistrot, nouvelle ambiance. Cuba, ce pays d'Amérique du Nord a été choisi par la direction du bar pour la bonne humeur, la bienveillance, la fête et la chaleur humaine. Le match parfait

avec Benoît Denis, le nouveau commandant du bar, situé place Carnot à Nancy. La restauration, il connaît très bien. Ancien de la brasserie L'Excelsior à Nancy, un ancien collègue lui a proposé le Café Cuba. «Lorsque l'on m'a suggéré de prendre la gérance du bar, j'ai dit "oui" sans hésitation», explique Benoît Denis. À la carte, des plats typiques cubains pour le déjeuner, et des mojitos avec le choix entre neuf rhums différents, sans oublier les bières à la pression (à consommer avec modération). Outre le côté restauration, la fête est à l'honneur. «Tu viens ici pour l'ambiance. Le soir, le Disc-Jockey augmente le volume de la musique, on allume les lyres pour ressembler à une boîte de nuit et tout le monde danse la salsa», raconte le nouveau pilote du Café Cuba. «Je veux que les gens s'arrêtent et se sentent à Cuba le temps d'un repas.» Pour les adhérents des guinguettes, elles reviendront mi-juin. Quatre bars s'allieront lors de ces rendez-vous sur la place Carnot. Le Pub Mac Carthy, l'Académie, le Boulevard et le Café Cuba. Le nouveau comptoir est prêt à faire voyager quiconque rentrera.

Santé - Audio

Audition Stanislas à l'écoute à Lunéville ■

À l'écoute, un peu normal pour des audioprothésistes ! Émilie Wattelet et Grégoire Ligier viennent d'ouvrir, du côté de l'avenue de Gerbéviller leur maison d'audition, Audition Stanislas. Ces deux anciens professionnels d'un grand groupe du secteur ont décidé de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale, histoire d'être plus en phase avec leur approche du métier. Bien-être auditif, bilan auditif personnalisé, prise en charge des acouphènes, accompagnement sur mesure, le tout avec un souci de veille technologique, sont proposés. «Nous avons souhaité nous installer dans une zone périurbaine et non pas à Nancy histoire de proposer une offre adaptée là où elle était peu présente», assurent les deux cogérants. Dans cette logique, Audition Stanislas est également présent à Commercy. Pour le moment au cœur de la pépinière d'entreprises de la ZAE La Louvière. D'ici deux ans, la construction de leur structure meusienne devrait être opérationnelle.



Télécommunications

Couage Nancy devient Altitude Infra Grand Nancy ■

Changement de nom pour la délégation d'initiative publique fibre de Meurthe-et-Moselle ! À la suite du rachat de Couage par Altitude Infra, l'opérateur vient de renommer cette délégation en Altitude Infra Grand Nancy. La délégation de service publique, confiée à l'opérateur Altitude Infra pour objectif de finaliser la construction du réseau fibre du Grand Nancy (soit à ce jour 1 500 prises restantes sur les 24 400 du projets sur le territoire). Avec la reprise d'une partie des réseaux de Couage, Altitude Infra, opérateur d'infrastructures télécoms indépendant en France (avec plus de 5 000 000 de prises contractualisées), «souhaite renforcer sa dynamique locale et assurer au Grand Nancy une qualité de services portée par la dynamique globale de l'entreprise», explique l'opérateur.

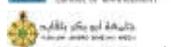
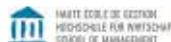
Emmanuel VARRIER et Max RAGAZZI

Le Peel toujours à l'heure internationale !

Initié en 2021 au cœur de la crise Covid, ce partenariat de 15 universités du monde entier permet à des étudiants-entrepreneurs de tous horizons de se rencontrer et de développer leur réseau professionnel au-delà des frontières. Le principe reste le même, tous pitchent en anglais leur projet. Cette année, nous avons réunis 27 participants et 17 projets ont été présentés. Au total, ce sont plus de 50 personnes qui ont participé à ces sessions.



International@Home
by Peel



Santé

I-Virtual noue un partenariat avec Nouveal ■

Gérée par Gaël Constancin, I-Virtual est une entreprise spécialisée dans le traitement d'images et de données pour la santé et le bien-être. Afin d'optimiser la télésurveillance médicale des patients, l'entreprise messine vient de nouer un nouveau partenariat avec Nouveal. Une première en Europe en matière de télésurveillance médicale. Cette collaboration a pour objectif d'améliorer l'expérience des patients et l'efficacité des prises en charge. Dans ce cadre, la plateforme Nouveal intègre la solution de mesure de paramètres physiologiques par simple selfie, Caducy by I-Virtual. La combinaison entre ces deux solutions va considérablement sécuriser le retour et le maintien des patients



© I-Virtual

à domicile. «Ce partenariat avec Nouveal est hautement stratégique pour i-Virtual et permet de valider l'intérêt de notre solution de mesure de paramètres physiologiques par selfie dans le cadre de la télésurveillance des patients. En simplifiant les relevés en vie réelle, nous avons l'ambition d'accompagner Nouveal dans sa mission de simplifier les usages et de rendre l'accès aux services de santé plus efficaces», souligne Gaël Constancin, CEO et cofondateur d'I-Virtual. Pour Guillaume Fayolle, cofondateur de Nouveal, la solution Caducy permettra également de faciliter la mesure et la collecte de plusieurs paramètres physiologiques du patient en une seule opération, en tout lieu et à tout moment.

Insertion

Le GEIQ Indus Interpro Lorraine souffle ses cinq bougies ■

Mise en place en 2017, le GEIQ Indus Interpro Lorraine met des salariés en alternance à disposition des entreprises industrielles lorraines. Aujourd'hui, la structure fête ses cinq ans d'existence. Depuis sa création, plus de 300 contrats ont été signés et plus de 70 % de sorties vers un emploi pérenne. Afin de proposer des services adaptés à la réalité du marché du travail à d'autres secteurs d'activité, une antenne Interpro a rejoint l'industrie depuis 2021. Ces deux structures qui composent Aemploi Lorraine ont déjà pu convaincre 66 entreprises, qui cherchent à pérenniser l'emploi des personnes en reconversion, en leur permettant l'accès à un emploi durable à la suite de leurs parcours de formation et de qualification.

Industrie textile

Le groupe Dodo fête ses 85 ans ■

Le groupe Dodo, dont le siège se situe à Saint-Avoild, fête en 2022 ses 85 ans. Spécialiste dans l'univers du sommeil et du confort, le groupe mise sur la diversité et la complémentarité de ses pôles de compétences pour se développer davantage. En 2021, il a enregistré un chiffre d'affaires de plus de 180 millions d'euros. Soit une croissance de 20 % par rapport à l'année dernière. «Certes la crise sanitaire a été accompagnée d'une expansion du marché de l'équipement de la maison, mais nous avons surtout réussi à accroître nos parts de marché. Cela a été possible grâce à la puissance de nos marques et à l'effort considérable qui a été réalisé en communication, notamment digitale. C'est aussi l'agilité de nos sites de production français et l'anticipation de nos équipes supply chain qui ont permis d'honorer nos commandes en forte croissance», explique Jonathan



© Le groupe DODO

Hannaux, directeur adjoint du groupe Dodo. Grâce à la santé financière du groupe et à la bonne vision de ses dirigeants, l'entreprise a pu saisir toutes les opportunités qui se présentaient. «La récente acquisition du groupe ACF a aussi conforté le dynamisme de notre projet industriel français», poursuit-il. Le groupe Dodo possède 7 sites industriels et emploie 900 collaborateurs.



© Fonds de dotation Mercy

Rendez-vous

Le Fonds de Dotation Mercy organise un colloque sur la santé et la sécurité au travail ■

En partenariat avec le Cabinet Iochum Giso, le Fonds de Dotation Mercy organise un colloque sur la santé et la sécurité au travail. L'événement aura lieu le 3 juin 2022 à l'Arse- nal de Metz. L'objectif de cette journée est de sensibiliser aux problématiques de la santé et la sécurité au travail mais également de diffuser les nouveaux dispositifs et toutes les avancées dans ce domaine dont technologiques. La matinée sera principalement consacrée à «La santé et la sécurité au travail au service d'une performance globale». Parmi

les intervenants : Fabien Cailly, président du GIM Est, Thierry Pollratzky, directeur administratif et financier du groupe Axia Interim et Jacques Perrin, directeur des ressources humaines au groupe Demathieu Bard. L'après-midi sera dédié aux nouvelles technologies et les nouvelles formes de travail pour une projection à l'horizon 2030. Il sera marqué par des interventions courtes et des tables rondes d'acteurs et d'experts du monde judiciaire, économique et universitaire.

Industrie

Viessmann Faulquemont fête ses 50 ans ■

Entreprise familiale allemande, Viessmann fête ses 50 ans d'implantation en Moselle. Centre de compétence industriel de Viessmann en matière de ballons d'eau chaude et de systèmes solaires, Faulquemont est le deuxième site du groupe en termes d'importance, avec 900 salariés. Il s'est imposé comme une véritable vitrine de la réussite de la politique de proximité défendue par le groupe. Il a précisé, dans un communiqué de presse, que l'implantation du site dans l'Est de la France, reposait en effet sur l'ambition du Groupe de consolider son ancrage régional pour se rapprocher de ses différents marchés, tout en contribuant parallèlement au développement de l'emploi dans une région à la recherche d'une reconversion industrielle. Siège social pour la France, l'usine mosellane assure le développement, la production et la distribution de chaudières à condensation, et des systèmes de régénération d'air. Avec une dizaine d'années d'expérience, le centre de compétences de Viessmann Faulquemont dispose de toutes les ressources pour concevoir, développer et valider ses nouveaux produits.



© Viessmann

Événementiel

Le salon «Tomorrow in Motion» bientôt à Metz ■



Le Pôle Véhicule du Futur, la CCI Grand Est et les partenaires du projet PAE, organisent le Salon Tomorrow in Motion. L'événement se déroulera les 14 et 15 juin au Parc des Expositions de Metz. Il s'agit d'un rendez-vous transfrontalier qui met à l'honneur les perspectives business offertes par la région. Durant deux jours, la manifestation regroupera des industriels et des élus de la grande région et des territoires voisins. Ceux-ci auront la possibilité de partager leur expertise et leur point de vue sur les thématiques des transitions énergétiques et numériques. Au programme, des conférences plénières, des tables rondes, des visites d'entreprises, et une soirée de réseautage.

Forbach

Alexandre Cassaro visite l'entreprise Élysée Cosmétiques ■

Le 10 mai dernier, Alexandre Cassaro, maire de Forbach, a visité l'entreprise Élysée Cosmétiques. L'événement s'est déroulé en présence de Fabienne Beauvais, conseillère régionale, Christelle Loria-Manck, conseillère départementale et de Sabrina Hassinger, conseillère communautaire. Implantée à Forbach, Élysée Cosmétiques est parmi les acteurs majeurs dans le domaine de l'aérosol cosmétique. Elle produit près de 1 200 références dont plusieurs marques nationales comme Rituals, plusieurs marques de distributeurs et la gamme O'lycée. Depuis 2019, ce sont 48 embauches en CDI qui ont été réalisées par l'entreprise mosellane. Actuellement, elle emploie près de 300 salariés. Élysée Cosmétiques prévoit d'investir pour moderniser l'outil de production, gagner de nouvelles lignes de production et étendre l'espace de stockage. Au niveau de ces projets elle sera accompagnée par la région Grand Est, Moselle Attractivité et la Communauté d'Agglomération de Forbach Porte de France



© Le groupe Bouché

Transport

Le groupe mosellan Bouché rachète Huber Transport ■

Créée en 1957, l'entreprise Bouché est spécialisée dans le transport, la logistique et le dépannage. Le 27 avril dernier, le groupe Bouché a officiellement racheté les sociétés Huber Transports et Huber Affrètement. Dans ce cadre, la structure mosellane s'engage à reprendre tout le personnel et Alain Huber va continuer de piloter sa société. À travers cette opération, la firme phalsbourgeoise Bouché compte atteindre sept millions d'euros de volume d'affaires supplémentaires en 2022.

SM

Tourisme

Bar-le-Duc labellisée «Ville à Vélo» du Tour de France 2022 ■

La ville de Bar-le-Duc vient d'être labellisée «Ville à Vélo» du Tour de France 2022. Ce label distingue les communes de France qui s'impliquent dans une démarche favorisant la pratique de la bicyclette. Cette année, 34 communes ont déposé leur candidature pour obtenir la labellisation, dont 28 villes qui ont participé pour la première fois. 6 villes des 80 villes labellisées en 2021 ont renouvelé leurs candidatures pour garder le label «Ville à Vélo». Cette distinction est le fruit de la mobilisation de la municipalité en faveur de la mobilité verte. Depuis plusieurs années, Bar-le-Duc a adopté une politique de promotion du vélo par le biais de différentes actions notamment l'aide à l'achat, location de vélos, soutiens au SRAV et l'aménagement de voies vertes... Ces efforts s'inscrivent dans le cadre de la mobilité alternative (le remplacement du trafic routier carboné vers des solutions écologiques).



© Pixabay

La municipalité parie de plus en plus sur le tourisme à vélo pour mobiliser davantage les jeunes autour de la pratique du vélo. C'est dans cette optique que la préfecture de La Meuse envisage de poursuivre son investissement dans l'aménagement de voies vertes sécurisées.

Partenariat

La CAGV signe une convention de partenariat avec l'ENSA de Nancy ■

Le mercredi 11 mai dernier, une réunion du Bureau de la Communauté d'Agglomération du Grand Verdun (CAGV) a eu lieu à l'Hôtel de ville de Verdun. Plusieurs sujets ont été abordés lors de



© CAGV

cette rencontre notamment la convention de partenariat entre l'École Nationale Supérieure d'Architecture (ENSA) de Nancy et la CAGV. Cette convention s'inscrit dans le cadre d'une démarche de valorisation de patrimoine bâti menée par la CAGV au niveau du centre ancien de Verdun. Le partenariat signé contribuera à la concrétisation d'un projet pédagogique et de recherche axé sur le patrimoine bâti. Cette action témoigne de la volonté de la collectivité de collaborer de près avec les laboratoires universitaires. À travers ce partenariat, les deux parties signataires se sont retrouvées à la confluence de leurs intérêts dans plusieurs sphères. Cette démarche a une double vocation. La première mission est de concourir à la réflexion sur la meilleure adéquation du logement aux enjeux d'une centralité et aux côtés des écoles et universités. Le second objectif consiste à mobiliser de nouveaux professionnels du logement en soulevant les problématiques de la filière de production de logement.

Emploi

Forum des métiers au Pôle Culturel à Clermont-en-Argonne ■

La communauté de communes Argonne-Meuse et la MSA, en partenariat avec la commune de Clermont, le département Meuse, la région Grand Est, l'Association nationale emploi formation en agriculture, Ose l'agriculture, Pôle emploi, le collège d'Argonne, ont organisé un forum des métiers, le mercredi 11 mai dernier, au Pôle Culturel. Cet événement a pour objectif de favoriser l'insertion professionnelle sur le territoire tout en mettant en avant les secteurs qui recrutent le plus. Destinée aux collégiens et à toute personne en phase d'insertion ou de reconversion professionnelle, cette mani-

festation a permis aux jeunes de s'informer sur les perspectives d'emploi dans leur territoire. Lors de cette rencontre, plusieurs acteurs économiques (entrepreneurs, artisans, commerçants...) ont été présents pour répondre aux préoccupations des jeunes sur les opportunités d'emploi du territoire Argonne-Meuse. Au programme, des ateliers dédiés aux collégiens et d'autres réservés aux adultes ont été organisés (atelier de mise en situation pour perfectionner son savoir-être lors d'un recrutement, villages métiers, speed-dating avec les acteurs économique qui recrutent...).



© Maison des Associations



Clermont-en-Argonne

Le laboratoire de la boulangerie de la Place a été ravagé par les flammes ■

Le laboratoire de la boulangerie-pâtisserie de la Place, se trouvant place de la République a été complètement ravagé par les flammes, le mardi 3 mai. Le feu a pris aux alentours de 21 heures. Une trentaine de sapeurs-pompiers des casernes Clermont-en-Argonne, Seuil-d'Argonne, Verdun, Bar-le-Duc et Val d'Argonne ainsi que les gendarmes de la communauté de brigade de Clermont-en-Argonne se sont rendus sur place afin de maîtriser l'incendie et limiter les dégâts. Pour éviter la propagation du feu dans les locaux jouxtant le laboratoire, deux équipes de sapeurs-pompiers sont intervenues, la première a détruit la partie toiture pour avoir accès à la charpente brûlée alors que l'autre équipe est passée par le dessous en dégagant le faux plafond. En peu de temps, les sapeurs-pompiers ont réussi à circonscire l'incendie mais malheureusement, les dégâts ont été lourds pour le jeune couple propriétaire de la boulangerie. Vu que le laboratoire communique avec l'habitation du couple, celle-ci a été totalement détruite. Le couple a pu être relogé chez des proches.



© SDIS 55

Verdun

Valtris Champlor signe un contrat d'approvisionnement avec EMC2 ■



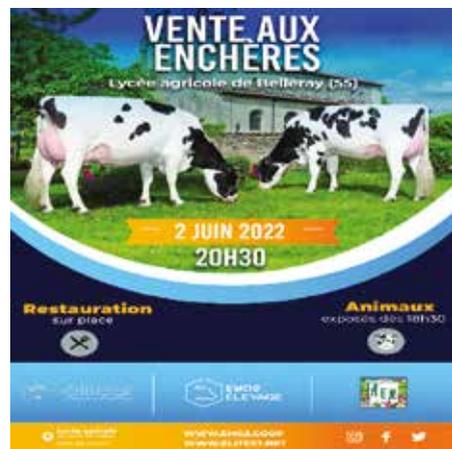
© EMC2

En vue de renouveler sa flotte de véhicules poids lourds, EMC2 s'est orientée depuis 2018 vers l'énergie renouvelable avec le carburant vert à base d'huile de Colza B100. La coopérative agricole a signé un contrat d'approvisionnement avec la société Valtris Champlor. Implantée à Baleycourt, l'usine Valtris a officialisé un partenariat local avec EMC2 visant à consolider leur coopération via la fourniture en biocarburant. Un nouveau réservoir de stockage de B100 a été installé sur le site EMC2 de Mars-la-Tour. Cette cuve, d'une capacité de 20 000 litres, remédiera au problème d'approvisionnement de la flotte de véhicules d'EMC2. Elle sera renouvelée en partie et les nouveaux véhicules rouleront au B100. La coopérative envisage d'approvisionner 25 % de sa flotte par le biocarburant d'ici 2027.

Agriculture

Élevage : vente aux enchères au Lycée agricole de Belleray ■

Le jeudi 2 juin à 20 h 30, EMC2 Élevage, Elitest et l'AEM (Association des éleveurs meusiens) organiseront la traditionnelle vente aux enchères au Lycée agricole de Belleray. Après deux éditions annulées à cause de la crise sanitaire, les agriculteurs du département seront réunis à nouveau et pourront acquérir une des meilleures sélections d'animaux. Cette sélection a été réalisée en ferme par une commission comprenant EMC2 Élevage, Elitest et l'AEM. Cette année, les agriculteurs participants proposeront plusieurs espèces d'animaux (typés viande, sans corne, des vaches et génisses de plusieurs sélection génétiques...). La qualité est au rendez-vous grâce à plusieurs critères mis en place par la commission de recrutement notamment la généalogie, la morphologie, l'évaluation à base de la progéniture. Il est à souligner que tous les animaux exposés sont inscrits au livre zootechnique de l'Établissement Départemental de l'Élevage.



© EMC2



© Pixabay

Gondrecourt-le-Château

L'ONF déploie les drones pour établir une cartographie précise du peuplement forestier ■

Dans le cadre de sa stratégie de lutte contre le réchauffement climatique, l'ONF a recours aux nouvelles technologies. Deux drones ont survolé une forêt communale pour effectuer une cartographie précise de l'état des lieux du peuplement forestier et de la topographie des sols. Les deux drones utilisés dans cette étude permettront à l'ONF d'avoir les coordonnées GPS de chaque arbre du bois communal en question. En effet, la parcelle 5 du canton des Founots a subi significativement les répercussions du réchauffement climatique d'où la décision de l'ONF de faire appel aux drones pour examiner de près les causes et les conséquences de la sécheresse sur les bois de Gondrecourt-le-Château. L'étude est menée, conjointement par la société DBI, de Metz et la cellule drone de l'ONF de Nancy. Grâce à cette expérimentation, l'ONF disposera d'une base de données scientifiques et précises, qui sera d'ailleurs mis à jour périodiquement, celle-ci permettra à l'ONF de trouver, au fur et à mesure, des solutions adaptées selon les données recueillies par les drones.

LR

Infrastructure

La fréquentation de la nouvelle aire de Mirecourt en progression ■



© camping-car park

En concertation avec la municipalité, camping-car Park, premier réseau européen d'aires d'étape et de services pour le stationnement sécurisé des camping-cars, a récemment dévoilé le bilan de la fréquentation de la nouvelle aire de Mirecourt. Installée au centre-ville, la nouvelle aire a accueilli, depuis son ouverture, le 7 mars 2022, environ de 500 camping-caristes français et près de 180 d'autres en provenance des pays voisins, notamment, l'Allemagne (23 %), la Belgique (16 %), les Pays Bas (7,6 %) et la Suisse (2,5 %). Elle se caractérise par son emplacement stratégique, à proximité des commerces, du Musée de la lutherie et de l'archèterie françaises. D'une capacité de 20 places, la structure contribue à l'attractivité économique du territoire. Un couple de camping-caristes dépense quotidiennement 52 euros en moyenne. La grande partie de cette somme est dédiée aux acteurs économiques locaux (40 euros).

Emploi

Des portes ouvertes et «Job dating» au CFA Papetier de Gérardmer ■

Le CFA Papetier de Gérardmer a organisé, le samedi 21 mai, une journée portes ouvertes. Une séance de «Job dating» s'est tenue à la même occasion. En pleine expansion, le secteur du papier-carton recrute. Lors de l'événement, une quarantaine d'offres d'alternances ont été proposées par des entreprises, implantées dans les Vosges, dans le Grand Est et dans d'autres régions de l'Hexagone. Elles sont accessibles dans



© CFA Papetier

trois grands domaines, notamment la production du papier, sa transformation ainsi que la maintenance des équipements de production. Les alternants inscrits au CFA poursuivent une formation qui leur accorde d'obtenir un Bac Pro PCEPC (Procédés de la Chimie de l'eau et des papiers cartons), un BTS Pilotage de Procédés et un Bac Pro PLP (Pilote de Ligne de Production) ou encore des certifications professionnelles dans les spécialités : maintenance papetière, production et transformation du papier.

Tourisme

Le Club Vosgien souffle sa 150^e bougie ■



© Fédération Club Vosgien

À l'occasion de son 150^e anniversaire, le Club vosgien, qui a vocation à promouvoir le tourisme pédestre dans les Vosges, vient d'organiser une manifestation d'ouverture des sentiers. Neuf randonnées gratuites ont été proposées en plus d'une initiation à la marche d'orientation. Le club regroupe aujourd'hui 28 000 membres et 13 000 bénévoles, qui s'engagent annuellement à entretenir 20 000 km de sentiers, à former des guides de randonnées, à mettre en place des équipements touristiques et à valoriser le patrimoine régional. Pour fêter l'événement, le Club vosgien a organisé plusieurs temps forts, entre autres, rallyes d'orientation, jeu de piste, initiation au balisage, conférences et expositions.

Transport

Éloyes : Mauffrey Academy organise des portes ouvertes ■



© Mauffrey Academy

Unique en France, le centre de formation Mauffrey Academy d'Éloyes a organisé, samedi 14 mai, des portes ouvertes pour permettre au grand public de découvrir les nouveaux locaux. Lors de l'événement, les visiteurs ont échangé avec les équipes d'encadrement de l'académie, ont découvert les locaux de l'établissement et ont participé à des ateliers de prévention routière. Ils ont également assisté à des baptêmes de poids lourds et à un atelier biathlon, animé par les partenaires biathlètes des équipes Mauffrey. Construite sur un terrain de six hectares, sur la zone de la Plaine, dans la commune d'Éloyes, la structure propose à ses apprentis, des formations aux métiers du transport, dispensées du CAP au Bac +2. En plus des espaces d'apprentissage, elle met à leur disposition plusieurs lieux de services, à savoir : atelier, simulateur de conduite, pistes de conduite, salle de sport, crèche ainsi que des hébergements.

Entreprise

La maison Thiriet ouvre un nouveau Food Place à Sainte-Marguerite ■



Un nouveau Food Place de la Maison Thiriet s'installe à Sainte-Marguerite. Cet espace, dédié à la gastronomie française, propose des dégustations gourmandes. Étendue sur une superficie de 1 500 mètres carrés, ce dernier a été inauguré le 26 avril dernier. Situé rue Ernest Charlier, l'en-

seigne met en avant les meilleurs produits des commerçants locaux. Fondée en 1966 par Claude Thiriet à Éloyes, dans les Vosges, la Maison Thiriet propose aujourd'hui 24 parfums de crèmes glacées et de sorbets surgelés. Malgré la crise sanitaire, elle a enregistré, en 2020, une hausse de 30 % de son chiffre d'affaires, grâce notamment à un fort recours à son service de livraison à domicile et de click and collect.

Rendez-vous

Le Speed Dating «transmission-reprise d'entreprise» favorise les échanges entre cédants et repreneurs d'entreprise ■



© CCI Vosges

Sous l'égide de la CMA des Vosges, la CCI des Vosges, la région Grand Est et les acteurs vosgiens du Pacte de Transmission Reprise, la journée spéciale «transmission-reprise d'entreprise», s'est déroulée le 10 mai dernier, à la mairie de Gérardmer. Ce temps fort a mis en relation les cédants et les repreneurs d'entreprises. Dédié à l'accompagnement des futurs repreneurs, il a regroupé plusieurs experts de la transmission-reprise d'entreprise, notamment des conseillers en transmission, des experts-comptables et des juristes. Cet événement qui fait partie intégrante du programme d'accompagnement à la transmission, Pacte Transmission-Entreprise, établi par la région Grand Est, à trois vocations : soutenir, conseiller et identifier les repreneurs potentiels. Dans les Vosges, un artisan sur quatre cède son entreprise dès l'âge de 55 ans, soit environ 3 115 artisans vosgiens.

Agriculture

La ferme aquaponique de Chaumousey inaugurée ■



© Noémie Charpentier

Créée en 2018 par Noémie Charpentier, la ferme aquaponique de Chaumousey a été inaugurée le samedi 7 mai dernier. La structure oriente son activité vers le maraîchage et l'élevage de poissons. L'enseigne regroupe des bassins dédiés à l'élevage de carpes Koï et de poissons rouges. La production maraîchère via un système d'aquaponie est aussi assurée sur place. Pour faire avancer son projet «L'avenir est dans l'assiette», Noémie Charpentier a mis en place un financement participatif. Entre 2019 et 2021, elle a décroché trois prix, à savoir le 1^{er} prix des créatrices lorraines, le 1^{er} prix des initiatives nationales et le 2^e prix des Clubs Soroptimist. La ferme propose des fruits et des légumes de saison ainsi que des œufs de poules. Elle commercialise aussi des engrais pour les plantes vertes, mais aussi des poissons rouges et des carpes koï pour les aquariums et les bassins d'ornement. Pour mettre en avant l'aquaponie, la structure organise des formations et des visites autour de la thématique «À la découverte de l'aquaponie».

Artisanat

La CMA Grand Est a organisé le premier salon de la reconversion professionnelle ■

La Chambre de métiers et de l'artisanat (CMA) Grand Est a organisé, le vendredi 13 mai, la première édition du salon de la reconversion à Épinal. L'événement visait à présenter les différents dispositifs, établis par la CMA ainsi que ses différents partenaires. Pour une reconversion réussie, la manifestation a proposé les dispositifs mis en œuvre par la CMA et ses partenaires, notamment le bilan de compétences, les dispositifs d'accompagnement, les formations continues, les formations diplômantes, ainsi que les démarches d'aide et de reconversion professionnelle. Yves Séguy, préfet des Vosges, a participé à ce rendez-vous, tenu dans les locaux de la CMA à Épinal et qui s'adressait aux personnes souhaitant changer de carrière en se lançant dans un nouveau projet. Quel que soit leur âge ou leur profession, ils ont pu découvrir l'ensemble des démarches en une seule journée.



© Préfecture des Vosges

JM

SILVER ÉCONOMIE

Mobilaug : passerelle entre l'univers de la Santé et du Bâtiment ■

MOBILAUG, SPÉCIALISTE DE L'AMÉNAGEMENT DE LOGEMENTS POUR LES SENIORS ET LES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP, VIENT D'OUVRIER SA PREMIÈRE AGENCE EN LORRAINE DU CÔTÉ DU PARC EIFFEL ÉNERGIE À POMPEY. PILOTÉ PAR ÉRIC LALLOUÉ ET SÉBASTIEN CLAUDEL, CE SPÉCIALISTE DE LA MOBILITÉ AUGMENTÉE AFFICHE UNE APPROCHE BASÉE SUR L'ÉCOUTE DES RÉELS BESOINS ET S'INSCRIT COMME MAÎTRE D'ŒUVRE ET INTERFACE UNIQUE LORS DE LA RÉALISATION DES CHANTIERS D'ADAPTATION. LE TOUT AVEC LE RECOURS À DES ARTISANS LOCAUX DU BÂTIMENT RÉFÉRENCÉS HANDIBAT.



La mobilité augmentée pour les seniors, les personnes en situation de handicap et les personnes à mobilité réduite ! Une nécessité sociétale aujourd'hui avec la légitime tendance du maintien à domicile le plus longtemps possible des seniors mais où les solutions réellement adaptées, version réalisation et suivi de chantier, sont encore peu de chagrin. Mobilaug, créée à Lyon par Nans Chevaux et Thibaut Chaurier, entend «répondre à un retour à domicile, un maintien à domicile ou un souhait d'anticiper son avancée dans l'âge et ceci grâce à des aménagements de qualité durables et esthétiques», explique cette franchise présente dans l'Hexagone avec une vingtaine d'agences. En Lorraine, elle est active depuis mars dernier via Éric Alloué et Sébastien Claudel et est installée du côté du Carep sur le Parc Eiffel Énergie à Pompey. «Notre objectif dans nos prestations est d'être au plus juste au niveau financier, proposer des actions facilement réalisables sans que cela soit une usine à gaz.» Philosophie affirmée des deux acolytes qui se connaissent depuis une dizaine d'années. Éric Alloué affiche douze années d'expérience comme infirmier urgentiste sur Nancy et un diplôme d'architecte, «mon mémoire de fin d'année était sur la personne en situation de handicap et la chambre d'hôpital.»

INTERLOCUTEUR UNIQUE

En se lançant dans l'aventure entrepreneuriale avec la marque Mobilaug, il concilie ses deux appétences. Des appétences additionnées aux complémentarités apportées par



Éric Lalloué et Sébastien Claudel s'affiche, avec Mobilaug, comme un tiers de confiance entre l'univers de la santé et celui du bâtiment en matière d'aménagement et d'adaptabilité des logements pour seniors.

Sébastien Claudel, vingt ans dans la sécurité incendie au compteur dans les ERP (Établissements recevant du public) précédés par des plongées en bureau d'études dans l'univers du bâtiment et de la maîtrise d'œuvre et un profil commercial affirmé. Aménagement de salles de bain pour éviter les chutes et offrir une bonne accessibilité, aménagement de cuisines pour PMR (personnes à mobilité réduite) avec plan de travail à hauteur variable et étagères escamotables, de chambres, de couloirs, d'escaliers, le tout suivi et conseiller par des ergothérapeutes pour proposer des solutions ergonomiques optimales en lien avec le niveau de dépendance des personnes. «Nous sommes une passerelle entre le monde médical et celui du bâtiment, un genre de tiers de confiance entre ces deux mondes.» Interlocu-

teur unique et maître d'œuvre coordonnant les différents artisans (électriciens, plombiers, plaquistes) dans les opérations d'aménagement, Éric Alloué et Sébastien Claudel assure la gestion de A à Z du chantier, de la conception des plans jusqu'à la réception finale et le suivi des travaux. Membre de la Capeb de Meurthe-et-Moselle, le duo s'est constitué une équipe d'artisans aux spécialités multiples et référencés Handibat (label de la Capeb ciblant les artisans formés aux nouvelles normes de construction pour les personnes à mobilité réduite). Accompagnée par Initiative Val de Lorraine, BpiFrance, le Carep ou encore France Active Lorraine, Mobilaug entend s'affirmer dans cette branche de la silver économie en pleine explosion aujourd'hui.

Emmanuel VARRIER

Une question d'écoute ■

L'écoute ! La première démarche entreprise par Mobilaug lors de l'esquisse d'une potentielle intervention. «Nos clients sont dans des situations délicates et nous sommes là pour leur apporter une solution optimale à leurs problématiques. Souvent la charge émotionnelle est forte car certaines situations sont tout simplement ubuesques», assure Sébastien Claudel se remémorant une intervention dans une famille où le père et la fille, tous deux en fauteuils roulants, ne pouvaient accéder à leur jardin et ce depuis plusieurs dizaines d'années. Un cas parmi d'autres démontrant le fossé certain entre le discours établi des politiques de santé et la réelle prise en charge, voire simplement considération, des personnes concernées.

NICOLAS DAYOT, PRÉSIDENT DE LA FÉDÉRATION NATIONALE DE L'HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

«Chaque année, nous perdons 100 campings !» ■

2022 DEVRAIT ÊTRE UNE TRÈS BONNE ANNÉE POUR LES CAMPINGS EN FRANCE. DEPUIS LONGTEMPS, ILS CONSTITUENT LE PREMIER HÉBERGEMENT ESTIVAL TOURISTIQUE DE L'HEXAGONE, ET LA PANDÉMIE A ÉLARGI ENCORE LEUR CLIENTÈLE. POUR AUTANT, LES CAMPINGS DOIVENT AFFRONTÉR PLUSIEURS DIFFICULTÉS, DONT LA DISPARITION DE CERTAINS D'ENTRE EUX...

2022, une grande année pour le camping en France ?

Nous allons réaliser une saison 2022 encore meilleure que celle de 2019. Cette dernière reste pour l'instant la plus intense de l'histoire du camping avec 129 millions de nuitées... Bien entendu, cette perspective se réalisera à condition que la guerre en Ukraine ne casse pas la dynamique actuelle, très favorable. Pour l'instant, la tendance est particulièrement bonne pour les réservations des mois d'avril, mai et septembre. Cela tient notamment à l'augmentation des séjours de courte durée. Pour l'été, la dynamique est moins spectaculaire, car les campings sont traditionnellement bien remplis à cette saison. Globalement, l'ensemble des établissements bénéficie de cette évolution, quel que soit leur nombre d'étoiles. Et au niveau géographique aussi, la croissance est plutôt bien répartie, avec des évolutions qui vont de + 10 à + 30 %. Cas un peu à part, La Corse et le Grand Est connaissent une croissance particulièrement forte, à la mesure de la baisse spécifique qu'ils avaient subie durant la pandémie. Par ailleurs, il est probable que les départements verts qui avaient connu une fréquentation inédite l'an dernier, comme les Vosges, le Jura, le Gers, le Lot, ou la Lozère, retrouvent au moins une partie de la clientèle nouvelle gagnée en 2021.



Le camping demeure le premier hébergement estival touristique de l'Hexagone.

La pandémie, qui a fait découvrir le camping à certains Français, a-t-elle représenté un tournant important pour le secteur ?

Les campings sont traditionnellement le premier hébergement touristique estival en France, avec 23 millions de clients chaque année ! Depuis 20 ans, cette activité n'a pas cessé de progresser, et l'offre s'est considérablement améliorée, avec le développement d'hébergements premium qui concentrent une partie importante de la demande. Par ailleurs, cela fait déjà une quinzaine d'années que nous assistons à une transformation qui s'est encore renforcée avec les 35 heures. Les Français ont pris l'habitude de partir sur une période de l'année plus large : les ailes de la saison se sont rallongées. En particulier, l'automne est devenu une période très fréquentée, au point qu'on peut se demander si les campings, qui pour la plupart ferment en septembre, ne vont pas rester ouverts jusqu'à la Toussaint. La dynamique est spectaculaire. Toutefois, la pandémie a joué un rôle en donnant aux Français l'envie d'aller à la campagne, de prendre l'air. Nous avons vu arriver une nouvelle clientèle CSP+ . Ne pouvant pas partir à l'étranger, elle a découvert le camping à cette occasion. Et il semble bien qu'elle soit revenue cette année. En effet, nous constatons que les locations haut de gamme se louent mieux que les emplacements nus. Cette clientèle souhaite qu'on la fasse rêver, par exemple avec des hébergements insolites.

Quels sont les freins au développement du camping ?

Plusieurs sujets très différents nous occupent aujourd'hui. C'est le cas du PGE



© Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air

«Nous allons réaliser une saison 2022 encore meilleure que celle de 2019. Cette dernière reste pour l'instant la plus intense de l'histoire du camping avec 129 millions de nuitées», assure Nicolas Dayot, président de la Fédération nationale de l'hôtellerie de plein air.

(prêt garanti par l'État) pour lequel nous demandons un étalement du remboursement. Même si la plupart des campings ont moins souffert que les autres acteurs du tourisme, le remboursement tel qu'il est prévu remettrait en cause la capacité d'investissement des établissements, indispensable pour faire évoluer leur offre. S'ils n'investissent pas, ils risquent de perdre leur attractivité. La question de l'emploi nous occupe aussi : pour 2022, il nous manque encore 20 à 25 % des ressources humaines nécessaires, en particulier dans la restauration et l'entretien ! Il ne s'agit pas encore d'une catastrophe, mais c'est déjà compliqué, notamment pour les petits établissements. Nous allons donc mettre en place une plateforme de recrutement au niveau de la branche. Et enfin, le grand sujet de fond qui nous préoccupe est celui de la disparition de nos capacités d'accueil : chaque année, nous perdons 100 campings ! Certains sont de petits, municipaux, qui perdent leurs clients faute d'évoluer. D'autres ne le peuvent pas, en raison d'un cadre juridique très contraignant. De plus, il nous faut adapter les campings existants aux conséquences des changements climatiques à venir, comme par exemple la montée des eaux.

Propos recueillis par Anne DAUBRÉE

« Il nous faut adapter les campings existants aux conséquences des changements climatiques à venir, comme par exemple la montée des eaux. »

FRAIS PROFESSIONNELS

Le remboursement peut prendre la forme d'une indemnité kilométrique forfaitaire ■



L'ENTREPRISE DOIT PRENDRE EN CHARGE LES FRAIS PROFESSIONNELS DE SES SALARIÉS. MAIS PEUT-ELLE LE FAIRE DE MANIÈRE FORFAITAIRE ? CETTE QUESTION A ÉTÉ RÉCEMMENT POSÉE À LA COUR DE CASSATION À PROPOS D'INDEMNITÉS KILOMÉTRIQUES.



L'entreprise doit prendre en charge les frais professionnels de ses salariés. Mais peut-elle le faire de manière forfaitaire ?

LA PRISE EN CHARGE PAR L'EMPLOYEUR



Les salariés peuvent être amenés à engager des frais (carburant, stationnement, utilisation du véhicule personnel à des fins professionnelles...) pour les besoins de leur activité professionnelle, inhérentes à leurs fonctions ou à leur emploi, et dans l'intérêt de leur entreprise. Celle-ci a l'obligation de les prendre en charge. Elle peut procéder de manière directe (par ex. en remettant à ses salariés un véhicule pour se déplacer et une carte de crédit pour régler leurs dépenses professionnelles). Ou rembourser ses collaborateurs des frais qu'ils ont réellement engagés sur présentation de justificatifs. Mais peut-elle également les rembourser de manière forfaitaire ? Un tel remboursement, qui ne correspond pas aux frais réellement engagés, ne pourrait-il pas constituer plutôt un complément de salaire ? Telle

est l'argumentation soutenue par une salariée à propos d'une indemnité kilométrique forfaitaire dans une affaire récemment soumise à la Cour de cassation.

LE REMBOURSEMENT SOUS FORME D'INDEMNITÉS KILOMÉTRIQUES FORFAITAIRES

Dans ce dossier, un avenant conclu entre une salariée et son employeur contenait des stipulations relatives au remboursement de ses frais de déplacements. Il indiquait que la salariée percevait :

- le remboursement de ses frais réels de déplacement engagés dans le cadre de ses fonctions sur justificatifs ;
- et une indemnité kilométrique payée mensuellement sur une base de 0,35 €/km limitée à un montant total annuel de 6 500 euros.

Un avenant conclu ultérieurement précisait que les frais professionnels quels qu'ils soient ne pourraient en aucun cas être inférieurs à 500 euros mensuels. La salariée avait été placée en arrêt de travail à plusieurs reprises. Son employeur avait initialement continué à lui verser des indemnités kilométriques. Mais il avait fini par cesser. La salariée réclamait alors un rappel. Elle soutenait que constituent un complément de rémunération les primes ne correspondant pas à des frais réellement exposés par le salarié. Et qu'un employeur ne peut modifier le contrat de travail d'un employé sans son accord, notamment pour supprimer une indemnité contractuelle. La cour d'appel a refusé de lui accorder le rappel

demandé. Elle a considéré que ce versement avait pour objet d'indemniser les frais de déplacement de la salariée et de compenser le surcoût de ceux engagés pour l'exercice de ses fonctions. Il constituait donc un remboursement de frais et non un complément de salaire. Et ce, malgré son caractère forfaitaire et le fait que son versement ne soit soumis à la production d'aucun justificatif. La simple information de sa suppression par l'employeur était donc suffisante. La Cour de cassation a donné raison à la cour d'appel. L'employeur était donc bien fondé à cesser le versement de l'indemnité kilométrique durant les périodes de suspension du contrat de travail de la salariée. Et ce, sans que cela ne s'apparente à une modification de son contrat de travail.

BON À SAVOIR

Les remboursements de frais professionnels sont exonérés de cotisations sociales dans certaines conditions et limites. Y compris certains remboursements effectués sous forme forfaitaire. Les indemnités kilométriques forfaitaires sont ainsi exonérées de cotisations sociales sans justificatif d'une utilisation conforme à leur objet dans les limites d'un barème annuellement fixé par l'administration fiscale.

Par Amélie Gianino, juriste en droit social et rédactrice au sein des Éditions Tissot pour Résolution Hebdo Éco - www.reso-hebdo-eco.com

Cour de cassation, chambre sociale, 9 mars 2022, n° 20-20.872 (une indemnité qui a pour objet d'indemniser les frais de déplacement d'un salarié et de compenser le coût des frais engagés pour l'exercice de ses fonctions constitue un remboursement de frais et non un complément de salaire. Et ce, en dépit de son caractère forfaitaire et du fait que son versement ne soit soumis à la production d'aucun justificatif. L'employeur peut donc en cesser le versement pendant les périodes de suspension du contrat de travail du salarié, sans que cela ne s'apparente à une modification du contrat).

« Les remboursements de frais professionnels sont exonérés de cotisations sociales dans certaines conditions et limites. Y compris certains remboursements effectués sous forme forfaitaire. »

DROIT

L'entreprise et les salariés ■

REVUE DE RÉCENTES DÉCISIONS DE LA COUR DE CASSATION, EN MATIÈRE DE DROIT DU TRAVAIL.

 **RÉMUNÉRATION :
PRIME**

Le droit au paiement prorata temporis d'une prime semestrielle à un salarié ayant quitté l'entreprise, quel qu'en soit le motif, avant la date de son versement ne peut résulter que d'une disposition conventionnelle ou d'un usage dont il appartient au salarié de rapporter la preuve. (Cass. soc., 6 avril 2022, n° 20-18.249).

LICENCIEMENT : PROCÉDURE

Le conseil de discipline ayant un rôle purement consultatif ne constitue pas un tribunal au sens de l'article 6.1 de la Convention des droits de l'homme et des libertés fondamentales ; les dispositions de ce texte ne lui sont donc pas applicables. Il en résulte que si l'irrégularité commise dans le déroulement de la procédure disciplinaire prévue par une disposition conventionnelle ou un règlement intérieur est assimilée à la violation d'une garantie de fond et rend le licenciement sans cause réelle et sérieuse lorsqu'elle a privé le salarié des droits de sa défense ou lorsqu'elle est susceptible d'avoir exercé une influence sur la décision finale de licenciement par l'employeur, elle n'est pas de nature à entacher le licenciement de nullité. (Cass. soc., 6 avril 2022, n° 19-25244).

**LICENCIEMENT ÉCONOMIQUE :
MOTIF**

La cessation d'activité complète et définitive de l'entreprise constitue en soi un motif économique de licenciement. La seule circonstance que d'autres entreprises du groupe aient poursuivi une activité de même nature ne fait pas, par elle-même, obstacle à ce que la cessation d'activité de la société soit regardée comme totale et définitive. (Cass. soc., 6 avril 2022, n° 20-23.234).

**RUPTURE CONVENTIONNELLE :
MODALITÉS**

Seule la remise au salarié d'un exemplaire de la convention de rupture signé des deux parties lui permet de demander l'ho-



mologation de la convention et d'exercer son droit de rétractation en toute connaissance de cause. Une cour d'appel ne peut débouter le salarié de sa demande de nullité de la rupture conventionnelle, sans constater qu'un exemplaire de la convention de rupture lui a bien été remis. (Cass. soc., 13 avril 2022, pourvoi n° 20-22895).

**SANTÉ AU TRAVAIL :
INAPTITUDE**

Le salarié inapte dont le licenciement est dépourvu de cause réelle et sérieuse, en raison d'un manquement de l'employeur à l'obligation de reclassement, a droit à l'indemnité compensatrice de préavis. (Cass. soc., 13 avril 2022, pourvoi n° 21-10525).

**PROMESSE D'EMBAUCHE :
VALIDITÉ**

La promesse unilatérale de contrat de travail est le contrat par lequel une partie, le promettant, accorde à l'autre, le bénéficiaire, le droit d'opter pour la conclusion d'un contrat de travail, dont l'emploi, la rémunération et la date d'entrée en fonction sont déterminés, et pour la formation duquel ne manque que le consente-

ment du bénéficiaire. Une proposition ne vaut pas contrat de travail lorsque les pourparlers sur la détermination de la part variable de la rémunération se sont poursuivis. (Cass. soc., 13 avril 2022, pourvoi n° 20-22454).

CDD : RECOURS

Au vu de la durée totale des contrats à durée déterminée de la salariée, soit 726 jours (dont 10 mois pour le remplacement d'une même salariée en congé maternité, puis en congés payés), sur une période de quatre années et demie, la cour d'appel avait retenu que les CDD conclus étaient distincts et autonomes. Elle avait constaté que 23 des 37 contrats avaient été conclus pour des remplacements, dont elle avait relevé le caractère partiel, de salariés absents (congés payés, maternité, maladie) et qu'aucune irrégularité n'était démontrée de ce chef. Pour la Cour de cassation, la cour d'appel a pu, faisant ressortir l'absence de recours systématique par l'employeur au CDD pour faire face à un besoin structurel, en déduire qu'aucun élément ne venait démontrer que l'intéressée occupait un emploi permanent dans l'entreprise. (Cass. soc., 13 avril 2022, pourvoi n° 21-12538).

*François TAQUET, avocat,
Spécialiste en droit du travail et protection sociale*

DU 24 MAI AU 15 JUIN 2022

MARDI 24 MAI

Grand Test, couveuse d'entreprises, organise, à partir de 9 h 30, dans ses locaux de Bliida à Metz, une réunion d'information pour faire découvrir le principe de couveuse d'entreprises.



Dans le cadre d'un parcours échelonné de six à trente-six mois, le couvé lance son activité suivant un cursus adapté répondant à ses besoins et ses objectifs. Au programme : faire grandir son projet, se former, structurer les outils nécessaires et sécuriser son démarrage d'activité. Plus d'infos via le mail : contact@alexis.fr.

MARDI 24 MAI

La SAEML Metz Techno'Pôles organise, à partir de 8 h 15 au centre d'affaires Cescom à Metz, une Matinale Entrepreneuriale sur le thème : «Pourquoi se faire accompagner pour réussir son projet ?» La réunion sera animée par Isabelle Kull, chargée du développement territorial et accompagnatrice de projets de créations d'entreprises chez Alexis Grand Est et Alexandre Scotto, office manager et assistant gérant de la couveuse Grand Test.

MERCREDI 25 MAI

Le pôle Entrepreneuriat de la CCI Grand Nancy Meurthe-et-Moselle organise, à partir de 9 h 30 à l'antenne de Joëuf de la CCI, ZI de Franchepré un atelier micro-entrepreneur.



Au programme : la fiscalité du micro-entrepreneur, sa protection sociale, les principes de déclaration du chiffre d'affaires, les principes de calcul des taxes et cotisations ainsi que leur recouvrement. Cet atelier est organisé en partenariat avec

la Direction des finances publiques et Acoris Mutuelles. Plus d'infos via le mail : creation@nancy.cci.fr.

JEUDI 26 MAI

Grand Test, couveuse d'entreprises, organise, à partir de 9 h 30 dans ses locaux de Bliida à Metz, une réunion d'information pour faire découvrir le principe de couveuse d'entreprises. Dans le cadre d'un parcours échelonné de six à trente-six mois, le couvé lance son activité suivant un cursus adapté répondant à ses besoins et ses objectifs. Au programme : faire grandir son projet, se former, structurer les outils nécessaires et sécuriser son démarrage d'activité. Plus d'infos via le mail : contact@alexis.fr.

VENDREDI 3 JUIN

Le fonds de dotation Mercy (fonds pour la santé au travail) organise, en partenariat avec le cabinet d'avocats lochum Guiso, à partir de 9 heures à l'Arsenal de Metz, un colloque sur le thème : «Santé-sécurité au travail : un atout pour tous !»



Objectifs : sensibiliser aux problématiques de la santé au travail, convaincre de l'importance de cette problématique et diffuser les nouveaux dispositifs mais aussi toutes les avancées dans ce domaine dont les avancées technologiques. Plus d'infos et inscriptions via le mail : contact@fondmercy.fr.

DU 4 AU 12 JUIN

La Foire Expo de Nancy tient sa 86e édition au parc des expositions à Vandœuvre autour d'une exposition événement «L'Irlande, terre de légendes».



Dans une ambiance de retrouvailles, cet événement incontournable de la

région s'articulera autour du traditionnel grand rendez-vous commercial, des journées à thèmes et de multiples animations. Plus d'infos sur le site : <https://foireexpo-nancy.com/>

LUNDI 6 JUIN

La CCI Grand Nancy Meurthe-et-Moselle organise, à partir de 18 heures au cœur de la Foire Expo de Nancy dans le hall G du parc des expositions une rencontre sur le thème «Quel partenariat sportifs lorrains-entreprises locales pour tous briller aux JO ?» Objectif : permettre une rencontre entre les acteurs du monde du sport et de l'entreprise pour promouvoir et financer sur le territoire la formation, l'insertion socioprofessionnelle et la reconversion des sportifs de haut niveau et faciliter le soutien des entreprises vers les sportifs. Plus d'infos sur le site : <https://www.nancy.cci.fr/>

MARDI 14 JUIN

L'association Avec mon avocat organise, à partir de 19 heures au Boulevard, rue Guerrier de Dumast à Nancy (en face de la faculté de Droit), un «Masterglass».



Thème annoncé de cet afterwork: «La garde à vue du chef d'entreprise : ça n'arrive pas qu'aux autres !» Il sera animé par Maître Frédéric Berna, le bâtonnier de l'Ordre des avocats du barreau de Nancy. Plus d'infos sur le portail : avecmonavocat.fr.

DU 14 AU 15 JUIN

La CCI Grand Est et les partenaires du projet Interreg Pôle Automobile Européen organisent, à Metz, le Forum Tomorrow in Motion. Durant ces deux jours, industriels, académiques et élus de la Grande Région et des territoires voisins partageront leur expertise sur l'industrie automobile et le marché de la mobilité de demain. Au programme : conférences plénières, tables rondes, essai de véhicules, soirée de réseautage. Plus d'infos via le mail : u.carel@grandest.cci.fr.

Avec ma
MUTUELLE
santé
C'EST ZEN
toute
L'ANNÉE



PROTECTION
SOCIALE
DES DIRIGEANTS
ET DE LEURS
SALARIÉS