

LA LETTRE

JUIN 2005

ÉDITORIAL

Chères amies, Chers amis,
 Il est de tradition de faire le point, lors de l'assemblée générale annuelle, des actions menées lors de l'année écoulée, il me semble indispensable de faire un point intermédiaire. Voilà déjà six mois que vous m'avez confié l'animation de l'ACREA, sans oublier l'ensemble du bureau, dont la présence et le dynamisme enrichissent le développement de votre association et m'aide efficacement dans ma mission. Mais le développement de l'ACREA, que je vais évoqué dans la suite de cet éditorial, est aussi le résultat des actions menées par mes prédécesseurs, en particulier Patrice et Dominique et leurs bureaux associés. Aujourd'hui, le poids et la représentativité locale de l'ACREA sont de plus en plus significatifs et confortent, avec une certaine fierté, les différentes actions engagées. En effet ce n'est pas un hasard si, en plus de sa présence historique au comité des prêts d'Anjou Initiative, du comité technique d'Entreprendre en Anjou, l'ACREA, est présente parmi les conseillers techniques de la CCI, présente à la commission «création» de la CCI, présente à la commission «services» de la CCI, secrétaire au conseil d'administration de l'association «Anjou Initiative», sollicitée pour animer des réunions comme celle organisée par la JCI de

Saumur sur le thème de la reprise d'entreprise et Invitée à de nombreuses manifestations. Toutes ces réunions et représentations demandent du temps et un engagement personnel important, assuré par votre président mais aussi avec dynamisme par les vice-présidents et les membres du bureau. En ce qui me concerne, en dehors des réunions propres à la vie de l'ACREA, j'ai participé à plus de 20 réunions diverses depuis le début de l'année, au cours desquelles j'ai eu le plaisir de vous représenter. Je m'efforce de répondre au maximum de sollicitation, car j'ai vraiment à cœur de vous valoriser, vous qui avez eu à la volonté de créer ou de reprendre un entreprise, en un mot être acteur de l'économie locale. Mais je ne pourrai être efficace dans ma mission qu'avec l'appui de tous, d'une part le bureau, c'est déjà acquis, (nous avons quelques idées en gestation) mais aussi vous, l'ensemble des adhérents, par vos demandes et suggestions que je pourrai rapporter lors des réunions des commissions de la CCI. J'espère avoir été explicite dans mon message : développer avec vous la représentativité et l'efficacité de votre association.

Bien Cordialement
 Votre Président - Pascal BERHAUT



LE BUREAU VOUS INFORME

- Rencontre du 27 septembre : Rencontre Club Affaires
- Lieu : La Romanerie
- Restaurant : La Romanerie

**La fable de la fourmi travailleuse**

Il était une fois, une Fourmi heureuse et productive qui tous les jours arrivait de bonne heure à son travail. Elle passait toute sa journée à travailler dans la joie et la bonne humeur, poussant même la chansonnette. Elle était heureuse de travailler et son rendement était excellent mais, malheur!... elle n'était pas pilotée par un manager.

Le Frelon, PDG de l'entreprise, considérant qu'il n'était pas possible que la situation puisse perdurer, créa un poste de manager pour lequel il recruta une Coccinelle avec beaucoup d'expérience. La première préoccupation de la Coccinelle fut d'organiser les horaires d'entrée et de sortie de la fourmi. Elle créa également un système de compte-rendu et de fiches navettes. Très vite, il fallut engager une secrétaire pour aider à préparer les dossiers et le reporting, si bien qu'elle recruta une Araignée qui mis sur pied un système de classement et qui fut chargée de répondre au téléphone.

Pendant ce temps là, la Fourmi heureuse et productive continuait de travailler, travailler, travailler.

Le Frelon, PDG de l'entreprise, était ravi de recevoir des rapports de la Coccinelle, si bien qu'il lui demanda des études comparatives avec graphiques, indicateurs et analyse de tendance. Il fallu donc embaucher un Cafard pour assister le manager et il fallut acheter un nouvel ordinateur avec une imprimante.

Assez vite, la Fourmi heureuse et productive commença à baisser de rythme et à se plaindre de toute la paperasserie qui lui est dorénavant imposée.

Le Frelon, PDG de l'entreprise, considéra qu'il était temps de prendre des mesures. Il créa donc un poste de chef de service pour superviser la Fourmi heureuse et productive. Le poste fut pourvu par une Cigale qui changea tout le mobilier de son bureau et qui demanda un nouveau fauteuil ergonomique ainsi qu'un nouvel ordinateur avec écran plat. Seulement, avec plusieurs collaborateurs, il fallut aussi installer un serveur réseau.

Le nouveau chef de service ressentit rapidement le besoin de recruter un adjoint (qui était son assistant dans son ancienne entreprise) afin de préparer un plan stratégique de pilotage ainsi que le budget de son nouveau service.

Pendant ce temps là, la Fourmi était de moins en moins heureuse et de moins en moins productive.

Il va falloir bientôt commander une étude sur le climat social, dit la Cigale. Mais, un jour, le Frelon, PDG de l'entreprise, en examinant les chiffres, se rendit compte que le service dans lequel la Fourmi heureuse et productive travaille n'était plus aussi rentable qu'avant.

Il eut donc recours aux services d'un prestigieux consultant, M. Hibou, afin qu'il face un diagnostic et qu'il apporte des solutions. Le Hibou fit une mission de trois mois dans l'entreprise à l'issue de laquelle il rendit son rapport : il y a trop de personnel dans ce service.

Le Frelon, PDG de l'entreprise, suivit ses recommandations et...licencia la Fourmi.



Ludovic de Lahaye, Ouest Vêtements Professionnels

Depuis 15 ans dans le métier, j'ai eu l'opportunité de racheter O.V.P le 1er juin 2004, une entreprise correspondant à mon parcours professionnel, en me donnant pour objectif de lui redonner rapidement une image commerciale forte (pari tenu : 3 créations de postes et 20% de hausse d'activité).

Ouest vêtements professionnels est une entreprise à taille humaine de proximité régionale spécialisée dans le vêtement de travail, le vêtement image, les chaussures de sécurité et les équipements de protection individuelle répondant aux besoins de tous les métiers (BTP, industries, collectivité, intérim, hôtellerie/ restauration et médical). O.V.P possède 3 magasins situés en centre ville d'Angers, Rennes et Le Mans, offrant un choix important d'articles et de marques, complété par une nouvelle gamme d'équipement de protection individuelle incluant les gants et lunettes de sécurité, la protection respiratoire et auditive...

Une équipe de 3 attachées commerciaux et 1 chefs des ventes suivent et développent la clientèle de PME/PMI sur les trois départements. Ils sont formés mensuellement sur les produits et les normes pour conseiller, préconiser, auditer et aider à diminuer les coûts de nos clients en leurs proposant les E.P.I les mieux adaptés.

Une plate-forme logistique a été mise en place début novembre 2004 permettant de livrer sous 24/48 h une gamme d'équipements de protection individuelle, une sélection de produits « les essentielles ».

A terme O.V.P doit être reconnu par nos clients comme un prestataire en conseil sur la protection de l'homme au travail avec un service de livraison de qualité.

Un grand merci à mon équipe , et merci à l'ACREA, une association dynamique et conviviale qui m'a permis, n'étant pas de la région, de rencontrer des gens de qualité et de m'intégrer rapidement.

Bureaux Ouest Vêtements Professionnels – 17 rue du Mail – 49100 Angers
Agence Angers – 1 rue Boisnet - 49100 Angers
Tél : 02.41.86.03.60 - Fax : 02.41.86.03.83 - E-mail : l.de.lahayeovp@wanadoo.fr

**ÇA BOUGE CHEZ LES MEMBRES****• MINI-CONVIVIALE ACREA**

Laurence Bouton n'a reçu, à ce jour, que peu de réponses pour la mini-conviviale du samedi 2 juillet 2005 chez la famille Pouplet. Merci de bien vouloir penser à lui répondre de façon à en informer rapidement la famille Pouplet.
Merci et bon après-midi

Laurence (Tél: 02.41.74.70.02)

• CHANGEMENT D'ADRESSE DE TQUALI

Marc PAUTREL - TQUALI
20 Rue de la Préfecture - 49100 ANGERS
tél / fax: 02.41.72.02.12 - e-mail(inchangé) : m.pautrel@tquali.com

• LES ATELIERS ÉCHANGES D'EXPÉRIENCES 2005

En plus de la formation, les connaissances et les compétences en gestion s'acquièrent avec le temps et la pratique quotidienne. Ce sont les expériences de chacun qu'il est utile de faire partager. C'est l'objectif du « permis de conduire échanges d'expériences » : favoriser et mutualiser les échanges entre dirigeants d'entreprises ayant les mêmes préoccupations quotidiennes.

- Ils s'adressent uniquement aux membres du Club ACREA.

- L'objectif de ces ateliers est de réunir un certain nombre de dirigeants d'entreprises autour d'un thème précis pour en débattre, échanger des expériences et quelques « recettes ».

Sans formateur, ces différents ateliers se déroulent chez les membres du bureau qui en assurent l'organisation et le bon déroulement des débats. Tous les participants sont les animateurs.

Ces échanges, à valeur ajoutée réelle, permettent aussi une meilleure connaissance des entreprises du Club.

- Ils ont lieu de 18 h 30 à 20 h 30 h chez Pascal BERHAUT (DICTYS – Le Tertre au Jau – Route de Cantenay Epinard – BP 80111 – 49001 Angers Cedex 01- 02.41.22.85.22 – dictys@dictys.fr)

- De petits groupes de chefs d'entreprises pour un meilleur échange. Plusieurs personnes d'une même entreprise peuvent participer.

- Ils sont totalement gratuits. Il est possible de suivre l'ensemble des ateliers ou bien de choisir «à la carte».

- Vos documents, contrats, outils de communication, etc.. seront les bienvenus, ils seront commentés par les participants.

- Thèmes et dates retenus

- | | |
|-----------------------------------|------------|
| - l'ouverture du capital | : 17/05/05 |
| - la rémunération des commerciaux | : 13/09/05 |
| - la transmission d'entreprises | : 15/11/05 |

CONTACT ET INSCRIPTIONS

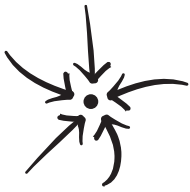
(en laissant coordonnées et thèmes choisis)

Laurence BOUTON – ACREA

02.41.74.70.00 - laurence.bouton@angers.cci.fr

• LE PETIT RANCH

Ce charmant restaurant est devenu en peu de temps la "cantine" officielle de l'ACREA, aussi pensez à réserver et n'hésitez pas à vous y rendre



I - Définitions

Internet et dérivés

- Toile : réseau mondial (à l'origine utilisé par les militaires)
- Sites internet (entreprises, individuels, associations...)
- Moteurs de recherche et annuaires (spécialisé ou non)
- Utilisateurs : 24% des français possèdent une connexion internet et +50% en ADSL

Intranet

- Réseau interne
- Extranet : réseau interne partagé par externe défini (fournisseurs, clients...)

Système de messageries

- Mail
- Fichier joint
- Répertoire (lotus note, Outlook...)

Autres outils

- Agenda partagé : lecture et modification des agendas
- Workflow : possibilité de travail en commun sur un document avec prise en compte simultanée des modifications
- Animations 3D, infographie, son et vidéo...
- Ordinateurs et dérivés de type Palm ou téléphone : capacité, mémoire, fonctionnalités...

Noms de domaine et hébergement

- Différentes extensions (.fr, .asso.fr, .avocats.fr, .com, .net, .biz, .name, etc ...)
- Organismes de gestion des noms (AFNIC pour .fr) et renouvellement
- Hébergement

II - Intégration des NTIC dans les stratégies de communication

Principes

Les NTIC sont une composante essentielle dans la mise en place d'une stratégie de communication. Dans plusieurs cas, elles ont dépassé le stade de l'outil pour devenir une véritable réflexion.

Interaction entre supports de communication

Traitement de l'information différent pour une lecture papier, mail ou intranet.

Correspondance entre supports : site internet sur affiche, renvoi de mailing vers site internet, mise en ligne sur site internet de dépliant papier, inscription en ligne...

III – Stratégie internet

Application au secteur d'activité

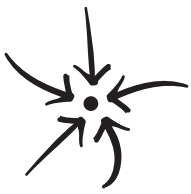
- Approche différente selon le secteur d'activité : marchand/non marchand, local ou national, produits/prestations...

Objectifs de communication

- Image
- Business
- Information
- Mode/Présence

Type de site réalisé

- Vitrine : plaquette promotionnelle de l'activité de l'entreprise et de ses produits sur internet.
- Animé/Dynamique : informations complémentaires (actualité, promotions, nouveaux produits, communiqués de presse, animations particulières...)
- Marchand : mise en ligne des produits avec possibilité de commande directe.
- Événementiel : durée de vie limitée.

**Ressources disponibles**

- Temps
- Responsable
- Règles de mise à jour

IV – Les étapes de réalisation d'un site internet**1. Analyse des besoins**

- Les bonnes questions à se poser avant de démarrer le projet
 - Pour quelles raisons aurait-on besoin de réaliser ce site ?
 - Qu'en attend-t-on ?
 - La direction de l'entreprise est-elle moteur dans ce projet ?
 - A qui sera destiné ce site ?
 - Pour en faire quoi ?
 - Quel serait le profil du responsable des informations contenues dans ce site ?
- Ce site sera-t-il :
 - Un site vitrine (informations destinées à tout le monde)
 - Un site commercial (possibilité de vendre)
 - Un site institutionnel (informations gratuites) : administrations, collectivités, ...
 - Un site d'information interne à une entreprise
 - Un site d'information interne à plusieurs entreprises
- Comment sera financé ce site ?
 - Financement de la conception et réalisation
 - Financement du fonctionnement (fonctionnement technique et animation)
 - Quelles sont les compétences existantes sur lesquelles on peut et on pourra s'appuyer pour créer et animer ce site ?
- Compétences informatiques techniques (maintenance, sécurité, programmation,...)
 - Compétences en graphisme et en communication
 - Compétences sur le contenu des informations diffusées
 - Compétences en gestion de projet et en animation d'équipe de travail

2. Réalisation du cahier des charges

- Pourquoi ce site

Les objectifs du site à court terme (1 mois après sa mise en place), à moyen terme (1 an après sa mise en place), à long terme (2 à 3 ans après sa mise en place)

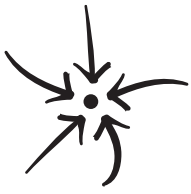
- Planification rigoureuse des étapes fondamentales :
 - Réalisation de la maquette et validation par l'équipe projet
 - Conception intégrale du site et validation
 - Définition de l'architecture globale du site
 - L'arborescence des dossiers ou documents
 - Nom de domaine du site
- Définition d'une charte graphique propre au site
- Moyens humains et matériels nécessaires pour la réalisation du site

3. Réalisation d'une maquette

La maquette comprend l'ensemble des écrans principaux du site avec pour certains d'entre eux les écrans secondaires, tertiaires,...

4. Conception intégrale du site

- Présentation du planning des opérations
- Définition des jeux de test
- Conception de l'architecture du site selon les directives fournies dans le cahier des charges
- Choix du serveur d'hébergement
- Mise en place du site



5. Animation du site

Mise en place d'un système de statistiques sur les visites du site

Référencement et promotion

Mise à jour des informations

V Retour sur investissement

1. Coûts

- Dépôt nom de domaine : 10 à 20 euros / an

- Hébergement : 50 à 500 euros / an

- Etude et Conception

Etude (cahier des charges) : 0 à 1500 euros

Site plaquette <10 pages : 1500 à 3000 euros

Site plaquette-catalogue < 50 pages : 2500 à 5000 euros

Site marchand : > 6000 euros

- Promotion : trop de possibilités différentes pour chiffrer

- Ressources internes pour animation du site et traitement des informations

2. Promotion de l'entreprise

3. Diminution du budget sur autre supports/dépenses

4. Réduction d'effectif ou réemploi du temps dégagé

5. Vente directe (supplémentaire)

6. Outils de suivi et d'évolution

VI Conclusion

La question ne se pose plus de savoir s'il faut être ou ne pas être sur Internet, mais comment.

Il s'agit donc d'inclure ce mode de communication dans une stratégie bien pensée, voire d'en faire la pierre angulaire de la politique commerciale.

Il était un temps où la conception d'un site était laissée au copain ou au neveu. Il faut au contraire intégrer le fait qu'un site véhicule l'image de l'entreprise, et donc se doit d'être professionnel. Ce professionnalisme permet de garantir un site techniquement de bonne qualité et un référencement idéal, garant d'une pérennité et d'un retour sur investissement.

10 points clés pour optimiser la visibilité de votre site auprès des moteurs :

- 1) Du contenu, du contenu et encore du contenu
- 2) Nom de domaine clé
- 3) Design et ergonomie simple et efficace
- 4) Poids de la page (moins de 50 ko)
- 5) Ajout régulier de contenu
- 6) Optimisation des pages (titre pertinent, 10 mots clés)
- 7) Etudiez vos statistiques
- 8) Soumission aux annuaires et outils de recherche
- 9) Echanges de liens
- 10) URLs le plus simple possible

le mot
d'Alfred

Alfred a décidé de vous faire travailler votre anglais :

A jobless man applied for the position of «office boy» at Microsoft.

The HR manager interviewed him then watched him cleaning the floor as a test. «You are employed» he said. «Give me your e-mail address and I'll send you the application to fill in, as well as the date when you may start.»

The man replied «But I don't have a computer, nor an email.»

«I'm sorry», said the HR manager, «If you don't have an email, that means you do not exist. And who doesn't exist, cannot have the job.»

The man left with no hope at all. He didn't know what to do, with only \$10 in his pocket. He then decided to go to the supermarket and buy a 10Kg tomato crate. He then sold the tomatoes in a door to door round. In less than two hours, he succeeded to double his capital. He repeated the operation three times, and returned home with \$60. The man realized that he can survive by this way, and started to go everyday earlier, and return late. Thus, his money doubled or tripled everyday.

Shortly, he bought a cart, then a truck, then he had his own fleet of delivery vehicles. 5 years later, the man is one of the biggest food retailers in the US. He started to plan his family's future, and decided to have a life insurance. He called an insurance broker, and chose a protection plan. When the conversation was concluded, the broker asked him his email.

The man replied, «I don't have an email.»

The broker answered curiously, «You don't have an email, and yet have succeeded to build an empire. Can you imagine what you could have been if you had an email?!!»

The man thought for a while and replied, «Yes, I'd be an office boy at Microsoft!«

Moral of the story

Internet / email is not the solution to your life.

If you don't have internet / email and work hard, you can be a millionaire.

If you received this message by email, > you are not any close to being a millionaire...

Have a great day!!!

ALFRED

P.S. - Do not forward this email back to me;
I am closing my email & going to sell tomatoes!!!