

Certifications ISO

Suivez l'exemple d'IBIS Alès

Quel que soit votre secteur d'activité, l'obtention d'une certification ISO peut valoriser votre image de marque tout en renforçant le dynamisme, la compétitivité et la valeur marchande de votre entreprise.
4 atouts, illustrés ici par l'exemple de l'hôtel IBIS.



Synergies : quels sont les intérêts des normes ISO pour votre entreprise ?

Hubert Clément : sur Alès, nous avons été des précurseurs pour la certification Qualité et depuis peu, nous venons d'obtenir l'équivalent pour l'Environnement. C'est un vrai gage d'avenir. Mettre en place un Système de Management Environnemental permet de limiter les impacts des

Témoignage d'Hubert Clément,
Dirigeant de l'IBIS Alès (Accor).
Entreprise certifiée ISO 9001 et ISO 14001.

activités, de prévenir les incidents et de fixer un plan d'optimisation des performances de l'entreprise. Tout le monde devrait s'y mettre. Si vous ne le faites pas aujourd'hui, vous serez vite dépassés : dans 5 ans, des marchés vous échapperont, les coûts de mise à niveau seront excessifs... alors n'attendez pas ! Anticiper cette situation, c'est faire une provision sur charges. Notre groupe a compris cela depuis bien longtemps. Du coup, la notion de développement durable est omniprésente dans nos équipements et services : géothermie, utilisation de lampes basses tensions, chasses d'eau à double

commande, tri sélectif... Même nos clients sont invités à faire un geste : des petits panneaux leur suggèrent d'éteindre en sortant des chambres et, via un système de cartes, ils peuvent nous indiquer s'ils souhaitent garder leur linge de la veille. C'est une démarche globale, initiée par IBIS dès 1993. Depuis, nous avons anticipé dans bien d'autres domaines. Même si la législation ne l'impose pas encore, nous faisons régulièrement effectuer un

contrôle préventif des groupes froids pour éviter la fuite de fréon. Chaque détail compte. Toutes ces actions s'inscrivent dans les engagements du groupe en matière de développement durable*. Ce sont de véritables atouts pour la communauté d'intérêts que constituent les clients, les collaborateurs, les fournisseurs et les actionnaires d'Accor. L'objectif initial reste, bien sûr, la **maîtrise des coûts**, via la prévention des risques et la réduction des dépenses liées aux consommations et déchets.

Synergies : les améliorations sont déjà visibles ?

H. C. : oui, sur Alès, l'économie annuelle réalisée sur le papier s'élève déjà à 18 % en 2005. Mieux encore, avec le passage au chauffage solaire et gaz, notre facture va s'alléger de 30 à 40 % ! Cette nouvelle façon de gérer l'entreprise demande beaucoup de rigueur, mais c'est très motivant en termes de rationalisation d'activités et de **motivation du personnel**. Cela crée une vraie **dynamique d'évolution**. Et même si la

formation des équipes mobilise du temps et des ressources, l'investissement est rentable car il optimise l'organisation générale. Tout est contrôlé, tracé, mesuré... De plus, il faut savoir que les normes ISO sont reconnues dans plus de 150 pays à travers le monde, l'entreprise cliente ne s'y trompe pas !



* Afin de fédérer toutes les initiatives du groupe dans les domaines sociétaux et environnementaux, Accor a lancé, début 2006, le programme Earth Guest, dont la devise est "La Terre nous accueille, nous accueillons le monde." L'objectif : entraîner les activités du groupe dans un cercle vertueux - les innovations bénéfiques pour l'homme et la nature servent aussi le confort des clients et la qualité du service.

NB : pour en savoir plus sur le développement durable, consultez le site du ministère ; www.ecologie.gouv.fr

A lire dans notre prochain numéro :
témoignages de Navarro Ambulance (ISO 9001)
et des Transports Capelle (ISO 14001).

Contact : Hôtel IBIS - Alès - 04 66 52 27 07 - www.ibishotel.com

LEXIQUE

Qu'est-ce qu'une certification ?

La **certification** est une procédure par laquelle une tierce partie donne une assurance écrite qu'un produit, un processus ou un service est conforme à des exigences spécifiées. Son agrégation est délivrée par des organismes indépendants des entreprises certifiées et des pouvoirs publics (source : www.industrie.gouv.fr)

Quelles sont les principales certifications volontaires ?

ISO 9001 est une certification qui garantit qu'au sein de l'entreprise agréée, le système de management de la qualité est fondé sur des principes dont l'approche processus et l'orientation client sont les plus importants.

ISO 14 001 est une certification qui garantit que la politique de l'entreprise et ses processus sont conformes aux exigences relatives à l'élaboration, la mise en œuvre, la maintenance et l'évaluation d'un système de management environnemental.

La **certification de personnel** atteste que l'entreprise agréée dispose de la compétence de professionnels pour accomplir des tâches déterminées au regard de critères préétablis. Elle vise à fournir aux clients une base d'appréciation plus objective sur la qualification professionnelle des individus.

La **certification des produits et des services** s'adresse au client final, consommateur ou utilisateur. L'approche qualité du produit (ou service) repose sur un niveau de résultat défini dans un référentiel par un ensemble de caractéristiques auxquelles le produit (ou service) doit répondre. Elle est encadrée par le Code de la Consommation (articles L 115-27 à L 115-31 et R 115-1 à R 115-12), ce qui n'est pas le cas des autres certifications.

NB : les labels (hors agro-alimentaire) et les mentions du type **contrôlé par un organisme indépendant** ne constituent pas des certifications. Ces pratiques ne sont pas encadrées par des dispositions réglementaires mais sont licites tant qu'elles n'induisent pas de confusion avec une véritable certification dans l'esprit du public.

DYNAMIQUE COLLECTIVE

Longue vie au Club des UCIA !

Ça y est : depuis le 29 avril, toutes les UCIA locales ont une entité commune, un "Club des 12", représentatif des 2.800 commerçants, artisans et professions libérales inscrits sur l'arrondissement. Dédié à la création de projets structurants, ce collectif compte impulser de nouvelles méthodes de travail et redynamiser l'attractivité commerciale des centres-villes. Pour faciliter cette démarche, la CCI, instigatrice du club, a offert à chaque président d'UCIA une mallette contenant un guide pratique de 140 pages et un CD-ROM truffés d'infos, de conseils administratifs, techniques et marketing. En ce qui concerne les projets souhaités, plusieurs propositions ont été déjà suggérées : développement de soirées-experts et de formations sur-mesure, instauration de voyages professionnels permettant l'échange d'expériences avec d'autres UCIA des petites et moyennes villes de France, lancement d'événements locaux... Un "plan de bataille" a été fixé lors de la 2^{ème} réunion du club, exceptionnellement organisée à Anduze, le 1^{er} juin. Pour en savoir plus, connectez-vous sur www.ales.cci.fr ou consultez Guilhem Léothaud, Conseiller Commerce à la CCI.



Contact CCI :
Pôle Commerce,
Tourisme
et Services
aux particuliers
04 66 78 49 49
commerce.services@ales.cci.fr

Commerces du cœur de ville Le plan FISAC Alès est accepté !

*Bonne nouvelle, le FISAC est accordé pour Alès : la 1^{ère} tranche du plan bénéficie d'une aide de 400 000€, sur un programme d'investissement global subventionné à hauteur de 2,3 M€.
Retour sur l'opération et calendrier des chantiers prévus.*

Feu vert pour la 1^{ère} tranche

Lors de sa visite du 21 avril 2005, Christian Jacob, alors Ministre des PME, du Commerce, de l'Artisanat et des Professions Libérales avait émis un premier avis favorable pour le financement d'une opération FISAC sur Alès... Son successeur, Renaud Dutreil, vient de confirmer ses dires en attribuant, le 27 avril 2006, une aide de 400 000€ pour la 1^{ère} partie de ce plan en 3 volets. À terme, le programme de modernisation du centre-ville alésien devrait obtenir près de 2,3 M€ de subventions, de quoi "boucler" l'investissement global chiffré à 12 M€.

Beau travail d'équipe

Dans un contexte de rigueur budgétaire et à un moment où les crédits FISAC connaissent un fort afflux de demandes, ce soutien de l'Etat en dit long. Preuve de l'intérêt porté à notre territoire, cette reconnaissance marque aussi la réussite d'une dynamique collective locale, née de la forte implication des UCIA réunies autour de la Ville d'Alès, du Grand Alès, de la CCI et de la Chambre de Métiers. Cette synergie s'est avérée gagnante pour Alès ; elle peut l'être

aussi pour St-Jean du Gard, Saint-Ambroix, la Grand'Combe... et toutes les villes candidates qui suivent la même démarche.

Pourquoi le FISAC a été accordé en priorité à Alès ?

Premier pôle commercial de l'arrondissement, Alès méritait d'urgence un "Fonds d'Intervention pour les Services, l'Artisanat et le Commerce".

Complémentaire au programme de rénovation lancé par la Ville d'Alès, l'aide du FISAC va redonner du souffle aux commerces du cœur de ville, des enseignes pour la plupart indépendantes, qui souffrent trop souvent de l'évasion commerciale vers les métropoles voisines. Cette redynamisation se fera par le biais d'actions novatrices, axées sur le développement de l'accueil, du service... et la mise en réseau des commerçants autour d'un projet collectif structurant. Suite et détails des opérations dans notre prochain numéro.

**Contact CCI : Pôle Commerce, Tourisme et Services
aux particuliers : 04 66 78 49 49**

Rappel des objectifs du FISAC Alès

- Promouvoir la qualité et la diversité de l'offre commerciale et artisanale sur Alès
- Revitaliser l'espace marchand par un projet global (fréquentation, accessibilité...)
- Développer l'accueil et les services aux chalands & clients, en renforçant la convivialité
- Initier et faire vivre des outils d'animation et de fidélisation du tissu commercial et artisanal
- Mettre en réseau les commerçants (intranet + internet) et mutualiser leurs moyens...

Calendrier des actions prévues

	Tranche 1	Tranche 2	Tranche 3
Mise en place d'une gestion collective de centre-ville	X	X	
Mise en place du VRAI (Visio Relais des Artisans Intranautas)	X	X	X
Création de la Maison du Commerce et des Services	X	X	X
Elaboration d'une stratégie et d'un plan d'actions de communication	X	X	X
Programme d'animation et de fidélisation	X	X	X
Recrutement de l'Ambassadeur du Commerce et des Services	X	X	X
Réhabilitation et redynamisation commerciale du Marché de l'Abbaye	X	X	X
Sécurisation des commerces au moyen d'une vidéosurveillance	X	X	X
Création d'une bourse de locaux disponibles et fonds de commerce à céder	X	X	X
Incitation à la réfection des vitrines commerciales de centre-ville	X	X	X
Restructuration de l'axe Bd Louis Blanc - Place du Théâtre - Rue Dr Serres	X	X	X
Amélioration de la visibilité du cœur de ville et circulation périphérique			X
Rénovation des espaces de circulation Place de l'Abbaye - Rue Beauteville		X	X
Mise en place d'une opération de signalisation du parc de stationnement	X		
Création du parking "Cœur de Ville"		X	X

Halles de l'Abbaye - Alès M. Lopez a plein d'idées dans son panier

Porte-parole des étagiers des Halles de l'Abbaye, M. Lopez nous détaille quelques-unes des actions décidées collectivement pour renforcer l'attractivité du lieu. Des idées simples mais très efficaces. Libre à chacun de venir y faire son marché !



Entretien avec Jean-Yves Lopez,
Président de
l'association
alésienne Halles
de l'Abbaye

Synergies : quel est votre rôle et comment fonctionne votre organisation ?

Jean-Yves Lopez : depuis que j'ai succédé à M. Pratlong en 2004, je gère en tant que bénévole l'association des Halles de l'Abbaye qui regroupe une centaine d'étagiers. Tous payent un loyer et sont adhérents de fait. Avec un budget annuel d'environ 20.000€, notre association est très dynamique. Tous les mois, nous créons une nouvelle animation en fonction des fêtes ou des événements locaux. Les résultats sont très positifs, cela nous permet de fidéliser la clientèle.

Synergies : quelles sont les animations dont l'association est la plus fière ?

J.-Y. L. : pour la Saint-Valentin, nous avons mis en jeu 15 repas pour 2 personnes, d'une valeur de 100 €, à consommer dans de sympathiques restaurants comme Le Riche Hôtel, L'Auberge de Saint-Hilaire ou La Rascasse. Cette opération a bien marché, mais ce qui nous a permis d'augmenter la fréquentation, c'est notre offre "tickets parking" ! Avec ce système, les clients ont droit à une heure ou plus de stationnement gratuit (l'asso prend en charge une partie du montant des tickets achetés par les étagiers). Nous avons aussi obtenu d'excellents résultats avec l'opération "fidélité" : pour tout achat effectué, le montant de la dépense est converti en points dont le cumul donne droit à divers cadeaux (un achat de 1 à 5€ = 1 pt ; un achat de 5 à 10€ = 2 pts, etc.).

Synergies : parlez-nous de vos autres actions, de vos projets...

J.-Y. L. : récemment, la Mairie a fait installer un système de vidéo surveillance que seule la police peut visionner - c'est une action préventive, contre le vandalisme. En termes de projets, nous aimerions faire venir de nouveaux étagiers, pour diversifier l'offre actuelle. Enfin, avec l'aide du FISAC, nous aimerions aussi rénover le bâtiment et l'équiper de portes à ouvertures automatiques. C'est une question de confort et de qualité de service. Pour nos clients, c'est primordial.



Contact Jean-Yves Lopez - 04 66 91 01 24

160 COMMERCES UNIS

L'UCIA d'Anduze s'active avec la Ville pour un bel été 2006

Constitué ce printemps, lors de l'Assemblée Générale du 6 avril, le bureau de l'UCIA d'Anduze présidé par Michel Dubruc a rencontré le 9 mai dernier les élus de la municipalité afin de leur faire part des projets souhaités par les commerçants et artisans de la commune. Les 160 acteurs référencés sur la célèbre bourgade sont bien décidés à ce que la saison 2006 soit nettement meilleure qu'en 2005. Pour relever le chiffre d'affaires collectif des commerces, l'UCIA d'Anduze compte multiplier les opérations festives et touristiques, dans la lignée du test concluant réalisé le 16 mai, lors de l'inauguration de la nouvelle rue Notarié. Ainsi, le 21 juin par exemple, toutes les places de la ville ont été joyeusement animées pour la fête de la musique.



Viendront en juillet et août, la nouvelle formule des Jeudis Musicaux du Plan de Brie et les premiers Dimanches de la Découverte ouverts aux artistes et artisans locaux. Des actions sont également prévues avec la Ville pour embellir les rues, sécuriser les commerces et faciliter le stationnement. Tout un programme, bien dans l'air du temps.

Contact : Jean-Michel Lacombe,
secrétaire général de l'UCIA
d'Anduze. Tél. : 04 66 60 55 29
ucia-anduze@wanadoo.fr

**LUTTE CONTRE
L'INSECURITE DES
COMMERCE**

Après l'édition d'un guide, la CCI se mobilise pour la création d'un Observatoire

A la question "Que faire en cas de braquage ?", la CCI a su récemment apporter toute une série de réponses en éditant, à l'instar de la CCI de Perpignan, un guide conseil avec les services de Police et de Gendarmerie.



Concis et pratique, ce manuel de 16 pages a été adressé par pli postal aux 2500 commerçants ressortissants de l'arrondissement. Disponible également auprès des Unions Commerciales et à l'accueil de la Chambre de Commerce, le document complète le dispositif d'accompagnement d'urgence instauré en février par la CCI. En accord avec la Ville d'Alès, cette démarche contre l'insécurité des commerces sera renforcée fin 2006 - début 2007 par la mise en place d'un système de vidéo-surveillance urbaine. D'ici là, la CCI compte créer avec les Unions de Commerçants locales un Observatoire spécifique. Dixit Francis Cabanat, "cette structure permettra de faire valoir l'intérêt des commerçants, notamment dans le cadre d'institutions comme le Comité local de prévention de la délinquance".

Contact CCI : Pôle Commerce, Tourisme et Services aux particuliers. 04 66 78 49 49 commerce.services@ales.cci.fr

Nouvelle législation Nul n'est censé ignorer la loi... au service des PME !

Tout entrepreneur devrait connaître la loi du 2 août 2005 "conçue pour soutenir la croissance des PME et assurer leur pérennité". Parmi ses mesures, deux dispositifs sont particulièrement intéressants : l'un redéfinit les relations commerciales avec les grandes surfaces, l'autre officialise le statut du conjoint du chef d'entreprise.

Modernisation des relations commerciales (art. 4)

En réformant la loi Galland dans le cadre de la loi en faveur des PME, le Gouvernement a modifié les rapports entre les acteurs de la grande distribution et leurs fournisseurs. L'article 4 de la loi n° 2005882, qui encadre les accords de gamme, met fin à deux traditions aux effets pervers. Il prohibe les accords imposés par les grands industriels (accords qui évinçaient des linéaires les produits similaires fabriqués par les PME) et limite les "marges arrières", ces avantages financiers concédés aux distributeurs par les fournisseurs soucieux de voir leurs produits bien placés dans les linéaires.



NB : dorénavant, au-delà du seuil de 20% de marges arrières, le distributeur devra réintégrer ces sommes dans le calcul du prix net d'achat du produit afin de faire baisser d'autant celui-ci. Le seuil passera à 15% au 1er janvier 2007 et baissera peut-être encore après le rapport d'étape prévu fin 2007 par la Commission d'examen des pratiques commerciales.

Choix d'un statut pour le conjoint participant à l'activité (art. 12)



Vous êtes commerçants, artisans ou membres de professions libérales et votre conjoint exerce une activité régulière au sein de l'entreprise. Via l'article 12 de la loi en faveur des PME, son rôle sera désormais reconnu, ce qui lui ouvrira des droits notamment au regard de l'assurance vieillesse. 3 statuts sont possibles : conjoint collaborateur, conjoint associé ou conjoint salarié.

NB : un décret précisera bientôt les modalités d'application de cette mesure et donnera une définition du conjoint collaborateur.

Pour en savoir plus : www.premier-ministre.gouv.fr

Rappel des principaux objectifs

La loi n° 2005-882, parue au J.O. le 3 août 2005 (p. 12639) vise 3 objectifs clés :

- assurer la pérennité des PME nouvellement créées et existantes ;
- améliorer les conditions de transmission pour préserver les savoir-faire et l'emploi ;
- soutenir la croissance des petites et moyennes entreprises.

Contact CCI Pôle Commerce, Tourisme et Services aux particuliers. 04 66 78 49 49

Cévenol & célèbre Robert le Bricoleur aime entreprendre "du côté de la maison"

Saviez-vous que Robert le Bricoleur, l'expert en bricolage de "Côté Maison", est à la tête d'une étonnante entreprise familiale installée à Rousson ? Pas à pas, il nous explique les raisons de son choix d'implantation et les relations qu'il entretient avec les professionnels cévenols.

Synergies : depuis combien d'années travaillez-vous en pays alésien ?

Robert Longechal : journaliste depuis 1966, chroniqueur radio, ancien rédacteur en chef de *Maisons & Travaux* et auteur d'une soixantaine d'ouvrages sur le bricolage, j'ai quitté Paris pour les Cévennes en 1994. Toute la famille m'a suivi et nous avons installé notre société d'édition dans un mas, sur les hauteurs de Rousson, en pleine nature. Après avoir édité divers guides et encyclopédies techniques, nous avons lancé le 1^{er} numéro de *Bricoler du Côté de la Maison* en 2000. Conception, rédaction, prises de vue techniques, mise en page, service publicité : tout est fait ici par notre petite équipe. Seule l'impression est externalisée, à Poitiers.

Synergies : éditer en famille un magazine de diffusion nationale, c'est un défi qui n'a pas dû être facile à réaliser...

R. L. : *Bricoler du Côté de la Maison* est un bimensuel indépendant, tiré à 100.000 exemplaires, diffusé en France ainsi qu'en Belgique et en Suisse. C'est un des titres qui fait partie des meilleures ventes nationales. Nous sommes bien sûr très fiers de ce succès, d'autant plus que le financement de notre entreprise n'a pas été une mince affaire... Sans le soutien du réseau "Entreprendre en Cévennes" de la CCI, le projet serait peut-être encore dans les cartons !

Synergies : côté organisation, comment fonctionnez-vous ?

R. L. : nous avons tous plusieurs casquettes. Maquettiste et photographe de formation, Nicole, mon épouse s'occupe de l'aspect graphique et veille à la bonne marche de l'entreprise. Notre fille, photographe principale, dirige la partie déco. Quant à moi, j'assume le rôle de rédacteur en chef, tout en étant animateur télé et chroniqueur radio. Je vais sur Montpellier deux fois par mois, pour réaliser des enregistrements groupés pour les stations - la demande est très forte ; en ce moment, on est à 77 diffusions par semaine ! Côté TV, comme j'ai la chance d'être

une "personnalité" depuis 8 ans et d'avoir un mas où l'on peut filmer, c'est la télé qui vient à moi et non l'inverse. Les équipes de France 3 Marseille nous rejoignent une fois par mois. Les tournages se font chez nous ou dans les environs. Tous nos collaborateurs apprécient notre cadre de travail. C'est un formidable avantage de vivre ici plutôt qu'au 15^{ème} étage d'une tour parisienne !

Synergies : quelles relations entretenez-vous avec les entreprises cévenoles ?

R. L. : via le magazine et l'émission, nous jouons la carte locale dès que l'occasion se présente. Dans le numéro de mars-avril par exemple, nous avons rédigé un article sur les 150 ans de la Bambouseraie. Dans celui de mai-juin, nous parlons piscines avec *Electro-Diffusion*, une entreprise d'Alès avec laquelle nous entretenons d'excellentes relations. Quel que soit le sujet, nous mettons en valeur des spécialistes, si possible régionaux. Ainsi, lors d'un reportage à la fois magazine et TV sur les moustiquaires, nous avons montré les solutions de la *Manufacture des Stores du Languedoc*, une PME des Mages qui commercialise en exclusivité un brevet étranger. L'efficacité de leur système et sa simplicité d'installation méritaient qu'on s'y intéresse. A ce propos, si vos lecteurs ont des produits inédits, qu'ils m'appellent !

Synergies : vous profitez des atouts du bassin alésien ?

R. L. : mon fils, Robin, fait de la course automobile et s'entraîne sur le Pôle Mécanique avec l'écurie de Laurent Daumet. C'est un partenariat récent, très prometteur. Lors des 3 premiers meeting de "Sprint Proto", Robin a terminé 6 fois premier sur 6 courses ! On attend sereinement les prochaines épreuves...

NB : le fils de Robert Longechal réalise également des essais commentés pour Gentlemen Driver Magazine. De temps en temps, il lui arrive aussi de "coacher" des célébrités sur les circuits... loin des paparazzi !



Entretien avec
Robert Longechal,
Animateur vedette
de *Côté Maison*
(France 3), rédacteur
en chef de *Bricoler du Côté
de la Maison*, chroniqueur
pour France Bleue, RTL,...



Contact LPB (Longechal Presse Brico)

04 66 54 35 25

www.bricoler-cotemaison.com