

OGA informations

N°162 / MARS 2021

CONFINÉ,
MAIS PAS
FINI !



L'heure de la pataphysique* appliquée a (enfin) sonné. Confinés, obligés à un couvre-feu réfrigérant, bientôt sans doute interdits de séjour jusque dans nos bureaux, ateliers et commerces, assignés à résidence dans nos chambres consulaires, contraints à porter masques et gants, serions-nous donc simplement condamnés à l'extinction tels de minables dinosaures ? Non ! L'heure de la rébellion elle aussi a sonné, anticipée depuis plusieurs années déjà par quelques activistes québécois du T.P.E.. Oui, TPE. Mais là-bas, chez nos cousins, ça signifie Théâtre de la Pire Espèce. Et la boucle se boucle, et par le TPE se révèle enfin celui qui, depuis le début de l'histoire et les marchés à la viande de brousse du Yunan manipule et terrorise la planète entière. Ubu est de retour et, face à des confinants pas finis il entonne la chanson du décervelage, "... précipité tête la première dans l'grand trou noir d'où c'qu'on n'revient jamais".

C'est maintenant ou jamais qu'il faut évoquer le grand Aristote, lui qui disait si justement de la pataphysique -appliquée ou non- qu'elle était à la métaphysique ce que celle-ci même était à la physique.

**discipline « philosophique » imaginée par Alfred Jarry auteur de pièces de théâtre donnant à l'absurde une place de choix et précurseur des surréalistes.*

SOMMAIRE

3 THÈME DE RÉFLEXION
RETROUVER SA ROUTE
« POST-COVID »

6 E-COMMERCE
L'E-COMMERCE, TOUS AU FRONT ?

8 ENSEMBLE
LE MORAL DES ARTISANS
ET LES SOUTIENS DU MOMENT

9 TENDANCES CONSO
LES CHANGEMENTS DES
CONSOMMATEURS

10 TECHNOLOGIE
DEMAIN LEVERRE

11 ACTUALITÉS

12 LE COMPATRIOTE

13 LES CHIFFRES CLÉS

14 LE MONDE SELON GUDULE

15 VU & REVUE DE PRESSE

16 LA VIE DE VOTRE ORGANISME

N° ISSN 2647-8455. Bulletin d'information publié par le OMGA 74 - 11, rue Jean Jaurès - BP 277 - 74007 Annecy cedex
Bulletin trimestriel - Dépôt légal à parution

Directeur de la publication : M. Thierry BLANCHIN (OMGA 74 Annecy)

Comité de rédaction OGA 13 : M. Bes, C. Pandolfi, L. Maillard. OGA Arles : G. Valette. Amaprogos : Murielle Loison.
OMGA 74 : M. Claude BUCH, J.-B. Robineau. Assistance au comité de rédaction : La belle idée.

Infographie Agence Texto, 74960 Annecy. Impression Imprimerie Monterrat, 986 Grande Rue, 01570 Feillens.



QUELQUES PISTES POUR RETROUVER SA ROUTE DANS UN MONDE « POST-COVID »

par Jean Mochon

Coiffeurs, restaurants, cabinets d'esthétique, agriculteurs ou ... tous les autres : l'année 2020 devait être une période d'accélération des transitions, d'intégration des nouvelles tendances de consommation, d'intégration des outils numériques dans la manière de faire, travailler, vendre, gérer...et là, tout s'accélère.

3 mois de confinement, des répercussions, contre-coups, soubresauts et installation définitive de l'incertitude ont fait passer de périodes d'accélération à un monde de ruptures. Demain est aujourd'hui et il cohabite déjà avec le monde d'hier.

C'est compliqué, incertain, imprévu aussi... mais on n'a pas perdu tous les repères, et face à ces situations, ces attentes et besoins « nouveaux », tous les professionnels ont un atout de taille : la connaissance des clients, des produits, des services... Ce qui change, c'est la manière dont plusieurs tendances peuvent soudain s'accélérer, se marquer... et dont certaines peuvent se côtoyer de manière apparemment contradictoire. Ce qui change, c'est la manière dont les tendances de société et de consommation viennent percuter les habitudes.

Deux grandes voies pour passer le cap

Incertitudes, risques et opportunités, deux profils d'entrepreneurs émergent pour trouver le bon cap, deux visions très différentes mais qui, toutes deux, vont permettre de traverser les tempêtes, en conservant une personnalité et surtout en s'appuyant sur son expérience.

Le profil gestionnaire va se concentrer sur 3 points de « solutions » pour limiter les risques : les stocks, les coûts de structure et l'optimisation des investissements. Gestion des stocks : artisans, commerçants, la donne est totalement nouvelle, demain tout peut être fermé pour une durée indéterminée ; il faut chercher comment financer autrement ses stocks, comment négocier avec ses fournisseurs et ses banquiers, ou trouver des sources alternatives... Alléger les structures : on peut, on doit tout réinterroger ; commerçant, artisans, a-t-on besoin de locaux de cette taille, de ce type, alors que commerces et services en ligne font rapidement changer les usages des clients. Côté équipes, les solutions juridiques de partage de salariés peuvent permettre d'alléger la charge sans perdre en compétences...etc. Pour optimiser les investissements, la mutualisation est une solution (comme le font depuis des décennies les agriculteurs), mais l'idée de partager un même point de vente, les mêmes entrepôts pour des activités très différentes, peut permettre, d'une part, de réduire les charges, mais pourquoi pas aussi de se donner des possibilités de rester « ouvert » d'accueillir le client alors que les directives de l'instant s'y opposent... on profite de la possibilité d'ouverture de « l'autre ».

Un profil développeur, plus entreprenant, visionnaire peut-être, ira sur des brisées nouvelles, rechercher toutes les opportunités données, certes, par la mutation numérique, mais ne s'en tiendra pas là. La grande opportunité d'évolution, parfois même de rupture par rapport à une situation ancienne figée, réside dans les évolutions des pratiques et des usages des clients et du marché. Une dizaine de tendances socio-économiques « dominant ». Certaines, déjà bien installées mais qui sont loin d'avoir pris leur place dans les offres des entreprises notamment des très petites, d'autres, qui étaient à peine émergentes il y a un an et ont vu les crises Covid leur donner un incroyable coup de fouet.

Tout ne change pas... on se calme !

Les nouvelles habitudes sur les manières d'acheter et de consommer sont prises depuis quelques temps déjà, la séquence Covid a fini de les ancrer. L'achat en ligne, l'éco-conception, l'ancrage local, le low-cost, la personnalisation, sont les principales tendances qui marquent ces « temps nouveaux ».

L'achat en ligne est devenu une nouvelle constante du commerce de biens mais aussi de services. Les derniers mois ont permis de se rendre compte que la facilité de mise en concurrence, la possibilité de choix en dehors d'un lieu précis et plus globalement l'accès à tout, est désormais un service « normal » attendu par toutes les générations, sur presque tous les sujets. C'est une tendance et, comme d'autres, elle donne des résultats paradoxaux. Des acheteurs en ligne seront souvent des partisans de l'achat local. C'est d'ailleurs l'un des ressorts sur lesquels jouent aujourd'hui aussi bien des groupements de producteurs que des libraires... Mais cela suppose une autre forme d'organisation, de livraisons, de paiement, de mise en évidence des produits. Plateformes locales, drive fermier, click and collect : sont autant de modalités de travail, de rencontre avec le client qui ont connu un développement accéléré à l'occasion des confinements sanitaires. Agriculteurs, artisans, commerçants créent désormais de la valeur en gérant autrement leurs flux, leur capacité à « livrer » (ou délivrer dans le cas du click and collect). Clairement, on doit sortir de ses métiers habituels.

Produits mais aussi services. Le monde de l'artisanat au sens le plus large rentre à son tour dans cette

ère digitale. La question n'est plus seulement d'avoir le site internet qui sait tout faire, qui est bien référencé, bien mis en évidence et facile à utiliser voire séduisant. Ces « vitrines numériques » doivent aujourd'hui permettre à des professionnels d'offrir un service à distance. Et de mettre le client « en action ». Le succès des cours de cuisine en ligne donnés par des restaurateurs, cotés ou moins connus, est une illustration de cette tendance. Exemple d'autant plus intéressant qu'il recoupe une autre tendance sociologique et marketing très forte : l'envie de « faire soi-même » autrement écrit le « do-it yourself » des gens de marketing. Dans certains domaines comme le monde de la maison, de grandes enseignes de bricolage comme Leroy Merlin ont fait de cette attente un moteur de fidélisation et de vente. Avec un effet intéressant et certainement inattendu : la plupart des enseignes de bricolage préconisent des artisans.

L'enjeu du low cost s'est imposé pour longtemps dans les préoccupations. C'est le monde des voyages avec les compagnies aériennes qui a créé et diffusé le réflexe. Cette diffusion est « totale » du moins l'était puisque, crise Covid aidant personne ne sait qui va sortir vivant de l'épreuve. Les grandes compagnies « historiques » qui ont toutes créé leur filiales bas coût (comme la SNCF d'ailleurs) vont-elles tenir ou être dévorées par les challengers Ryan Air ou Easy Jet. Personne n'en sait rien. Mais dans tous les cas le pli est pris, jeunes ou retraités, personnel ou professionnel, l'achat de voyage à bas coût est devenu un élément acquis. Et s'est imposé dans la plupart des secteurs. On va très au-delà des soldes, black Friday ou sites de vente dégriffés, plus loin que les chaînes de supermarché bas coût, c'est le prix moyen du voyage qui a chuté. Et la « réussite » d'Uber s'est faite sur ce terrain.

Low cost

Changer n'est pas impossible, Le monde de l'industrie (ou de la fabrication) s'est laissé porter par cette tendance. Le low cost en automobile a très vite évolué de « bas de gamme, qualité médiocre » vers les canons du low-cost : utilisation de composants et éléments déjà éprouvés, aux coûts de production faibles. Le résultat est toute une gamme de véhicules vendus de 20 à 40% moins cher que les modèles récents, proposant des performances comparables à ce qui se vendait 5 à 7 ans auparavant, mais avec une fiabilité comparable voire, dans certains cas, supérieure, et des coûts de fonctionnement plus faibles.



2021 LES ENJEUX À INTÉGRER POUR PASSER LE CAP DES TENDANCES EN MOTS CLAIRS

Ce qui est renforcé et à quoi vous ne pouvez pas échapper

Low cost : proposer un produit, un service fiable, réalisé avec des solutions éprouvées et à moindre coût.

Eco-conception : aucun service, aucun produit ne peut laisser de côté l'attente des clients pour un monde plus propre, plus prévoyant.

Renouvellement permanent : la « sur-offre » internet donne des envies sans cesse renouvelées, l'offre se doit d'être elle aussi renouvelée. Renouvellement qui fait partie de la satisfaction client.

Local /Ancrage territorial : acheter local est devenu une référence, l'entreprise n'est plus seulement une machine à profit mais doit « vendre » aussi sa contribution à son territoire.

Ce qui va structurer vos activités dans les années à venir

Services Nomades/ à emporter : cette « vedette » des périodes de confinement ou de fermeture de restaurants ou autres commerces, s'est durablement installée dans les mœurs... il va falloir aller au-delà et offrir désormais autre chose.

Bien-être Sport /Santé/Nutrition : pensez à vous ou penser à moi... la santé par le sport, la nutrition pour la santé et le bien-être physique et mental.

Up-cycling, réutilisation : seconde vie des produits, des objets, recyclage ou réutilisation des matériaux.

Tribu : curieusement, une dynamique renforcée par le confinement ; les « groupes » familiaux, amicaux deviennent des « clients » en eux même.

On l'a fait nous-mêmes ou DIY (Do It Yourself) Tutoriels, clients aux passés professionnels très divers... le client a envie de mettre la main à la pâte, autant pour sa propre satisfaction que pour réduire les coûts...



Bref en 2021, l'incertitude absolue est devenue la règle, la règle pour les ouvertures de magasins ; d'entreprises, le « droit de travailler » bien sûr, mais aussi pour les possibilités des clients, qu'ils soient particuliers ou entreprises. Transformer cette incertitude en un nouvel élément de stratégie c'est loin d'être impossible.

L'E-COMMERCE, TOUS AU FRONT ?

par Gilles Valette

Le bilan de la pandémie de Covid-19 a été catastrophique pour le chiffre d'affaires de nombreuses entreprises. Pour limiter les pertes financières, des commerçants ont misé sur la vente en ligne, avec notamment le retrait des achats en Drive et en Click & Collect. Malheureusement, les entreprises non préparées n'ont pas pu faire face et certaines ont dû mettre la clé sous la porte.

Le géant américain Amazon a vu son chiffre d'affaires bondir de 37 % au troisième trimestre 2020. Malgré les 9 000 postes en CDI créés en France, le site marchand est accusé de concurrence déloyale et fait l'objet de deux enquêtes sur un abus de position dominante.

La bataille dans le e-commerce est-elle équitable ?

De nombreux reproches affluent vers les grandes plateformes mondiales, Amazon en tête. Peu d'impôts sont payés sur le sol national : le gouvernement a estimé l'évasion fiscale à plusieurs milliards d'euros. Le problème environnemental est aussi pointé du doigt : émission de 55,8 millions de tonnes de gaz à effet de serre en 2018 (autant qu'un pays comme le Portugal), bétonnage des terres agricoles pour des entrepôts disproportionnés. Pour fonctionner à plein régime, ces géants du numérique ont ouvert un véritable boulevard à des grossistes chinois (55% des ventes), qui, pour une majorité, ne respectent ni les règles de sécurité (huile essentielle de lavande contenant un mélange d'hydrocarbure), ni les règles fiscales. Un rapport explosif de Bercy concluait que « 98 % des sociétés étrangères ne payaient pas de TVA ».



Alors que faire ?

L'élément essentiel sur la toile est la visibilité. Jean-Michel Clanet, dirigeant de l'animalerie Aquatiti sur Arles l'a bien compris. « Je réalise une grande partie de mon chiffre d'affaires grâce à internet. Rassurez-vous, je n'envoie ni poisson rouge ni perruche par la poste. J'ai créé mon site internet, www.aquatiti.com, uniquement pour servir de vitrine. Certains clients font 150 kilomètres pour venir acheter un adorable chiot qu'ils ont vu sur mon site». Il rajoute même : « quand on craque, on ne compte pas ». « Heureusement que le service toilettage ne peut pas être dématérialisé ! » finit-il par dire en rigolant.

Autre exemple de cet impératif de numérisation, le moulin à huile Saint Jean à Fontvieille avait pour habitude de vendre sa production d'huile d'olive AOP Vallée des Baux de Provence à des touristes qui visitaient la région, essentiellement avec des tours opérateurs. Pour la famille Sourdon, Magali, Maître moulinier et Anne, gestionnaire, la situation est claire : « avec la chute du tourisme, il a fallu trouver une autre solution pour écouler notre production. Nous avons bien un site internet, www.moulin-saintjean.com, mais compte tenu de la concurrence sur le net, nous devons investir dans un site marchand. Le prix de son développement est un frein pour notre domaine à taille humaine ».

Pour pallier à ce problème, le ministre de l'économie a mis à disposition un chèque numérique de 500 euros (www.asp-public.fr) aux commerçants désireux de se lancer dans l'aventure. « 500 euros, ça ne fait pas lourd. Exister sur internet n'est qu'une petite partie du travail. Etre proprement référencé demande presque plus de travail que de se lancer » nous concèdent les responsables du moulin à huile.

Comment lancer son site internet ?

De nombreux outils très simples à utiliser se sont développés au fil du temps. La première méthode consiste à choisir un fournisseur d'hébergement web comme Hostinger, LWS ou Hostpap puis un CMS / éditeur de site web comme Wix ou WordPress qui est le plus utilisé.

L'autre solution consiste à opter pour une plateforme clé en main comme Shopify ou encore WiziShop, Wix ou Weebly. Ces prestataires spécialisés dans le commerce en ligne simplifient considérablement la création d'un site de e-commerce.

Les réseaux sociaux restent également indispensables en termes de visibilité. Pour Clotilde Brian, directrice des affaires publiques chez Facebook France, « il y a urgence à accompagner les TPE vers le numérique afin de cultiver sa communauté et son réseau de proximité en ligne ».

Pour survivre, la concurrence anti GAFAs s'organise.

De nombreuses structures territoriales ont apporté leur aide numérique aux entreprises en créant leur propre site marchand. Par exemple, la région

Occitanie soutient l'économie en mettant en ligne un nouvel outil numérique, baptisé « Dans ma zone » qui complète la plateforme alimentaire « Tous Occitariens ». Plus de 4 000 producteurs et commerçants alimentaires sont déjà actifs sur le portail. Les mairies ne sont pas en reste. Julien Sanchez, Maire de Beaucaire, vient d'investir 40 000 euros pour une plateforme de vente en ligne. Son accès est et restera gratuit pour les professionnels. Il lance : « il s'agit d'une machine de guerre qui fédère tous les commerçants sur une adresse unique, un site de référence ».

La solution, ne serait-elle pas dans la prise de conscience du consommateur ?

Toutes ces bonnes volontés génèrent un problème de taille : la dispersion. Le consommateur cherchera rarement sur des dizaines de sites pour trouver un produit, mais préférera aller sur un seul site qui propose tous les produits. Mais il faut comprendre que, pour chaque article acheté en ligne sur les plateformes style GAFAs, c'est une partie d'un emploi qui est détruit. Les mentalités doivent évoluer. Les consommateurs doivent revenir à des achats locaux. Le prix ne doit plus être l'élément essentiel d'un achat, même s'il est compulsif. En parallèle, le commerçant doit s'adapter en utilisant tous les moyens de communication mis à sa disposition. Il doit argumenter sur la vente de ses produits : longévité donc économie, écologie, cabines d'essayages dans l'habillement, lien social et pourquoi pas fibre patriotique pour pérenniser les emplois en France. Si la première bataille est perdue, faisons tout pour gagner la guerre.



LE MORAL DES ARTISANS ET LES SOUTIENS DU MOMENT

par Claude BUCH



C'est un véritable choc psychologique que les artisans et les commerçants ont subi durant cette période hors norme, bien souvent un immense sentiment de solitude et de KO debout.

Indépendant rime le plus souvent avec solitaire, mais si le fait d'être seul et décideur absolu en temps normal est une force, cela peut devenir très traumatisant dans une période chaotique comme nous la connaissons actuellement et depuis presque un an maintenant. Cependant, certains organismes ont essayé d'être présent et, par leurs actions, d'extraire nos indépendants de cette solitude du coureur de fond.

Annie, Présidente de la Commission formation de l'OMGA 74, nous confie « Toutes les formations concernant les domaines de l'informatique et des nouvelles tendances sur la dématérialisation sont et ont été un réconfort et une porte ouverte sur le devenir pour les adhérents ». Ces séances de formation en salle (dans le respect des normes covid), ont une vertu énorme : celle de faire échanger et se rencontrer des personnes qui, le plus souvent, se retrouvent seules en face d'une situation totalement nouvelle et pour le moins stressante. Dans la même logique, les formations sur le développement personnel trouvent pleinement leur application immédiate et peuvent contribuer à aider les chefs d'entreprise à faire face psychologiquement aux difficultés à répétition et à une situation en perpétuelle évolution.

Certains organismes ont essayé d'apporter des solutions et des voies de réflexion sur comment agir vis-à-vis de cette période compliquée. La Chambre de Métiers et de l'Artisanat de la Haute Savoie (CMA 74), a lancé des

actions spécifiques, sous l'impulsion de son Président Alain Mossière.

Outre les formations habituelles : gestion et actualisation de son site internet, mise en valeur de son entreprise, de ses produits ou de ses services sur les réseaux sociaux, qui sont de plus en plus nécessaires, certaines actions ont été très appréciées pour leur pragmatisme et leur côté immédiatement applicable : une réunion d'information, a par exemple été organisée à l'attention des indépendants avec des acteurs susceptibles d'apporter des réponses pratiques sur les aspects administratifs et juridiques. Les interlocuteurs : banque, URSSAF, DDFP etc. étaient là pour répondre aux questions précises et propres à chaque professionnel présent.

Et n'oublions pas une profession qui a apporté une aide, autant concrète que morale, présente à vos côtés depuis le début de la crise du covid : les experts comptables. Ils étaient là, dans une grande majorité, présents pour vous aider, vous conseiller, vous accompagner, devant les difficultés à demander des aides souvent compliquées.

Un grand merci à tous ceux qui nous ont apporté, et nous apportent encore aide et réconfort.

En conclusion Mesdames et Messieurs les indépendants (dont je fais partie) soyons courageux et confiants car seul notre motivation et notre courage nous permettront de continuer à exister et à nous développer dans la période poste covid .

Prenez soins de vous.

LES CHANGEMENTS DES CONSOMMATEURS

par Camille et Michele, OGA 13

Tandis qu'ils affrontent la terrible COVID 19 les consommateurs modifient leurs habitudes et recherchent des solutions à chaque changement de situation. Qu'en reste-t-il ?

Un développement accru et un autre mode de consommation en ligne

Les nouvelles vitrines numériques cherchent à répondre aux envies des français et aux contraintes qui leurs sont imposées : la recherche de praticité et la valorisation du « faire soi-même » se retrouvent par exemple dans les cours de cuisine en ligne des chefs dont le succès monte en flèche. L'accompagnement dans leur réalisation va jusqu'à l'accès à une « vidéo dégustation ». Chacun un verre à la main devant son ordinateur partage un apéro et un cours d'œnologie virtuel. A l'origine de cette initiative réussie, une viticultrice des Bouches du Rhône qui innove pour contrer la chute des ventes de vins.

Des clients à la recherche de sens et de responsabilité dans leurs achats

Le consommateur développe sa recherche d'achat. Il devient « stratège », cherche à profiter des bonnes affaires et des prix bas. La crise a également accéléré sa mutation d'acheteur consommateur citoyen. Le rapport « qualité-prix » du produit qui dominait jusqu'à présent n'est plus suffisant aujourd'hui pour déclencher l'acte d'achat. L'acheteur se soucie de l'impact de sa consommation sur sa santé, sur l'environnement et sur l'économie locale. Malgré son attachement à sa culture culinaire, une crise de confiance et de recherche de sens traverse notre société moderne et doit être prise en compte par les prestataires dans leurs nouvelles offres.

Vélib, Autolib, l'offre de vélos, véhicules électrique, modes de transport non polluant fleurissent dans les villes et développent de nouvelles offres inimaginables il y a encore deux ou trois ans. « Chez URBV nous livrons des palettes entières » souligne olivier STORCH spécialiste de la logistique urbaine du groupe la Poste. A ANGER K'livéo est passé de 15 livreurs à vélos à 28 durant les fêtes de fin d'année. Ils travaillent pour les plus grands noms du secteur : DHL, Schenker,... L'offre

de service s'est élargi avec Jhog, « sorte de Kiloutou du vélo cargo » qui loue des bi porteurs et des remorques format palettes. En novembre 2020, STRASBOURG a innové en livrant six tonnes de pavés en vélo cargo.

Louer, s'abonner, plutôt qu'acheter

La location s'invite dans des secteurs où la possession était historiquement incontournable (équipement de la personne, jouets, meubles, œuvre d'art...). Anne-Marie a choisi de louer ses vêtements. Une fois défini son budget, son profil et ses goûts, elle reçoit sa box mensuelle de vêtements. Des offres de biens en partage qui se positionnent comme éco citoyennes.

Essayer avant d'acheter ou d'autres manières de vendre

DEMOOZ et sa communauté proposent de posséder des objets pour les tester et partager son expérience avec des démonstrations à domicile ou « tutos » sur internet pour d'autres acheteurs potentiels à la recherche du bon produit, que ce soit dans le sport, l'informatique, la musique ou la cuisine.

Cette pandémie a révélé notre capacité à nous adapter et à tout réinventer quand tout est incertain. Nous avons pris conscience que nous remettre en question et accepter de changer pourrait être une arme efficace pour continuer à travailler et à faire tourner les entreprises en cette période compliquée.

DEMAIN LE VERRE

par Fanny Etter

Au catalogue des idées reçues, le verre tient le haut du pavé.

On croit le connaître mais les innovations technologiques sont en passe d'en faire un matériau à découvrir.



Le verre cassé ne se répare pas

C'est vrai... pour l'instant. Depuis quelques années, des scientifiques cherchent comment réparer le verre. Ce sont des japonais qui travaillaient sur de nouveaux adhésifs pour surfaces mouillées qui ont, par hasard, découvert les propriétés d'un verre qui se ressoude en quelques secondes lorsqu'on rapproche deux morceaux en les mettant en pression.

Le verre est isolant

C'est le Ba ba des cours de science au début des études secondaires : le verre est, comme le bois, un matériau non conducteur, c'est pour cette raison que les isolateurs des lignes électriques sont en verre... sauf que non. Une simple pulvérisation d'une couche mince d'oxydes métalliques, le TCO (Transparent oxyde conductor) rend conducteur ce matériau transparent grâce à quoi les cellules photovoltaïques, les écrans plats fonctionnent.

Le verre, fait tout et son contraire

Les performances des vitrages sont de plus en plus imprévisibles. D'innovations technologiques en développement de gammes complètes, le verre a, en quelques années, changé radicalement ses capacités, notamment dans le monde du vitrage. L'offre des fabricants les propose désormais autonettoyants (une couche de traitement réduit considérablement les possibilités d'adhésion des salissures et la seule pluie suffit à nettoyer), chauffants grâce à l'insertion de fils de cuivre ultrafins, photochromes donc capables de changer de teinte pour

réduire l'entrée des Ultraviolets dans les bâtiments. Et même opacifiants puisque certains vitrages peuvent, à la demande (grâce à une couche de cristaux liquides insérée entre deux lames de verre), être totalement transparents ou devenir complètement opaques.

Le verre ne se recycle pas... mais se réutilise

Revers de la médaille (Re-verre), ce matériau présenté comme 100% recyclable ne l'est plus vraiment, tous ces produits dits « intelligents » sont non recyclables tout comme ... les verres armés, les pare-brise, les écrans de télévision, les ampoules et néons d'éclairage, les lampes, le cristal, le verre opaline, les miroirs brisés, le verre non transparent et coloré, la vitrocéramique, les plateaux de micro-ondes... et tous les plats en verre culinaire ou les isolateurs électriques des lignes à haute tension. Tout cela part donc en déchet industriel banal donc... en enfouissement. En attendant que d'autres secteurs comme le monde du béton ou des revêtements routiers en fassent un matériau essentiel à leur activité, comme c'est le cas à Fort Bloqué près de Lorient où des pistes cyclables intègrent un ciment de verre composé à 80% de poudre de déchets ultimes (non recyclables, habituellement stockés en décharge) de verres. Ces poudres de verre ont, contrairement aux ciments, une prise très lente (plusieurs mois, voire années) ce qui leur permet de combler les microfissures de la prise hydraulique conférant une plus grande solidité au revêtement.



LES NOUVELLES...

Véhicules électriques :

Les véhicules électriques dont les sources d'énergie sont exclusivement l'électricité, l'hydrogène ou une combinaison des deux, sont exonérés du nouveau malus auto « CO2 ». Cette disposition s'applique aux certificats d'immatriculation délivrés à compter du 1^{er} janvier 2021. Ces véhicules sont également exonérés de taxe sur les conventions d'assurance.

A noter : un malus auto « au poids » apparaîtra en 2022 selon l'article 1012 ter A du nouveau CGI

L'assouplissement des conditions d'utilisation des titres-restaurant :

Le plafond d'utilisation quotidien des titres-restaurant est doublé de 19€ à 38€. Les titres peuvent être utilisés également les week-ends et jours fériés, pour le « click and collect » ou pour les livraisons de plats préparés. Le plafond reste à 19€ pour les supermarchés ou magasins alimentaire. Par ailleurs, la durée de validité des titres 2020 qui devaient arriver à échéance à la fin du mois de février 2021, est prolongée jusqu'au 1^{er} septembre 2021.

Covid-19 exonération des aides :

Sont exonérées d'impôt sur les bénéfices (et de cotisations ou contributions sociales) les aides versées par le Fond de solidarité ainsi que celles versées par le Conseil de la protection sociale des travailleurs indépendants, de la Caisse nationale d'assurance vieillesse des professions libérales et la Caisse nationale des barreaux français.

Ces aides ne sont pas pris en compte dans le calcul des limites pour les régimes d'impositions. Elles sont également exclues des recettes des exonérations des plus-values de cessions.

Bofip du 30 décembre 2020

Les autres aides non imposables :

- les aides du fond de solidarité (1500€),
- l'aide complémentaire régionale,
- l'aide financière exceptionnelle (AFE) : c'est une aide personnelle pour les cotisants.

La facture électronique :

L'acceptation d'une facture électronique devient obligatoire à compter de 2023. L'Italie est le seul pays de l'Union Européenne à avoir mis en place une obligation de facturation électronique, depuis le 1^{er} janvier 2019.

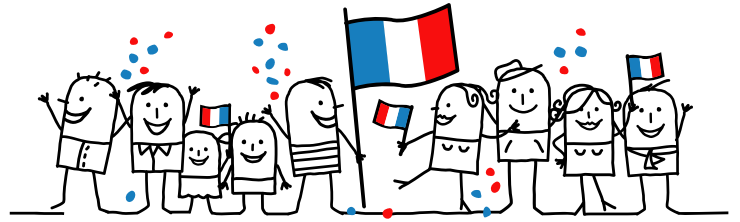
Comment se prémunir contre les spams ?

Afin de vous prémunir contre les spams, il est recommandé de :

- ne pas répondre à un spam afin que l'expéditeur ne sache pas si l'adresse électronique utilisée est valide ou non,
- ne pas cliquer sur les liens intégrés dans le message, afin que l'expéditeur ne puisse pas récupérer d'informations par le biais de cookies ou d'autres traceurs informatiques,
- ne pas ouvrir les pièces jointes au spam,
- être prudent lors de la communication de son adresse électronique et se créer différentes adresses de messagerie électronique en fonction de ses besoins : achats sur internet, réseaux sociaux, échanges personnels, etc...
- utiliser un filtre de spam.

L'association signal-spam est engagée dans la lutte contre le spam.

LA PAGE DU COMPATRIOTE



TOUSANTICOVID : L'APPLICATION QUI ALERTE LES CONTACTS D'UN MALADE DU COVID-19

QUEL EST L'OBJECTIF DE TOUSANTICOVID ?



Dépister et isoler les personnes infectées par le Covid-19, alerter les personnes ayant été en contact avec des malades est un enjeu majeur pour stopper la propagation du virus. L'application initialement nommée *StopCovid* a été développée dans ce but : prévenir, tout en garantissant l'anonymat, les

personnes qui ont été à proximité d'une personne testée positive au Covid-19 afin qu'elles puissent se faire tester à leur tour et se confiner si besoin est.

COMMENT FONCTIONNE L'APPLICATION ?

Le téléchargement de l'application « TousAntiCovid » sur son smartphone ainsi que son utilisation se fait sur la base du volontariat. L'installation n'est donc pas obligatoire et elle est gratuite.

Une fois installée et activée (fonction Bluetooth activée et notifications acceptées), l'application envoie une alerte aux utilisateurs ayant été récemment en contact avec une personne ayant volontairement déclaré avoir été testée positive au coronavirus durant :

- 5 minutes à moins d'1 mètre ;
- 15 minutes entre 1 et 2 mètres

La personne alertée pourra alors consulter son médecin pour se faire dépister rapidement, se confiner en attendant les résultats et s'isoler si le test s'avérait positif afin de briser les chaînes de transmission du virus. En cas de résultat positif, la prise en charge et la conduite à tenir lui seront expliquées.

Afin de protéger les personnes inconnues qu'il aurait côtoyées, un utilisateur de « TousAntiCovid » venant d'être testé positif au Covid-19 peut volontairement le déclarer dans l'application en saisissant un code transmis par son médecin ou le laboratoire. Une alerte sera alors envoyée à l'ensemble des utilisateurs ayant été en contact rapproché avec lui les jours précédents.

LES NOUVEAUTÉS DE LA DERNIÈRE VERSION

« *TousAntiCovid* » est une version enrichie et interactive de la première application « *StopCovid* ». Sa dernière version 2.1.0 apporte notamment les évolutions suivantes :

- les chiffres clés sur la situation épidémiologique en France

comportent désormais un indicateur de tendances qui permet de mesurer l'évolution dans la durée. Il est possible de partager ces chiffres clés ;

- les données épidémiologiques par département sont disponibles après avoir saisi votre code postal ;
- l'accès aux actualités en lien avec la lutte contre l'épidémie. Il est désormais possible de les partager facilement et de paramétrer leur notification ;
- l'accès à « DépistageCovid », la carte des centres de dépistage actualisée avec des informations sur les temps d'attente remontées par les utilisateurs ;
- l'accès à « MesConseilsCovid » pour avoir des conseils personnalisés en fonction de sa situation ;
- l'intégration de l'attestation dérogatoire de déplacement dans l'application et l'accès au QR-Code de la dernière attestation que vous avez générée. Vos données de contact peuvent être enregistrées afin d'éviter une re-saisie à chaque nouvelle attestation. Ces données, stockées uniquement sur le téléphone, ne font l'objet d'aucun traitement. Vous pouvez les supprimer quand vous le souhaitez.

A savoir : 11 millions de personnes ont déjà téléchargé l'application.

A noter : Depuis le 17 décembre 2020, l'application vous propose des recommandations personnalisées selon votre état de santé

DONNÉES TRANSMISES ET RESPECT DE LA VIE PRIVÉE

L'application « TousAntiCovid » utilise le signal Bluetooth pour détecter un smartphone à proximité et n'utilise pas la localisation des personnes par les données GPS. Elle ne pourra pas permettre de savoir où une personne s'est rendue.

Les données transmises sont complètement anonymes. Il n'est pas possible de connaître l'identité de l'utilisateur de l'application. Elle ne comporte pas de système d'authentification au moment de l'installation. L'application « TousAntiCovid » génère seulement des pseudonymes qui ne sont pas associés à une personne identifiée. Ils sont stockés temporairement (15 jours) sur le smartphone et transmis à d'autres smartphones à proximité immédiate. L'application « TousAntiCovid » est temporaire, elle n'a pas vocation à perdurer après la crise sanitaire.

LES CHIFFRES CLÉS

1^{ER} JANVIER 2021

SMIC HORAIRE : 10,25 € au 1/01/2021

MINIMUM GARANTI : 3,65 € depuis le 1/01/2021

SMIC MENSUEL BRUT : 35 heures hebdomadaires = 1 554,58 € 39 heures hebdomadaires = 1 776,67 € avec majoration de 25 % et 1 750,02 € avec une majoration de 10%

PLAFOND DE SÉCURITÉ SOCIALE : 3 428 €/mois, 189 €/jour, 41 136 € pour 2021

TAUX DE BASE BANCAIRE : 6,60 % depuis le 15 octobre 2001

TAUX EONIA (Marché Monétaire) : - 0,4713 % en décembre 2020, moyenne mensuelle

HAUSSE DES PRIX : sur les 12 derniers mois en décembre 2020 ; indice INSEE des prix harmonisés "tous ménages" : 0,0 %

INTÉRÊT LÉGAL 1^{ER} SEMESTRE 2021 : pour les particuliers 3,14 %,
pour les professionnels 0,79 %

REMBOURSEMENT DES FRAIS DE REPAS : hors locaux entreprise (chantiers) = 9,40 €, dans les locaux (paniers) = 6,70 €. Repas lors d'un déplacement professionnel = 19,10 €

INDEMNITÉS DE GRAND DÉPLACEMENT (par jour) EN 2021 (pour les 3 premiers mois) :
logement et petit déjeuner = 68,50 € (départements 75, 92, 93 et 94), 50,80 € (autres départements)

INDICE DU COÛT DE LA CONSTRUCTION INSEE (baux commerciaux)

Année	1 ^{er} trimestre	2 ^e trimestre	3 ^e trimestre	4 ^e trimestre
2020	1 770	1 753	1 765	
2019	1 728	1 746	1 746	1 769
2018	1 671	1 699	1 733	1 703
2017	1 650	1 664	1 670	1 667
2016	1 615	1 622	1 643	1 645
2015	1 632	1 614	1 608	1 629
2014	1 648	1 621	1 627	1 625
sur 1 an			+ 1,09 %	
sur 3 ans			+ 5,69 %	
sur 9 ans			+ 8,68 %	

NOUVEL INDICE DE RÉFÉRENCE DES LOYERS (IRL) à utiliser à compter du 1^{er} janvier 2008

TABLEAU DES VALEURS DE L'INDICE DE RÉFÉRENCE DES LOYERS

Période	Indice de référence des loyers	Variation annuelle en %
4 ^e trimestre 2020	130,52	+ 0,20
3 ^e trimestre 2020	130,59	+ 0,46
2 ^e trimestre 2020	130,57	+ 0,66
1 ^{er} trimestre 2020	130,57	+ 0,92
4 ^e trimestre 2019	130,26	+ 0,95
3 ^e trimestre 2019	129,99	+ 1,20
2 ^e trimestre 2019	129,72	+ 1,53
1 ^{er} trimestre 2019	129,38	+ 1,70
4 ^e trimestre 2018	129,03	+ 1,74

BARÈME KILOMÉTRIQUE AUTOS 2019 (extrait, voir conditions d'utilisation)

	D ≤ 5 000 km	D = de 5 001 à 20 000 km	D > 20 000 km
5 CV	D x 0,548	(D x 0,308) + 1 200 €	D x 0,368
6 CV	D x 0,574	(D x 0,323) + 1 256 €	D x 0,386
7 CV	D x 0,601	(D x 0,340) + 1 301 €	D x 0,405

Pour en savoir plus, demandez conseil à votre expert-comptable ou consultez le site du gouvernement : www.gouv.fr

RÉDUCTION GÉNÉRALE DE COTISATIONS PATRONALES en fonction du taux de FNAL applicable à l'entreprise (paramètre T)

Cas général : Coef. = (T / 0,6) x [(1,6 x smic annuel / rémunération annuelle brute) - 1]

Coefficient maximal : valeur T :

Réduction étendue à l'AGIR et l'ARCO : T = 0,3206 maximum si FNAL à 0,10% (< 50 salariés)

Réduction étendue à l'AGIR et l'ARCO : T = 0,3246 maximum si FNAL à 0,50% (≥ 50 salariés)

En 2021, un seul coefficient T est applicable - la réduction pour le cas général s'applique en périmètre complet (sur les cotisations : URSSAF, AGIR-ARCO, CHÔMAGE)

Fraction de la réduction imputable sur l'URSSAF : pour un employeur soumis au taux de droit commun, régime AGIR-ARRCO pris en compte pour 6,01 points : la fraction URSSAF de la réduction = montant global de la réduction X (T-0,0601)/T.

La fraction de la réduction imputable à l'AGIR-ARRCO = montant global de la réduction - part URSSAF

RETRAITE : pour valider un trimestre en 2021, il faut cotiser sur une base égale à 150 fois le SMIC horaire, soit 1 537,50 €.



Gudule avant Gudule.

pour Gudule, par ordre,
l'illisible remplaçant

Il était une fois, il y a très longtemps, dans un royaume déjà à l'époque oublié de tout le reste du monde, un très petit magicien qui faisait des confitures confiné dans sa toute petite maison. Ancêtre de Victorien Gudule premier du nom, lui-même arrière arrière-grand-père de notre héros et par ailleurs initiateur de la première loi sur les confitures, loi issue d'une erreur et d'un cerveau malade qui mélangea en ces temps reculés des mots proches les uns des autres sans tenir aucun compte de la réalité. Ou bien les masques des magiciens de ce lointain passé déjà déformaient les perceptions. Toujours est-il que partis d'une histoire de proportion de sucre nos bébés législateurs, se mélangeant pinceaux à glacer et cuillères parisiennes, trop pressés d'aboutir, initièrent cette confusion qui dure encore aujourd'hui entre confinement et confiserie, confitures et pas fini. Des confiseurs bloqués derrière leurs fourneaux comme aux confins d'un monde imaginaire se crurent arbitrairement confinés, d'honnêtes commerçants s'en inquiétèrent tandis qu'un manteau d'obscurité recouvrait le pays entier. Certains crurent leur dernière heure arrivée, des horlogers descendirent dans les rues pour protester : l'heure n'était plus l'heure et personne ne comprenait plus rien à ce qui se passait.

Aux cris de « confinés mais pas finis », tout un petit peuple laborieux défilait dans les rues et les ruelles, jusque dans les fossés du palais royal, petit peuple à la tête duquel, une fois

de plus, on retrouvait Victorien Gudule, premier du nom, faisant remarquer qu'entre confinement et relégation la différence n'était pas bien grande, et que proposer à toute une population d'accepter ce qui qualifiait dans nos prisons la peine d'isolement, était peut-être un peu exagéré ?

Les historiens qui se penchent aujourd'hui sur cette période, malgré l'aide des meilleurs linguistes, ne comprennent toujours pas comment on a pu passer de confire à confiner sans que nul ne s'en alarme et, surtout, sans qu'aucun confiseur n'intervienne. Cette corporation d'habitude si prompt à défendre ses intérêts semblait comme hébétée, incapable de bouger ou de réfléchir. Confite pour ainsi dire. Alors, confinée ! Presque une injure : une accusation de stagnation, comme une panne d'air conditionné. Est-ce que j'ai une gueule d'air conditionné ? disait Gudule au directeur de son OGA tentant de calmer sa colère. Est-ce que vraiment je dois interdire l'entrée de mon modeste commerce à des gangsters visage nu après le couvre-feu ? Que devient mon beau réel, même simplifié, si je ne peux voir sourire mon expert-comptable ou mon inspecteur.trice favori.te ? Comment trouver même aux confins du monde connu la force de continuer l'aventure ? Le virtuel un jour confinerait-il à la plus abjecte bêtise ? Non : nos lendemains chanteront si courage et patience nous gardons. Sans fin. Sans doute.

VU & REVUE DE PRESSE

par Faire ici
et le Comité de Rédaction



SIMPLE ET SAIN COMME UN COUP DE FIL

Une équipe américaine de recherche en psychologie à l'Université du Texas a mis en évidence lors d'une étude, les bienfaits d'un coup de fil par rapport aux autres moyens de communication : sms, mails, courrier. Le fait d'entendre la voix de l'autre renforcerait le sentiment de proximité, et permettrait d'établir un contact plus fort, avec une perception des émotions amplifiée par les pauses et les intonations. Même un message vocal serait plus adapté qu'un sms.

Science et Vie Décembre 2020

UN SIÈCLE POUR DÉCHIFFRE UNE ÉCRITURE VIEILLE DE 4400 ANS

C'est à un archéologue français : François Desset, du Laboratoire ArchéOrient à Lyon, en collaboration avec trois autres collègues, Kambiz Tabibzadeh, Matthieu Kervran et Gian-Pietro Basello que revient à cette équipe le rare privilège d'avoir identifié la clef de déchiffrement d'inscriptions vieilles de 4.400 ans. Elles étaient rédigées en élamite linéaire (écriture utilisée par les Elamites, peuple de l'Iran entre le 3ème et le 2ème millénaire avant JC). Ce système d'écriture restait impossible à traduire depuis plus d'un siècle !

Science et Avenir 07/12/2020

EN CHINE, LA RECONNAISSANCE FACIALE POUR INDUSTRIALISER L'ÉLEVAGE PORCIN

Premier exportateur de porc au monde, la Chine continue à développer les élevages industriels. Ainsi, en 2018, 80 % de la viande porcine provenait d'élevages de plus de 500 têtes. Pour améliorer la productivité, la technologie vient en aide aux éleveurs. Des systèmes de reconnaissance faciale couplés à des capteurs vocaux permettent aujourd'hui d'apporter des soins individualisés, de repérer les signes avant coureurs de maladie, de faim, ou de détresse des animaux. De quoi accélérer

encore la fin des petites exploitations familiales dans un pays qui compte 50 % de la population mondiale de porcs.

Courrier International 11/12/2020

UNE NOUVELLE ÉTIQUETTE ÉNERGIE EN 2021

Afin d'encourager les fabricants d'électroménager à aller plus loin dans la performance énergétique de leur produits et leur efficacité, une nouvelle étiquette de classement verra le jour en mars 2021. L'échelle de classement initiale qui allait de A à G, intégrant des A+, A++ et A+++ sera remplacée progressivement par une échelle de 4 niveaux avec des classes A et B, si exigeantes, qu'aucun produit existant sur le marché actuellement ne peut y prétendre. Des critères supplémentaires sur la réparabilité ou la recyclabilité des produits seront progressivement ajoutés dans la notation, ainsi qu'un QR Code permettant d'accéder à plus d'informations renseignées par les fabricants.

Ademe.fr 3 décembre 2020

LOUEURS EN MEUBLÉS SOUS SURVEILLANCE

Deux décrets parus les 01 et 15 décembre 2020 vont permettre aux communes d'exiger une fois par an, de la part des plate-formes de location de meublés du tourisme, un état précis des locations effectués sur leur territoire. Seront notamment inclus, le nom du propriétaire, le statut (résidence principale ou non) et l'adresse du local concerné, son numéro d'enregistrement et le nombre de nuitées de location dans l'année. Ceci, afin de vérifier si les loueurs respectent la limite de 120 jours de location par an qui s'applique aux résidences principales. Des poursuites pourront être engagées en cas de non-respect de la législation..

Boursorama.com 21 décembre 2020

OGA informations est diffusé aux adhérents de :

2AGAC Alès. APLACA Chaurey. OMA74 Anancy. OGAAGS Arles. CGA2B Borgo. CGAS Challes-les-Eaux. OMGA CENTREXPRT Chartres. AMAPROGES St Maur. CEDAGE DA Guilhaud-Granges. ACGA52 Langres. OGA13 Marseille. OMGAAL Millau. CGM06 Nice. CGAIB Brest/Fougères/Rennes. ARCOLIB Rennes/Vannes. CGA BREIZHBERRY St Amand Montrond. CGAIAM Agneaux/St-Lô. OGI FRANCE St-Malo. ADEG Seyssinet-Pariset.

L'OGA74 est propriétaire des articles et toute reproduction totale ou partielle est soumise à autorisation du directeur de publication. Les informations contenues dans les articles signés sont publiées sous la responsabilité de leurs auteurs.

L'OGA Infos est imprimé sur papier écolabellisé et certifié PEFC, imprimé avec des encres végétales.

VOTRE ORGANISME VOUS INFORME...



ARCOLIB

ORGANISME DE GESTION AGRÉÉ AU SERVICE
DES ARTISANS, COMMERÇANTS
ET PROFESSIONS LIBÉRALES
www.arcolib.fr

À votre service :
Du lundi au Vendredi
De 8h à 18h

Par téléphone au **02 23 300 600**
Par mail à contact@arcolib.fr

Via notre Tchat' en ligne sur www.arcolib.fr



180.00€ (TVA 20 %)
COTISATION TTC



50.00€ (TVA 20 %)
COTISATION CRÉATEUR
D'ACTIVITÉ TTC



30.00€ (TVA 20 %)
COTISATION MICRO-
ENTREPRISE (TTC)



162.75€ (TVA 8.5 %)
ADHÉRENT ÉTABLI EN
D.O.M. (TTC)



150.00€ (PAS DE TVA)
ADHÉRENT ÉTABLI EN
GUYANE OU MAYOTTE
(TTC)

NOS COTISATIONS 2021
pour les artisans, commerçants,
professions libérales ou agricoles,
loueur en meublé (LMP & LMNP), ...