ÉDITION DE L'INDRE-ET-LOIRE

www.lepicentre.online

L'ÉPICENTRE

#006

MENSUEL JUILLET AOÛT 2020

L'actualité économique et sociétale du Val de Loire ■ Gratuit

37

© Tours Métropole Val de Loire / Léonard de Serres

Redynamisation

“Bientôt un “esprit village” sur l'avenue Grammont”

P6

P4

■ Objetdomotique lance son système de détection de fièvre

P13

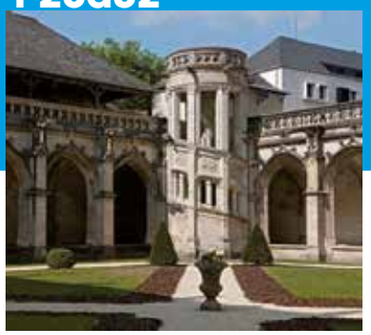
■ À Montlouis, une cuvée Laudacius pour magnifier le Chenin

P18à 27

© freepik

■ Le dossier : Quatre mois de crise… et maintenant ?

P28à32



■ Le plein d'idées pour un bel été en Touraine

édito

S'il est encore trop tôt pour dresser un bilan de ces quatre derniers mois, secoués par une crise sociale et économique inédite, l'heure est bien à la reprise pour l'ensemble du territoire.

La période incite encore à l'incertitude voire à l'angoisse face à l'avenir et pourtant, il semblerait que la majorité d'entre nous, souhaite désormais « aller de l'avant » en témoigne le nombre de requêtes de « bonnes nouvelles » ou du fameux « monde d'après », tapées sur les moteurs de recherches.

Alors ce monde d'après, où l'on parle de relocalisation, de développement durable, de nouvelles solidarités, tiendra-t-il ses promesses ?

Nos élus régionaux en tout cas veulent y croire et appellent à « accélérer les transitions ».

Les entreprises, elles, ont fait preuve d'une impressionnante réactivité en adaptant leurs organisations ou leurs outils de production. L'enjeu pour elles va être maintenant leur capacité à investir dans une rupture de modèle tout en maintenant l'emploi et leur productivité.

La suite dépendra de notre « volonté » collective, politique surtout, à flécher les moyens mis sur la table pour le redressement de nos économies, vers ces transitions.

Sur ce point, il y a de bonnes raisons de retrouver un peu d'optimisme, le virus ayant au moins eu cette vertu : nous montrer que face à un danger imminent, nous étions encore capables de nous adapter et de nous réorganiser collectivement.

Bonne lecture et bel été !

La Rédaction

60 % des entrepreneurs sont optimistes pour l'avenir*

* enquête nationale menée du 23 avril au 13 mai par le réseau Initiative France auprès de 9042 entrepreneurs.

L'ÉPICENTRE
www.lepicentre.online

Groupama Up/Espace entreprises, 2 avenue de Châteaudun CS1319 - 41013 Blois Cédex • 02 54 74 30 39

Mensuel gratuit
#006
Juillet août 2020

• Président
François Delaisse
• Directrice de la publication
Delphine Sergheraert
direction@lepicentre.online
• Rédaction
L'équipe L'Épicentre
• Relations extérieures
Philippe Duisit - 06 33 22 43 19
• Contact commercial
Philippe Massicot
06 45 76 98 51
philippe.massicot@lepicentre.online
• Impression
Imprimerie Baugé, Descartes
• Graphisme
DCO'M Sabine Virault
06 83 05 56 51

IMPRIM'VERT
PEFC 10-31-1080

LES ÉDITIONS DE L'ÉPI - S.A.S. Au capital de 10 000 euros - Siret 53804876000028 - Dépôt légal à parution - ISSN 2110-7831
Toute reproduction complète ou partielle du contenu de ce journal est interdite sauf accord préalable de la direction.

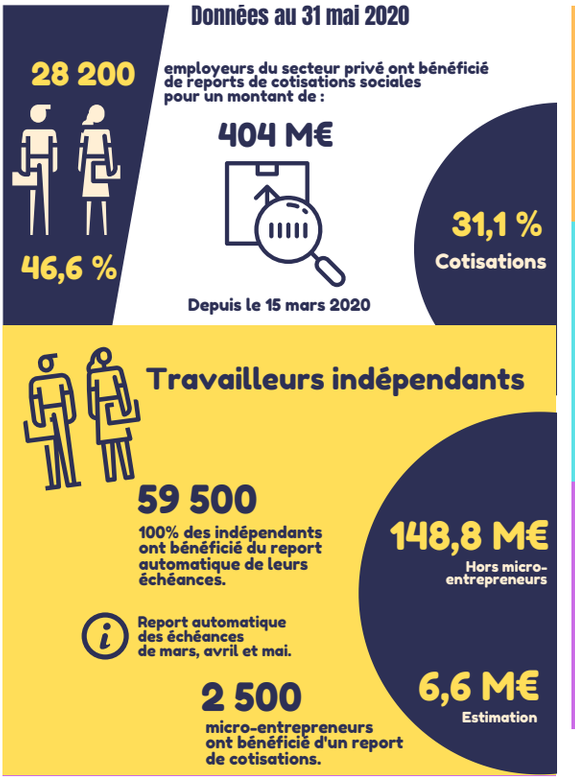
L'URSSAF Centre-Val de Loire soutient les entreprises

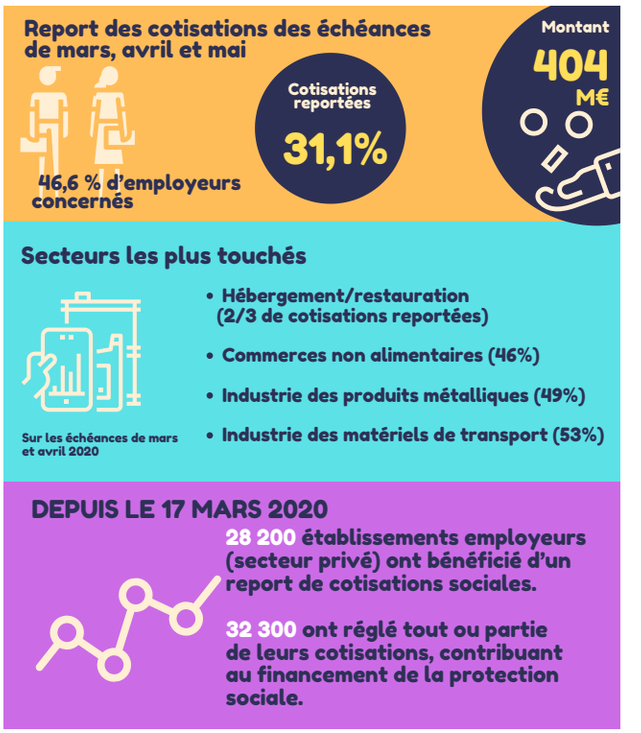
Afin de tenir compte de l'impact de l'épidémie de coronavirus sur l'activité économique, le réseau des Urssaf a proposé des mesures exceptionnelles pour accompagner les entreprises présentant de sérieuses difficultés de trésorerie. À la fin mai, elle a dressé un premier bilan sur la région des mesures dont on pu bénéficier les entreprises du territoire :

28 200 employeurs du secteur privé ont bénéficié de reports de cotisations sociales pour un montant de 404 M€.
59 500 personnes soit 100% des travailleurs indépendants ont bénéficié report automatique de leurs échéances pour un montant total de 148,8 M€

Depuis le 15 mars :
90 200 cotisants de la région ont bénéficié de reports de leurs cotisations.
50 300 ont réglé leurs cotisations contribuant au financement de la protection sociale.

* Données URSSAF Centre Val de Loire





Recevez 20 € en bon d'achat* solidaire Groupama
et soutenez vos commerçants tout en vous faisant plaisir !

Renseignez-vous dans votre agence auprès de votre conseiller.

ENSEMBLE, SOLIDAIRES ET MOBILISÉS.

* Voir conditions de l'offre en agence ou auprès de votre conseiller Groupama Paris Val de Loire.
Groupama Paris Val de Loire - Caisse Régionale d'Assurances Mutuelles Agricoles Paris Val de Loire - Société d'Assurance Mutuelle immatriculée auprès du Registre du Commerce et des Sociétés de Créteil sous le numéro 382 285 260, Entreprise Régie par le Code des assurances et soumise à l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution située 4 Place de Budapest - CS 92459 - 75436 Paris Cedex 09 dont le Siège Social est sis 161 Avenue Paul Vaillant Couturier 94258 Gentilly Cedex.- www.groupama.fr - Document et visuels non contractuels - Crédit photo : Shutterstock, Flaticon - Création graphique : Communication commerciale Groupama Paris Val de Loire - 06/2020.

Groupama
PARIS VAL DE LOIRE

Objetdomotique lance son système de détection de fièvre

Elles permettent de repérer la fièvre, et donc d'alerter sur d'éventuels nouveaux cas d'infection au coronavirus : les caméras thermiques font partie des dispositifs qui pourraient s'avérer indispensables au fonctionnement du monde post-Covid. Une opportunité identifiée par la startup Objetdomotique, qui propose déjà des installations adaptées aux différents besoins exprimés par les établissements accueillant du public (ERP).

Installer des outils capables de détecter la fièvre, l'idée ne date pas d'hier. Avant même que le confinement ne soit décrété en France, elle avait déjà fait son chemin en Chine, où une technologie mise au point par la startup Megvii était utilisée pour identifier les sujets présentant une température corporelle supérieure à la normale dans les transports en commun de Pékin. En France, elle commence à s'imposer comme un outil incontournable. Et notamment pour Guillaume Tessier, CEO d'Objetdomotique, qui souhaitait développer des produits de détection de fièvre depuis au moins 2 ans. *« Là où il n'y avait pas de marché auparavant, la demande explose »*, explique celui qui, dès le début de l'épidémie, s'est rapproché de fabricants étrangers capables de produire en grande quantité pour pouvoir y répondre.

Car si Objetdomotique commercialise, paramètre, pose et certifie du matériel dont il effectue ensuite la maintenance, la startup ne conceptualise pas. Fondée en 2014, elle s'est fait une spécialité des systèmes d'alertes en proposant à différentes structures – et notamment un certain nombre d'établissements publics – l'installation de dispositifs d'alerte PPMS (plan particulier de mise en sûreté, rendu obligatoire au sein de tous les établissements scolaires), de vidéoprotection, de détection d'intrusion et de contrôle d'accès. Et la demande augmente : *« Des appels d'offre sortent tous les mois, on travaille beaucoup avec les mairies »*, raconte Guillaume Tessier, pour qui la crise a révélé un besoin. *« Avant les attentats de 2015, on ne mesurait pas forcément l'importance des systèmes Vigipirate. C'est la même chose avec le Covid-19 : on évolue vers une société où l'agression est permanente, d'où l'intérêt d'anticiper. »*

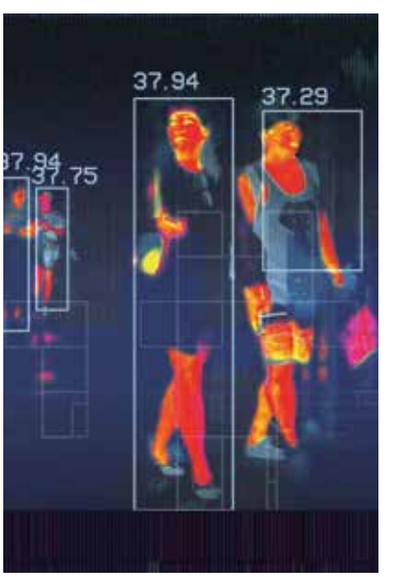
Si aucune commande ferme n'a encore été passée, la startup a déjà reçu de nombreuses demandes de devis. Selon son CEO, cela s'explique par la montée en puissance d'un sujet : celui de la responsabilité du dirigeant. Dès le confinement, les chefs d'entreprises qui ont pu maintenir leur activité ont dû s'assurer de pouvoir garantir la sécurité de leurs salariés, afin d'éviter que leur responsabilité pénale soit mise en cause. Et cette obligation de sécurité vaut encore à l'heure du déconfinement, ce qui explique la volonté croissante d'investir dans des technologies comme la détection de fièvre par caméra thermique.

Camera thermique corporelle.

Réseau d'agences, galeries commerciales, industriels… L'équipe planche actuellement sur des devis pour des installations d'envergure. *« Grâce à la puissance garantie par Groupama et par nos partenaires de proximité en charge de l'installation, nous ne sommes pas limités par la taille de l'opération »*, explique Guillaume Tessier, ajoutant que ce partenariat représente aussi un vivier de clients potentiels auxquels proposer les différentes solutions d'Objetdomotique, qui constituent alors « un élément complémentaire à leur propre catalogue ».

Des caméras pour toutes les structures

Pour détecter la fièvre, la startup propose différents modèles de caméras thermiques. Une caméra portative pour les espaces comme les crèches ou les structures d'accueil de la petite enfance, un totem autonome permettant à chacun de prendre sa température comme il le souhaite, et une caméra en installation fixe, adaptée aux environnements où se croisent chaque jour de nombreux individus comme les hôpitaux, les industries ou les grands magasins. Le tout, proposé avec un monitoring à distance et la qualité de service qui caractérise habituellement le prestataire, pour qui le suivi client est un élément important. Des dispositifs qui pourraient aider les Français à anticiper la fameuse « deuxième vague » de contamination au Covid-19 redoutée par le Conseil scientifique à l'approche de l'hiver. Car malgré le besoin de chacun de retourner à un état d'insouciance et la nécessité de relancer l'économie, le virus continue de circuler. *« Si elles avaient été équipées en amont, les entreprises auraient peut-être moins souffert »*, conclut Guillaume Tessier.



AIHDAC roule pour l'emploi

« Coup de pouce vélo » fait partie des mesures prises par le gouvernement pour la sortie du confinement pour encourager les Français à utiliser la bicyclette comme moyen de locomotion. Une aide qui soutient également l'inclusion en région Centre-Val de Loire.

Le Loir-et-Cher et l'Indre-et-Loire comptent trois entreprises adaptées réunies sous un statut associatif reconnu d'intérêt général, un groupe baptisé Aihdac. *« Une entreprise adaptée est avant tout une entreprise avec une mission sociale forte »*, revendique Céline Bessonnier, la directrice. Aihdac emploie 170 personnes dont 89 % sont en situation de handicap et éloignées de l'emploi. Les adaptations consistent à organiser la production différemment et/ou à aménager leur poste de travail. Aihdac leur propose un accompagnement dans leur projet professionnel en interne ou vers une entreprise dite *« classique »*.

Depuis 38 ans, les activités du groupe sont tournées vers la sous-traitance industrielle : fabrication de cartes électroniques, préparation de câbles électriques, tôlerie et métallerie, assemblage et conditionnement. *« Les personnes sont formées aux différents métiers ainsi qu'à la qualité (certifiés ISO9001 et prochainement ISO26000) par nos techniciens et chefs d'équipe. »* À cela s'ajoute depuis une dizaine d'années, la volonté de développer des services aux entreprises et collectivités : prestations de nettoyage (locaux et véhicules), reconditionnement et service après-vente de matériel électrique, second-œuvre en bâtiment, conciergerie solidaire d'entreprise. *« Par ce biais, nous faisons travailler les entreprises locales, en priorité celles de l'économie sociale et solidaire. »*

© AIHDAC

Coup de pouce vélo, coup de pouce pour l'emploi

L'entreprise s'est mise sur le terrain du vélo standard et électrique il y a plus de 6 ans avec La Poste. *« Cette dernière cherchait un prestataire pour l'entretien des vélos des postiers et avait à cœur de faire travailler des personnes en situation de handicap. »* Depuis, Aihdac a ouvert son atelier aux particuliers, aux entreprises et aux loueurs. Ils reconditionnent également des vélos récupérés pour les remettre en circulation.

« Lorsque l'État a annoncé l'opération "Coup de pouce vélo", nous avons tout de suite su que nous pouvions maintenir des emplois grâce à ce dispositif ; la crise sanitaire et économique nous impacte très fortement et tout est fait pour que nos salariés ne perdent pas leur emploi. » L'aide et sa médiatisation ont conduit au succès *« avec plus de 50 vélos réparés en 3 semaines »*. Au regard des règles sanitaires, l'entreprise s'est à nouveau adaptée, en venant enlever les vélos, en les désinfectant et en proposant le paiement sans contact. Quant à l'aide de l'État jusqu'à 50 €/HT, elle est défalquée directement de la facture du client qui n'a plus qu'à régler la TVA. *« Nous sommes ravis de pouvoir faire connaître notre entreprise sociale par ce biais. Certains clients nous découvrent et souhaitent nous confier d'autres prestations... C'est aussi ça la solidarité locale ! »*

L.P

** Jusqu'au 31 décembre 2020*

www.aihdac.com
Facebook, Linkedin, Twitter et Instagram : Aihdac

© AIHDAC

© AIHDAC

LE RUBIXCO

bien plus qu'un bureau !

Ouvert depuis le 15 juin 2020

Un Tiers-lieu totem de 665m² qui s'adresse aux entreprises, freelances, télétravailleurs, indépendants, startups ou associations !

#coworking
#incubateur
#bureauprivé
#numérique
#événementiel
#salle de réunion

1,rue Bernard Maris
37270 Montlouis-sur-Loire

Infos&résa : 02 47 50 72 96 / www.lerubix.co

Propulsé par Touraine-Est Vallées

Avenue de Grammont : coup d'envoi de la 2e phase de travaux

Le 8 juin dernier, Tours Métropole Val de Loire (TMVL) et la Ville de Tours ont lancé la deuxième phase – sur quatre au total – du chantier de redynamisation de l'avenue de Grammont.

C'est un chantier à 6,5 millions d'euros qui a commencé en avril 2019 : celui de l'avenue de Grammont, où les habitants de la métropole devraient pouvoir profiter d'un espace urbain entièrement repensé. Alors que la première phase de travaux qui s'est terminée en décembre 2019 a donné un nouveau souffle à la place Michelet et de ses alentours, cette deuxième phase va changer le visage du tronçon allant des rues Charles Gilles et d'Entraigues aux rues Auguste Comte et Origet. Objectif : conférer à cet espace un « esprit village », où il fera à la fois bon se promener, partager un verre en terrasse ou se déplacer, peu importe le mode de déplacement choisi. Une meilleure harmonie entre les piétons, les cyclistes, les automobilistes et les usagers de transports en commun, c'est d'ailleurs l'une des raisons qui a motivé le projet, pour lequel TMVL et la Ville de Tours se sont inspirés des travaux réalisés rue Nationale et place Châteauneuf. Parmi les autres raisons, on trouve aussi la valorisation du patrimoine architectural et l'amélioration de la qualité des divers revêtements. Pour satisfaire à ces critères, les travaux de cette tranche 2 vont consister à restructurer les contre-allées, à poser un dallage de pierres calcaires – pour un total de 2360 m2 –, à installer des points lumineux moins énergivores que les éclairages actuels, mais aussi à créer des fosses paysagères englobant les platanes qui encadrent aujourd'hui l'avenue, et qui intégreront arbustes, rosiers, bulbes, vivaces et fougères de manière à végétaliser encore davantage le paysage urbain.

© Tours Métropole Val de Loire / Léonard de Serres

> *« Objectif : conférer à cet espace un « esprit village », où il fera à la fois bon se promener, partager un verre en terrasse ou se déplacer, peu importe le mode de déplacement choisi »*

Une meilleure maîtrise des circulations

Autre bonne raison de mener à bien ces travaux avenue de Grammont : remettre de l'ordre dans les circulations, avec la mise en place d'une signalisation et de mobilier urbain – des bornes escamotables comme celles qui encadrent la circulation aux abords de la place Plumereau – destinées à réguler le nombre de véhicules circulant sur les contre-allées. Quant aux cyclistes, ils bénéficieront d'un espace dédié mieux délimité, ave la réalisation d'une bande cyclable différenciée, identifiable grâce à un logo vélo. Reste à trancher, en concertation avec les associations d'usagers et l'architecte des bâtiments de France, sur la finition et le mode de pose des pavés. Rendez-vous mi-novembre pour les fouler !

© Tours Métropole Val de Loire / Léonard de Serres

Le MEDEF Touraine met en place un espace d'écoute, de conseil et de solidarité pour les dirigeants d'entreprises

Particulièrement mis à l'épreuve par la crise économique liée au COVID-19, les dirigeants d'entreprise doivent maintenant faire face aux problèmes quotidiens qui les assaillent qu'ils soient humains, économiques ou matériel. Au-delà de ces difficultés rencontrées au quotidien, la souffrance psychologique peut être plus difficile à appréhender et a besoin d'être accompagnée.

C'est pourquoi, le MEDEF Touraine, à la demande de sa Présidente, Sandrine FLEURY, a mis en place, dès avril dernier, un espace de Conseil, d'Écoute et de Solidarité (nommé CoEso) spécifiquement mis à la disposition des chefs d'entreprise.

Sandrine Fleury, Présidente MEDEF Touraine.

Quatre dirigeantes d'entreprises de conseil et de coaching adhérentes, se sont spontanément proposées pour assurer bénévolement des entretiens totalement confidentiels. Ceux-ci pourront se tenir au nombre de deux maximum et d'une heure chacun.

Elles invitent chaque dirigeant ou tierce personne témoin du désarroi ou de difficultés d'un ami chef d'entreprise, à se manifester afin qu'ils puissent échanger et exprimer leurs questionnements ou leurs angoisses face à l'avenir.

« La solidarité entre chefs d'entreprise est indispensable pour sortir ensemble de cette crise » rappelle Sandrine Fleury.

Pour en bénéficier : faire une simple demande en laissant ses coordonnées par mail sur coeso@medef-touraine.fr L'organisation rappelle ensuite le chef d'entreprise pour convenir d'un entretien ou pour aiguiller sur une démarche spécifique.

Axéréal développe un effet « push'up » sur les moissons

La coopérative céréalière fait monter en puissance son réseau d'agriculteurs respectant la démarche Cultiv'Up pour une production plus respectueuse de l'environnement et une meilleure rémunération de l'exploitant.

On connaissait l'effet « push up » qui fait pigeonner les décolletés, la coopérative Axéréal, elle, applique l'effet « Cultiv'Up » qui fait gonfler les revenus des céréaliers. Cette appellation dynamique recouvre une démarche qui ne l'est pas moins. Il s'agit pour les exploitants agricoles qui l'adoptent de respecter un cahier des charges très précis.

Lancée en 2017 par Axéréal, la démarche Cultiv'Up monte en puissance. Le nombre de céréaliers l'ayant adopté est passé de 1 700 à 3 000 aujourd'hui. Il reste encore de belles marges de progression pour convaincre les 12 700 adhérents de la coopérative qui exploitent 630 000 hectares d'un vaste territoire s'étalant de la grande Beauce jusqu'à la Normandie, l'Auvergne et le grand Est.

L'argument « massue » susceptible de les convaincre est celui du prix. En effet, le principe de Cultiv'Up est de garantir une meilleure rémunération aux producteurs grâce à des accords de filières passés avec de grands groupes industriels comme Bannette, Axiane, Ebly, Panzani, Harrys ou Lesieur. Soumis aux exigences de plus en plus pressantes des consommateurs pour des matières premières saines et respectueuses de l'environnement, les industriels de l'alimentaire doivent rendre des comptes et s'assurer de la qualité de leurs approvisionnements. Ils ont formulé leurs conditions avec l'outil « SAI Platform », revendiquant une « *agriculture durable pour un monde meilleur* ». Axeréal a été certifié sur cette plateforme et a élaboré le dispositif CultivUp.

L'an dernier 400 000 tonnes de céréales certifiées Cultiv'Up ont été récoltées par les coopérateurs d'Axéréal.

Observation des sols à la loupe

CultivUp s'apparente à la démarche développement durable adoptée par de nombreuses entreprises. Elle repose sur les fameux trois « piliers » : environnement, social et économique.

Sur l'exploitation de 450 hectares qu'elle gère avec son mari en petite Beauce, Valérie Leguereau met en pratique le cahier des charges Cultiv'Up depuis 2017. « *Sur le volet environnemental,* explique-t-elle, *nous apportons un soin particulier à l'étude des sols. Ils sont analysés par un spécialiste, et l'observation quotidienne des cultures permet ensuite de limiter les apports d'amendements au strict nécessaire.* » Chaque parcelle est ainsi observée et suivie à la loupe avec la saisie de chaque intervention sur un logiciel dédié, intitulé « Synchroo » auquel le client final peut accéder.

Le volet social de la démarche concerne les conditions de travail, de sécurité et de santé des exploitants eux-mêmes et de leurs éventuels salariés. Quant au volet économique, il s'attache aux conditions de rémunération du producteur en fonction de la filière concernée. « *C'est une grande sécurité pour nous d'avoir la garantie de la commercialisation de notre production à la juste valeur de notre engagement dans cette certification,* reconnait Valérie Leguereau. *C'est aussi une fierté de savoir que l'on travaille pour de grandes enseignes de référence comme Bannette ou Panzani.* »

L'an dernier, 400 000 tonnes de grains ont été produits sous le label Cultiv'Up. L'objectif est d'atteindre le million de tonnes à l'horizon 2022, soit le quart de la production annuelle d'Axéréal qui a l'ambition de devenir la coopérative agricole durable.

L'effet « push up » de Cultiv'Up n'a donc pas achevé son opération séduction. B.G

Valérie Leguereau exploite avec son mari 450 hectares de céréales.

Sécurité sanitaire renforcée pour les moissons

La coopérative Axéréal a fait face à la pandémie en mettant en place les gestes barrières et les mesures de distanciation physique dans tous ses silos. Ces mesures sont renforcées avec le début de la période des moissons. « Nous avons revu de nombreux points dans l'accueil et l'organisation des sites. Le port du masque par exemple, tout comme le fait de rester dans le véhicule dans la file d'attente ou le dépôt du bon de livraison dans une bannette, sont des mesures systématiquement appliquées sur l'ensemble des silos », précise Jérôme Bos, directeur des activités agricoles. 650 saisonniers ont été recrutés et formés à distance, notamment au respect des gestes barrières.

La période des moissons, qui débute avec un peu d'avance, représente pour Jean-François Loiseau, président d'Axéréal, un enjeu stratégique : « Nourrir les français et contribuer à alimenter le reste du monde est une mission dont l'actualité récente nous a rappelé le caractère essentiel. Notre région, souvent qualifiée de grenier à grains de la France, joue un rôle prépondérant dans ce qui relève d'un enjeu géostratégique majeur pour notre nation. »

Ferme-Expo sera bien de retour en 2020

Pourtant bien conscientes que la crise sanitaire n'est peut-être pas encore terminée, les équipes de la Chambre d'agriculture d'Indre-et-Loire et de Tours Evénements, organisatrices du salon Ferme-Expo, souhaitent désormais rester optimistes et aller de l'avant en pariant que l'événement aura bien lieu à la mi-novembre.
Cette année, 10 000 m² supplémentaires devraient même être dédiés à ce grand salon régional fêtant l'agriculture et la gastronomie et la commercialisation des espaces est d'ores et déjà ouverte.
Chaque année depuis sa création en 2005, le salon propose aux visiteurs de venir à la rencontre des producteurs locaux, éleveurs, artisans et restaurateurs tourangeaux. Un grand pôle agricole avec plus de 1000 animaux, des présentations et concours, des expositions de machines agricoles et de nombreuses animations complètent le programme du week-end.
L'objectif ? Mettre en lumière des femmes et des hommes innovants qui incarnent l'agriculture et participent à la dynamique de leur territoire.

© Clémentine Chouveau

M.Kuipers, agriculture à Sonzay lors de l'édition 2019.

Ferme-Expo du 13 au 15 novembre 2020 au Parc expo de Tours
Pour retrouver le programme de l'édition 2020 : www.ferme-expo.fr

Ferme-expo en chiffres

- 35 000 visiteurs attendus chaque année
- 320 exposants
- + de 1000 animaux
- 10 000m² dédiés à la gastronomie

Draw me a garden rend toutes les mains vertes !

Draw Me A Garden, start-up hébergée au Lab'O, à Orléans, est née, à Blois, de l'envie de mettre le digital au service du jardin et de permettre aux Français ne s'occupant pas de leur jardin, mais désireux de le faire, de se le réapproprier grâce au kit complet de plantation et les conseils d'entretien qui leur sont envoyés.

Florent de Salaberry n'est pas un homme qui se complaît dans des habitudes. Alors salarié pour un grand groupe industriel, il décide de reprendre ses études et de préparer un Executive MBA. Au bout de deux ans à travailler week-ends et vacances, il cherche une idée pour son mémoire. Un ami lui en souffle une : Dessine-moi un jardin, un service en ligne clé en main pour que les particuliers conçoivent et aménagent facilement leur jardin. *« J'ai trouvé l'idée géniale et j'ai fait mon mémoire sur ce sujet, en binôme avec une jeune femme branchée marketing et avec l'aide des professeurs parmi les meilleurs de leur domaine, se souvient le quadragénaire. Au fur et à mesure que nous avancions, les retours étaient plus qu'encourageants et j'étais chaque jour un peu plus impressionné par le besoin universel d'accompagnement pour le jardin. »*

Des retours tellement enthousiastes qu'en 2017, quelques mois après avoir obtenu son diplôme, Florent crée sa start-up, emmenant dans l'aventure son ami à l'origine de l'idée. Un architecte paysagiste de renom, formé à l'École nationale supérieure de paysage de Versailles, les rejoint.

Un anglicisme plus tard, *Draw me a garden* est né.

(Re)découvrir son jardin

Draw me a garden rend le jardin accessible au plus grand nombre et utilise le meilleur de la technologie pour aider les gens à se reconnecter à leur jardin. *« Nous accompagnons nos clients tout au long de la conception de leur jardin, jusqu'au moment*

Florent de Salaberry, co-fondateur.

où il ne leur reste plus qu'à s'installer dans un transat ! » Draw me a garden lève les freins qui empêchent les gens d'aménager leur extérieur. Les freins liés à la méconnaissance, d'abord. Le site www.dmag.fr propose différents thèmes (jardin français, jardin anglais, nature libre, esprit méditerranéen...) créés par un paysagiste. Les clients dessinent le plan de leur terrain, précisent les différents usages qu'ils en font en y localisant le parking, le potager, la zone de jeux pour enfants, le poulailler... et *Draw me a garden* se charge des espaces restants ! Le logiciel va aménager les zones en fonction du thème retenu, de leur exposition, des zones d'ombre, du climat, de la qualité du sol... et va simuler l'aspect du jardin en 3D, à un, trois et cinq ans, saison après saison. *« Les clients peuvent alors acheter le projet de LEUR jardin. Nous leur envoyons un kit qui contient tout ce dont ils vont avoir besoin pour aménager leur extérieur : les végétaux ; les outils ; un plan de plantation en carton biodégradable à dérouler sur les zones à planter et un livret explicatif. L'idée est de rendre le jardin didactique. »*

Complètement guidés, les jardiniers amateurs vont planter les végétaux fournis à travers le carton et recouvrir ce dernier de paillis (également livré). *« En se décomposant, le carton va créer un substrat qui va devenir un véritable écosystème. Les végétaux vont donc bien y prendre racine. Nous ne lâchons pas nos clients après cette étape. Nous continuons à leur envoyer des conseils personnalisés. Nous avons également un rôle pédagogique. Nous leur apprenons à découvrir leur jardin. »*

« Pour qu'un jardin soit beau, il doit être lisible. Il faut y dessiner des lignes, on doit comprendre comment il est organisé. Faire en sorte qu'un jardin soit beau au printemps, ce n'est pas difficile, la nature s'en charge. En hiver, c'est un challenge que Draw me a garden souhaite relever. »

Au global, le slogan de Draw me a garden pourrait être : *« il n'y a pas à réfléchir, juste à choisir ! »*

E.C

Le plus

« L'idée n'est pas de passer des heures à travailler au jardin, commente Florent de Salaberry, co-fondateur. *Une fois les choses posées, sur un an, et hors tonte, il faut compter quatre à cinq heures de travail par an. »*

Patron de plantation.

Jardin avant.

Jardin après 3 mois..

Les terminales ASSP du lycée La Providence primés pour leur court-métrage « *Madame la thanatopractrice* »

La Providence
Lycée Catholique d'Enseignement & Institut de Formation Continue

Les élèves de terminale ASSP (Accompagnement Soins et Services à la Personne option domicile ou structure) du Campus La Providence ont participé au concours « Je filme le métier qui me plaît » parrainé pour la première fois par la Région Centre-Val de Loire et qui a pour vocation de valoriser les parcours de formation et l'offre de métiers pour les jeunes dans leur orientation.

Les élèves du lycée professionnel du Campus La Providence ont décroché le Clap d'or dans la catégorie « *Meilleure réalisation* » pour leur court-métrage « *Madame la thanatopractrice* », qui met en avant un métier particulièrement méconnu du grand public, celui de ces professionnels qui pratiquent des soins de conservation ou de présentation du corps des défunts.
Un choix osé de la part des jeunes du Campus La Providence qui a été récompensé par le jury composé de professionnels (composé de représentants de la Région Centre-Val de Loire et les acteurs de l'orientation). Le film, qui dure 3 minutes et 2 secondes, se veut être avant tout une « *séquence pédagogique* » explique Magda Grib, leur enseignante en STMS (Sciences et Techniques Médico-Sociales). « *Les élèves ont dû faire preuve de beaucoup de maturité, pour tourner les scènes. Mais ce concours est un excellent moyen d'ouvrir le champ des possibles, il permet la rencontre entre les élèves et les professionnels et la découverte des débouchés professionnels.* »

Les élèves de Terminale ASSP lors de la remise de leur « Clap d'or » par Isabelle Gaudron, vice-présidente du Conseil Régional déléguée à la Formation professionnelle, à l'insertion et à l'orientation.

Florine, qui se destine au métier d'éducatrice spécialisée, a réalisé combien ce métier était psychologiquement difficile et qu'il nécessitait du sang-froid.

Les élèves de Terminale ASSP se sont également illustrés pendant la crise du coronavirus. Ils ont été appelés pour « *renforcer les effectifs* » des professionnels de santé au sein de structures sociales, médico-sociales ou à domicile, notamment dans les établissements dans lesquels ils avaient réalisé leurs précédents stages. « *C'est une véritable marque de confiance à l'égard de notre lycée professionnel et des formations qui y sont dispensées* » ajoute Magda Grib.
Zoé a par exemple été contactée par l'Ehpad, La Maisonnée Saint-François, pour y travailler deux jours par semaine en tant qu'agent des services hospitaliers (ASH). Ella a aidé l'équipe permanente à entretenir les locaux ou à accompagner les résidents.
Tous les élèves ont exprimé leur fierté d'avoir été en première ligne et d'avoir pu contribuer à la lutte contre le coronavirus. Pour Maria Grib, cet épisode aura permis de démontrer une fois de plus que « *la voie professionnelle est une voie d'excellence !* »

Le Campus La Providence est composé d'un lycée professionnel, d'un lycée technologique, d'un Pôle Enseignement Supérieur et d'un Centre de Formation Continue. Engagé dans trois secteurs de formation (sanitaire & social, énergie & numérique, administration & vente/commerce), le Campus accueille des apprenants de la 4e à Bac +3.

Campus La Providence, 23 rue des Saintes Maries à Blois
Contact : info@lapro.org
Site Internet : www.lapro.org

Plus qu'une Région, une chance pour les jeunes | regioncentre-valdeloire.fr

Centre-Val de Loire ORIENTATION La Région vous accompagne

Région Centre-Val de Loire

Les vins du Val de Loire remettent une tournée générale de communication

Pour relancer les ventes mises à mal par le confinement, l'interprofession des vins du Val de Loire lance une vaste campagne de communication auprès des consommateurs français et à l'étranger.

Tournée générale à un million d'euros ! C'est Interloire, l'interprofession des vins du Val de Loire, qui régale. Pour redonner aux consommateurs le goût des productions viticoles ligériennes, elle met un million d'euros sur le comptoir, soit le sixième de son budget annuel. L'engagement est à la hauteur des enjeux pour les producteurs du Val de Loire qui ont souffert de la période de confinement. La fermeture des restaurants et l'annulation des événements festifs pendant plus de deux mois ont mis au régime sec la filière viticole.
« On a déjà perdu entre 150 et 200 millions d'euros de chiffres d'affaires en deux mois. Si la consommation ne repart pas, on pourra vite enregistrer une perte de l'ordre de 300 millions d'euros pour les Vins du Val de Loire », estime Jean-Martin Dutour, président d'InterLoire.
Coup dur pour la troisième région viticole française et son organisation professionnelle qui rassemble 3 700 acteurs de la filière, du vigneron au négociant en passant par la coopérative.

Le plein d'espaces publicitaires

Pour éviter la catastrophe, InterLoire et les organismes de défense et de gestion (ODG) des différentes appellations et dénominations ligériennes réparties sur 14 départements, ont bâti un plan de campagne qui repose essentiellement sur des actions de communication et de visibilité tant sur le territoire national qu'à l'étranger.
Il s'agit de *« réveiller l'enthousiasme de nos consommateurs »* dit Interloire. Pour ce faire, un slogan a été élaboré : *« Nos vins s'accordent avec tout, et surtout avec vous »*. Il sera repris sous de multiples formes en association avec la signature des Vins de Loire : *« Tous les vins sont dans sa nature »*.
La nature ayant horreur du vide, la campagne de communication va faire le plein d'espaces publicitaires que ce soit sous la forme de spots radiophoniques (21 000 passages du 20 juillet au 13 août), d'affichage (1 400 panneaux en Ile de France et Grand Ouest), d'insertion presse (30 parutions dans les numéros spéciaux « foires au vin » de la rentrée), sans négliger les réseaux sociaux et leurs inévitables influenceurs.

Le nouveau visuel de la campagne de communication sera diffusé en affichage, en publication presse et sur les réseaux sociaux.

Visibilité renforcée à l'international

Cette campagne va absorber 80 % du budget global, les 20 % restant étant dévolus à la promotion sur les marchés étrangers. Seront ciblés les pays limitrophes dont les touristes risquent de déserter le territoire national cet été : le Royaume-Uni (18 % des volumes exportés) la Belgique et Allemagne (15 % des volumes exportés). Les britanniques seront sensibilisés par leurs cavistes et les allemands via les influenceurs des réseaux sociaux.
Pour toucher les grands pays tiers comme les États-Unis (25 % des volumes exportés), le Canada et l'Asie, Interloire va utiliser la plateforme web *« Taste of France »*. Ce site Internet, qui édite également un magazine assure la promotion des produits gastronomiques et des vins français à l'étranger. La période de diffusion s'étalera de septembre à novembre.
Directrice de la Cave des Producteurs de vin de Montlouis (Indre-et-Loire), Emeline Hascoët est en phase avec les objectifs de la campagne d'InterLoire. *« Toute communication est bonne à prendre, commente-t-elle. Nous avons besoin de soutien après cette période difficile et au moment crucial des foires au vin d'automne. »*
Les résultats de la campagne publicitaire diront si les vins du Val de Loire s'accordent aussi aux espoirs des viticulteurs.

> *« Nos vins s'accordent avec tout, et surtout avec vous »*

À Montlouis, une cuvée Laudacius pour magnifier le Chenin

La Cave des producteurs de Montlouis a élaboré une nouvelle cuvée sans soufre ajouté et certifiée « Terra Vitis » pour exprimer toutes les subtilités du cépage Chenin.

La famille romaine des Laudacius vivait sur les hauteurs de Montlouis-sur-Loire à laquelle elle a laissé son nom (Mont-Laudacius devenu Montlouis). Laudacius pourrait aussi faire penser, en latin de cuisine, à « *laudare* », c'est-à-dire « louer » au sens de « *vénérer* » ou « *adorer* ». C'est précisément pour les adorateurs du cépage Chenin que la Cave des Producteurs de Montlouis a élaboré sa nouvelle cuvée Laudacius.

« *L'idée de nos coopérateurs était d'essayer d'exprimer toutes les subtilités aromatiques du Chenin* », explique Emeline Hascoët, la directrice de la cave coopérative. « *Nous avons réalisé de nombreux essais en essayant de respecter plusieurs impératifs : absence de souffre ajouté et certification environnementale Terra Vitis* », précise-t-elle.

À en croire les notes de dégustation, Laudacius remplirait le contrat. Le vin obtenu serait fruité avec une bouche minérale, et des arômes de poire et de pomme.

La nouvelle cuvée, qui bénéficie du classement AOC Montlouis-sur-Loire, est issue de deux parcelles 100 % Chenin surplombant le Val de Loire et le Val de Cher. Une première production de mille bouteilles est sortie de la cave des producteurs en 2018. Elle a été appréciée des connaisseurs et a été suivie d'une production de 2000 bouteilles en 2019. « *Notre objectif est de passer à 4000 bouteilles avec la récolte de cette année* » annonce Émeline Hascoët.

Même à ce niveau de production, cela restera une goutte de …Chenin pour la cave qui commercialise 40 % de l'appellation AOC Montlouis et vinifie également des vins en AOC Touraine et Crémant de Loire.

Le rude coup du confinement

Créée en 1961, la Cave des Producteurs de Montlouis regroupe 19 vigneronnes et vignerons qui exploitent 170 hectares de vignes. L'intégralité de la vinification est réalisée au sein de la Cave sous la surveillance d'un maître de chai et d'un ingénieur œnologue.

Les producteurs respectent la certification Terra Vitis qui vise à accompagner sainement le cycle naturel de la vigne en utilisant des méthodes préservant les écosystèmes.

La Cave dispose d'un « trésor » de deux millions de bouteilles qui vieillissent dans ses chaix. Les flacons sont commercialisés sur place à 35 %, par la grande distribution pour 50 % et via les cavistes pour 15 %.

Le confinement a porté un rude coup à l'activité commerciale. « *Avec l'arrêt de la restauration et de toutes les manifestations festives au cours desquelles on sert souvent des vins effervescents, nous avons été fortement pénalisés* », explique Émeline Hascoët. « *Le manque à gagner de mars à mai sera de 50 % du chiffre d'affaires de cette période. Heureusement, nous avons pu maintenir la vente aux particuliers via les réseaux sociaux et certains réseaux de distribution de proximité de moyenne surface. Nous fondons de bons espoirs dans le passage des touristes cet été et les foires aux vins de l'automne* ».

Elles seront l'occasion de faire déguster le fameux « Laudacius » et d'en louer les vertus.

B.G

Fraîche et fruitée, la cuvée Laudacius de Montlouis a tout pour séduire le public féminin.

> *« À en croire les notes de dégustation, Laudacius remplirait le contrat. Le vin obtenu serait fruité avec une bouche minérale, et des arômes de poire et de pomme »*

Roller Grill International : la performance à la française

Installé à Bonneval, dans l'Eure-et-Loir, Roller Grill International est devenu, en un peu plus de 70 ans, une référence pour les professionnels comme pour les particuliers, dans le domaine des appareils de cuisson et de réfrigération. Comment l'entreprise a-t-elle réussi à s'imposer et à continuer à proposer des produits fabriqués en France ?

Quand, en 1984, Jean-Pierre Ageorges reprend Roller Grill, la société est alors un spécialiste du petit électroménager grand public. Le credo du nouveau PDG : aller vers l'international, ambition qu'il affichera clairement en ajoutant un adjectif au nom de l'entreprise et en visant en premier lieu l'Europe et l'Asie. *« J'avais déjà anticipé que l'Asie allait vite devenir un marché très porteur, notamment avec la Chine qui dormait encore à l'époque. Nous avons été précurseurs pour aller y chercher des clients... »*

La force de Roller Grille International ? Le nombre important de références, plus de 350, en réponse à tous les besoins et tous les types de cuisine et de consommation. *« Notre force, c'est d'avoir une grande gamme, unique en France, voire dans le monde. »* Une large gamme et surtout une véritable légitimité en tant que fabricant venant du pays de la gastronomie.

La société qui utilise 1200 tonnes d'inox par an et produit entre 130 et 140 000 appareils par an (dont les deux-tiers sont exportés) répond à la demande des clients du monde entier. *« Quand on est capable de ça, on est moins sensible aux aléas du marché,* affirme le PDG. *La société s'adapte aux tendances pour imaginer de nouveaux appareils. Les produits changent très vite comme la manière de consommer ! Nous nous montrons sensibles à ce que demandent les consommateurs : nous concevons des appareils pour concocter des plats gastronomiques et d'autres pour des produits snacking. »*

Jean-Pierre Ageorges.

Le choix du Made in France

Roller Grill International exporte dans 100 pays et compte 180 employés. Des deux usines françaises, situées toutes les deux dans l'Eure-et-Loir, dans la zone industrielle de Bonneval, sortent les appareils hauts de gamme plébiscités par les spécialistes de la restauration mais aussi par les particuliers désireux de s'équiper avec du matériel durable et conférant une qualité de cuisson et de réfrigération professionnelle.

Armoires chauffantes, chauffe-plats, crêpières, fours, friteuses, fumoirs, grills, planchas, plaques à snacker, rôtissoires, toasters, salamandres, buffets, fontaines et vitrines réfrigérées... La société revendique un vrai savoir-faire au niveau de l'inox, un métal durable et qui permet de travailler avec une grande hygiène. *« Notre outil industriel est évolutif et nous permet de nous adapter en permanence. J'ai investi dans des machines-outils de qualité, des équipements industriels européens rigoureusement sélectionnés. On ne fait pas de bons appareils avec de mauvais outils. »*

Beaucoup auraient choisi d'augmenter leurs bénéfices en délocalisant la production dans des pays à bas coûts, mais pas Jean-Pierre Ageorges : *« J'ai trouvé localement une main-d'œuvre de qualité, qui connait bien l'inox. Des gens compétents et expérimentés qui font du bon travail. Le fait d'être implanté dans le pays de la gastronomie m'a bien aidé. Cela m'a d'abord permis d'être légitime. Alors, pourquoi aller mettre des usines de l'autre côté ? »*

Et quand on parle des appareils de la gamme Roller Grill International, Jean-Pierre Ageorges commente : *« Je suis particulièrement fier de notre salamandre vitrocéramique équipée d'un système de détection de plats. C'est notre produit phare qui équipe une bonne partie des cuisines des chefs étoilés. »* Une référence...

E.C

Le conseil du PDG

Jean-Pierre Ageorges se laisse aller à donner un conseil... De chef d'entreprise aguerri à un autre, peut-être moins expérimenté... « Si une entreprise veut exporter, elle doit être visible sur internet. J'ai beaucoup investi pour cela. Aujourd'hui, le commerce se passe là. On a des agences web régionales qui gèrent cela très bien. Autour de nos usines, il y a une vraie économie régionale avec des entreprises performantes. Il ne faut pas les oublier. »

Forteresse de Montbazon

Vivez le Moyen-Âge

www.forteressedemontbazon.com

la Halle aux Haches

lancer de haches
et tir à l'arbalète

Inédit en Touraine

A partir de juillet
Renseignements et réservations :
02 47 34 34 10
forteressedemontbazon@gmail.com

Le Fonds Renaissance ouvre son portefeuille

Le fonds régional de soutien à la relance économique commence à distribuer ses financements aux entreprises de proximité en difficulté. 120 dossiers sont en cours d'instruction pour des aides de 5 à 20 000 euros à taux zéro.

« Avec mon mari, on a pensé au suicide… ». Témoignage poignant que celui de cette gérante d'un hôtel-restaurant de Lorris devant le comité d'engagement du Fonds Renaissance qui se réunissait pour la première fois ce vendredi 19 juin dans les locaux du Conseil Régional. Après avoir installé les comités dans chacun des départements de la région depuis le début de la semaine, François Bonneau, président du Centre-Val de Loire, procédait à la mise en place de l'instance du Loiret et à l'examen des premiers dossiers. Devant une assemblée formée par les présidents des chambres consulaires, les acteurs économiques et les représentants des communautés de communes et d'agglomérations, deux commerçants de secteurs ruraux sont venus témoigner de leur détresse économique et morale. L'une comme l'autre, hôtelier-restaurateur à Lorris et restaurateur à Châteauneuf-sur-Loire, ont été « cueillis » par l'annonce du confinement le 16 mars. *« Ça été un coup de massue ! »* se rappelle le restaurateur de Châteauneuf qui venait juste de faire rentrer pour 2 000 euros de marchandises et a dû tout jeter à la poubelle.

Ils ont néanmoins réussi à survivre en mettant leur personnel au chômage partiel et en assurant eux-mêmes un service de vente de repas à emporter. Le confinement leur a fait perdre une part importante de leur chiffre d'affaires et la réouverture ne parvient que très partiellement à combler le retard. L'une comme l'autre se débattent dans les démarches de recherche de financement, obtenant des réponses parfois incohérentes. D'où leur dépôts de dossier sur la plateforme du Fonds Renaissance proposé par la région Centre-Val de Loire.

Des restaurateurs et hôteliers sont venus témoigner de leur situation de détresse morale et financière devant le comité d'engagement.

Une enveloppe de 13 millions d'euros

Le fonds de solidarité régional Renaissance a pour le moment recueilli près de 120 demandes de financement depuis son lancement le 21 mai dernier. Il s'agit pour l'essentiel de commerçants, de restaurateurs, d'hôteliers, d'artisans et de professionnels du tourisme. Ce sont précisément les secteurs ciblés par la région : les entreprises *« du quotidien et de proximité »* de moins de 20 salariés dont les besoins ne peuvent être satisfaits par les dispositifs d'ores et déjà en place.

Le financement consiste en une avance remboursable en trois ans d'un montant de 5 000 à 20 000 euros, sans taux d'intérêt ni garanties, avec un différé de remboursement d'un an. Les prêts sont accordés par la Banque des Territoires, filiale de la Caisse des Dépôts et Consignations. Une aide additionnelle de 20 % peut être obtenue pour les projets comportant des aspects en relation avec la transition écologique.

Une enveloppe de près de 13 millions d'euros a été réunie grâce aux contributions du Conseil Régional et de la Caisse des Dépôts (4, 750 M€ chacun) et celles des communautés de communes et d'agglomération (3,5 M€ attendus sur la base de 1€ par habitant).

Au cours de cette première semaine 48 demandes ont été satisfaites par les comités d'engagement départementaux pour un montant total de 716 200 €.

Sur une base moyenne d'environ 15 000 € par dossier, le Fonds Renaissance pourrait ainsi aider près de 1 000 entreprises à envisager des jours meilleurs.

B.G

Le Fonds Renaissance, comment ça marche ?

Déjà 48 entreprises soutenues

	Dossiers étudiés	Dossiers validés en Comité d'Engagement	Montants accordés
Cher	4	3	46 000
Eure-et-Loir	7	7	80 000
Indre	9	9	170 200
Indre-et-Loire	12	11	161 500
Loir-et-Cher	13	11	141 000
Loiret	10	7	117 500
	55	**48**	**716 200**

Caractéristique du fonds :

• Eligibilité : entreprises de moins de 20 salariés, de tous secteurs d'activité implantées en Centre-Val de Loire (commerces, hôtellerie, restauration, tourisme, propriétaires de sites patrimoniaux ouverts à la visite plus de 3 mois par an …)

• Niveau d'intervention : jusqu'à 80 % de l'assiette des dépenses composée des investissements et du besoin en fonds de roulement nécessaires au redémarrage de leurs activités

• Montant : de 5 000 € à 20 000 € d'aide sous forme d'avance remboursable sans intérêts ni garanties

• Aide additionnelle de 20 % pour les projets en matière de transition écologique

• Versement en totalité dès acceptation. Remboursement sur 3 ans après un différé d'un an

Vos contacts en fonction de votre localisation :

• 18 – Initiative Cher - contact@initiative-cher.fr
• 28 – Initiative Eure et Loir -contact@initiative-eureetloir.fr
• 36 – Initiative Indre - fouad.ghorbal@initiative-indre.com
• 36 – Initiative Brenne - contact@initiative-brenne.fr
• 37 – Initiative Touraine Val de Loire - contact@initiative-tvl.fr
• 41 – Initiative Loir et Cher - ilc@initiative-loir-et-cher.fr
• 45 – Initiative Loiret - contact@initiative-loiret.fr

Pour toutes informations, vous pouvez également contacter les services développements économiques des intercommunalités (Communauté de Communes, Communautés d'Agglomération, Métropoles) ainsi que vos chambres consulaires (Chambre de Métiers et d'Artisanat et Chambre de Commerce et d'Industrie).

Les étapes de votre demande de financements

1. Dépôt du dossier sur la plateforme régionale Fonds Renaissance du site Internet de la Région Centre-Val de Loire.
Dossier à déposer avant 30 octobre 2020
2. Instruction par les plateformes d'initiatives locales
3. Validation de l'aide par le Comité d'engagement départemental (tous les 15 jours)
4. Versement de l'aide par le Conseil régional Centre-Val de Loire en charge de la gestion du fonds

Le Conseil Régional lance un appel à la mobilisation économique générale

Face à une situation économique préoccupante et à des alertes sur l'emploi, le Conseil Régional mobilise les forces vives pour « remettre en énergie » l'économie régionale.

Filant la métaphore sur le thème de la guerre, c'est un appel à la mobilisation générale que le président de la région Centre-Val de Loire, François Bonneau, a lancé ce mardi 2 juin lors d'une visioconférence de presse. La mobilisation économique générale, s'entend, pour un *« nouveau démarrage »* qui *« remette en énergie »* les forces vives de l'activité économique régionale.
Sur le front de l'emploi, les signaux s'avèrent inquiétants avec une augmentation du chômage de 3 % pour les catégories A, B et C en Centre-Val de Loire. Pour Harold Huwart, vice-président en charge du développement économique, cette hausse brutale efface trois années consécutive de croissance. Il se montre très pessimiste pour l'avenir, estimant que *« la vague de destruction d'emplois est encore devant nous, alors même que la puissance publique a utilisé une grande partie de ses moyens. »*
L'arsenal des aides et financements déployés par l'Etat, les collectivités et les banques a été largement exploité par les entreprises. En Centre-Val de Loire, le PGE (Prêt Garanti par l'État) a été utilisé par 12 000 entreprises pour un montant global de deux milliards d'euros. Même « succès » pour le Fonds National de Solidarité auquel ont eu recours près de 80 000 entreprises. Quant au Fonds Renaissance mis à disposition par la Région et les collectivités au profit des entreprises de moins de 20 salariés, il est encore trop tôt pour mesurer son impact mais il a obtenu l'adhésion de l'ensemble des intercommunalités permettant de porter l'enveloppe à 13 millions d'euros au lieu des 12 initialement prévus.
Sur les 300 000 entreprises employeuses du Centre-Val de Loire, la très grande majorité, environ 250 000, n'a pas eu recours à un financement aidé pour le moment mais attendent d'avoir une vision plus complète de la situation.

La visioconférence de presse a réuni autour de François Bonneau, Président de la Région Centre-Val de Loire, Cathy Münsch-Masset, vice-Présidente déléguée à l'Éducation et à l'apprentissage, Charles Fournier, vice-Président délégué à la Transition écologique, Isabelle Gaudron, vice-Présidente déléguée à la Formation professionnelle, Harold Huwart, vice-Président délégué au développement Économique, et Philippe Fournié, vice-Président délégué aux Transports.

Un comité permanent de soutien aux entreprises.
La mobilisation économique générale déclarée par l'instance régionale passera par la création d'un comité permanent de soutien aux entreprises ayant pour objectif de coordonner les dispositifs d'accompagnement. *« Il est nécessaire d'assurer une bonne coordination entre toutes les instances et de bien exploiter tous les outils dans un ensemble d'une grande complexité »* estime François Bonneau.

En termes plus imagés, Harold Huwart préconise de *« mieux flécher les aides en fonction des difficultés plutôt que de courir après les trous dans la raquette. »* Le comité permanent associera donc les représentant de l'État, de l'agence de développement économique régionale Dev'Up, des chambres consulaires et des intercommunalités.
Pour François Bonneau, cette remise en ordre de marche ne devra pas écarter, mais au contraire intégrer les enjeux bioclimatiques. Charles Fournier, vice-président à la transition écologique, ajoute même que la prise en compte de l'efficacité énergétique et de la transformation numérique dans les projets présentés par les entreprises donnera lieu à une bonification.
Certains signes restent cependant rassurants, comme la situation dans les transports routiers régionaux où aucune défaillance n'a été encore signalée. Les travaux sur le réseau ferroviaire ont même repris, comme l'a indiqué Philippe Fournié, vice-président en charge des transports.

La vigilance n'en reste pas moins nécessaire pour que toute la région reste sur le pied de guerre.

B.G

Focus

Rentrée dans les lycées
100% des lycées de la région sont prêts à accueillir les élèves depuis le 2 juin avec toutes les dispositions de sécurité sanitaire nécessaires. Le nombre de lycéens accueillis augmentera progressivement au fil des semaines.

Forum relocalisation le 1er juillet
C'est finalement le 1er juillet qu'aura lieu le forum régional sur la relocalisation initialement prévu le 16 juin. Il se tiendra sur le Campus Orléanais et sera retransmis sur Internet.

Relance du plan régional de formation
Mis en sommeil par le confinement, les travaux du plan régional de formation 2021 vont être relancés. Il s'agit de programmer et de retenir les organismes pour près de 27 000 stagiaires et apprentis.

Un pass TER pour les jeunes
Discuté avec les autres régions, un pass transport sur l'ensemble du réseau des TER de France sera proposé aux jeunes pour un montant de l'ordre de 30 €.

Un pack tourisme pour les familles
Comprenant les transports et l'accès aux sites touristiques du Centre-Val de Loire, un pack tourisme familial pour cinq personnes est en préparation sur la base de 92 € pour trois jours et 110 € pour cinq jours.

À l'heure de la reprise

Le monde a été secoué et les états ont soutenu leurs économies. Aujourd'hui prévaut la reprise, mais avec l'incertitude pour toile de fond. C'est évidemment ce que redoute le chef d'entreprise ; ne pas savoir…
Ils ont tout fait pour reprendre, en choisissant de nouveaux caps, en réorientant leurs outils de production, en faisant les yeux doux à de nouvelles clientèles. Où l'on parle aujourd'hui de relocalisation, d'un nouveau schéma social, et de développement très durable. Ces idées louables tiendront-elles, ou seront-elles remisées une fois la crise passée ?

À l'heure où les institutions s'efforcent de relancer l'économie de la France, les commentaires vont bon train au café du commerce, rouvert depuis peu. Il en monte cette petite rengaine : *« La crise sanitaire est derrière nous, mais la crise économique et sociale est devant »*. L'inquiétude persiste malgré les mesures « massives », comme on dit, prises depuis quatre mois. Car si le virus semble s'essouffler, l'arrêt total de l'activité économique mondiale a laissé des traces. Les services de l'État font part d'une contraction du PIB de -10,3 %. Il est urgent de repartir. Tous les feux sont au vert, mais un peu pâle.
Geoffroy Roux de Bezieux, président du MEDEF disait au Grand Jury RTL : *« On est face à une économie ralentie dont on ne sait pas comment elle va repartir »*. Confirmation des chefs d'entreprise, récemment interrogés par Dev'Up, l'agence de développement économique de la Région. Elle a mené une enquête auprès de 279 entreprises de la Région.
Dans la majorité des secteurs d'activité, 72 % des chefs d'entreprises interrogés, hormis l'aéronautique, l'automobile et la sous-traitance mécanique, considèrent tout de même que la situation se stabilise. 38 % ont eu recours au chômage partiel, 16 % font face à des tensions sociales.

À cela s'ajoute la crainte de mal faire ou pas assez en matière de protection de la santé. Les bars et les restaurants sont ouverts, les terrasses agrandies grâce à la bienveillance des mairies, les commerciaux recommencent à sillonner les routes, le télétravail ralenti, et les salariés retrouvent le chemin du bureau et de l'usine, avec des règles nouvelles et souvent difficiles à tenir. *« On fait au mieux »* confie le patron d'une PME de la métallurgie. Gel Hydro alcoolique (GHA pour les intimes), et TPI, tenues de protection individuelle, sont maintenant acquis. Mais la distanciation et la désinfection des postes de travail sont lourdes au quotidien. Alors certains hésitent dans la crainte des contrôles, et se voient limités dans le redéploiement de leur activité. Les restaurateurs sont satisfaits, mais n'ont retrouvé que 50 % de leur chiffre d'affaires. Ils cherchent des solutions pour atteindre le seuil de rentabilité.
Dans le bâtiment, la sécurisation des conditions de travail est une priorité. Sa mise en œuvre occasionne un surcoût, estimé entre 20 et 35 K€, que les PME ont du mal à répercuter, notamment sur les petits chantiers du bâtiment. Pourtant, les instructions des permis de construire reprennent.
Pour la filière maraîchère, certes moins impactée que l'horticulture, c'est maintenant le spectre de la sècheresse qui fait craindre une reprise difficile.

Tenir autant que possible
L'enjeu est maintenant de tenir le rythme pour ne pas licencier, tout au moins le plus tard possible. Chacun espère le maintien du dispositif d'activité partiel et le chômage adapté pour ne pas se séparer des salariés formés et opérationnels, car le marché du travail sera compliqué à la rentrée de septembre.
Les chefs d'entreprises le disent aussi, ils sont pris entre les délais de paiements allongés et la crainte de l'insolvabilité de leurs clients. Pourtant, les dispositifs de soutien à la trésorerie ou à la reprise (PGE, Prêt Atout, Cap Rebond), ont bien fonctionné et seront prolongés. L'inquiétude des dirigeants, en particulier des TPE, se porte désormais sur leur capacité à rembourser. Pour les professions libérales et indépendants, Dev'Up remarque que le second volet du Fonds National de Solidarité (1 500€), est beaucoup moins sollicité que le volet 1. Cette observation concorde d'ailleurs avec les 500 MD€ d'aides directes et d'enveloppes de prêts garantis par l'État. Ces prêts n'ont en effet pas tous été demandés, loin s'en faut (environ 100 MD€ sur les 300 prévus), les entreprises les plus solides ayant choisi de reporter la demande pour ne pas avoir à rembourser plus tard. Des attentes sont exprimées en revanche pour des dispositifs de haut de bilan, plus accessibles pour les PME. Enfin, devant les pertes importantes de chiffre d'affaires qui ne pourront pas être compensées, les demandes de dégrèvements et d'exonérations se multiplient.

Alors quoi de neuf pour les entreprises ?

• **L'URSAAF** depuis le 15 mars a joué un rôle d'amortisseur. Pas de prélèvement de cotisations pour les indépendants, et les entreprises n'ont eu qu'à demander pour reporter leurs cotisations sociales, quasiment sans remplir un formulaire.
« Depuis quatre mois, ce report est une constante, applicable à tout entrepreneur quel que soit son statut et la taille de l'entreprise », insiste Julien Floc'h, directeur de l'URSAAF région Centre. Plus de 90 000 entrepreneurs en ont déjà bénéficié, pour près de 600 M€ de report consentis. La bonne nouvelle, c'est qu'une partie de ces reports fera l'objet d'exonérations pour les secteurs les plus touchés. Ajoutons l'action sociale en faveur des travailleurs indépendants et l'aide au paiement du régime complémentaire.
« On va proposer des échéanciers pour rembourser progressivement, parfois jusqu'à 24 mois, poursuit Julien Floc'h. *Et pour les secteurs les plus sensibles (événementiel, sport, culture, hôtellerie restauration), c'est l'exonération des cotisations patronales sur quatre mois qui prévaut ainsi que d'autres aides complémentaires. Certaines TPE pourraient même bénéficier de remises totales, dans le cadre d'un plan d'apurement ».*
« Mais attention, rappelle Julien Floc'h, *la déclaration des salaires aura dû être faite via la DSN comme chaque mois. Car les aides seront fondées sur ce déclaratif de février à mai. Quoi qu'il en soit conclu le patron de l'URSSAF, nous sommes à vos côtés. Ne restez pas seul avec vos problèmes ».*

• **Les banques institutionnelles**
Le site de la Banque de France est très riche d'informations. On y trouve l'ensemble des aides de l'Etat, rendues accessibles par BPI France et la Caisse des Dépôts. On y apprend notamment que les entreprises du tourisme pourront continuer de recourir à l'activité partielle jusqu'à la fin de l'année 2020, dans les mêmes conditions que celles mises en place pendant le confinement.
Le fonds de solidarité (entreprises de -20 salariés et -1M€ de CA) restera ouvert pour les entreprises du secteur du tourisme, de l'événementiel, du sport et de la culture jusqu'à la fin de l'année 2020. Son accès sera élargi aux entreprises jusqu'à 20 salariés et 2 M€ de CA. L'aide est augmentée, jusqu'à 10 000 €.

• **Le fonds Renaissance**
Doté de 12 M€, il a été conjointement créé par la Région Centre VdL et la Banque des territoires, auxquelles se sont jointes les métropoles, agglomérations et intercommunalités rurales. Ce sont les entreprises de moins de 20 salariés, liées au tourisme, à l'hôtellerie, à la restauration et à l'alimentation qui en sont destinataires. L'aide de 5 à 20 000 € est complémentaire au fonds national de solidarité, mais aussi à l'ensemble des autres mesures existantes. Il s'agit d'une avance sans garantie ni intérêt, remboursable en trois ans avec un différé d'un an.
Les dossiers sont déposables sur le site de la Région jusqu'au 15 octobre 2020 (voir le carnet d'adresses en fin d'article). Un comité se réuni tous les 15 jours dans chaque département pour examen. Ajoutons que si le projet s'inscrit dans les thématiques de la transition écologique, s'octroie une aide additionnelle de 20% !

• **L'argent privé aussi**
Notons que l'assureur mutualiste Groupama a choisi d'abonder le fonds Revicentre (lire notre édition du mois de mai). 2 M€ investits en Région Centre pour aider au redressement des entreprises de moins de 10 salariés. Cette initiative devrait aussi faire école en d'autres lieux de l'hexagone.

Vers l'usine 4.0

Le problème est de ne pas savoir, de ne pas avoir de visibilité. À l'image de cet autocariste qui s'inquiète : *« est-ce que les écoles et les universités seront ouvertes à la rentrée et dans quelles conditions »* ?
Alors quelles sont les recommandations du CESER, Conseil économique, social et environnemental régional, pour le moyen et le long terme ? Comment s'engager dans de nouvelles perspectives en pensant plus loin que demain ? Éric Chevée en est le président. *« Il faut vite retrouver les fondamentaux pour éviter les drames, dit-il, mais la nature nous a envoyé un message fort. Il faut penser à l'avenir de la planète et des Hommes, on l'a déjà dit à l'occasion du SRADDET (Schéma régional d'aménagement, de développement durable, et d'Egalité des territoires). Il faut notamment accélérer les transitions »*. Le CESER est en train d'écrire une contribution sur le sujet pour les prochaines échéances électorales régionales et départementales de 2021.

© azerbaijan_stock

Il est temps de décarbonner la France

Le message de changement vaut aussi pour les entreprises qui doivent aller vers l'usine 4.0 et le digital, tout en soignant leur rapport à la nature et au développement durable. L'objectif *« neutralité carbone 2050 »* implique en France, une division par six des émissions de gaz à effet de serre par rapport à 1990. Comment y arriver ?
« Le message vaut pour tous, poursuit Eric Chevée. *Il suppose d'accélérer les politiques publiques en ce sens, notamment par la rénovation des bâtiments qui compte pour 50% dans les émissions »*.
François Bonneau ne dit pas autre chose : *« La relocalisation des entreprises sur nos territoires doit s'accompagner d'une transition écologique et environnementale. Nous devons nous mobiliser et faire attention aux mutations à venir. »*
« Il faut donc mettre le paquet sur la R&D pour que notre mobilité ne soit plus source d'émission carbonée, poursuit Eric Chevée. *En la matière, si l'économie du partage sur internet est rediscutée, on sait que les rapports distanciels sont remis au gout du jour »*. Cette prise de conscience ne date pas d'hier. *« Oui, mais elle a eu un coup de booster monumental avec la Covid-19 »*. Et le président du CESER de prendre les secteurs automobile et aéronautique pour exemple : *« Ils étaient déjà dans l'idée d'une rupture de model sans l'avoir vraiment concrétisé. L'arrêt des lignes aériennes intérieures s'est fait jours dans certains pays. En France, on s'interroge de la même façon, avec une réorientation des investissements sur le rail pour compenser »*.

L'État vertical et central ne peut pas tout, on l'a vu durant la crise. Oui, il faut rapprocher la décision du citoyen et des lieux de vie. Mais le réceptacle est-il prêt ? Le président du CESER pose la question. Notre organisation territoriale, les dispositifs politique, réglementaire et législatif sont très ancrés. Allons-nous continuer à nous battre sur les compétences partagées ? En étant aussi divers sur le territoire, ne fait-on pas le jeu de l'État central ?
Les départements se sont précipités pour faire de l'aide économique, alors que c'est le rôle de la région et des EPCI. Les maires ont acheté des masques, mais ce sont les CCI qui avaient les moyens. Sommes-nous en ordre de marche pour challenger l'État central ?
François Bonneau, président de la Région Centre-Val de Loire, veut jouer la carte de la relocalisation. Notre région en a besoin. L'électroménager, les meubles, textile, électronique et panneaux solaires consommés en France, sont pour la plupart produits à l'étranger. Se pose alors la question du coût du travail en France ? Et même si le président de la République a appelé à une « réorganisation de l'Etat pour plus de prises de décisions en Région », la fiscalité restera le pré carré de Bercy.

Conserver l'intelligence industrielle

Jean-Louis Garcia, directeur de Dev'Up, est presque surpris : *« les entreprises s'activent et diversifient leur activité, dit-il. Certaines cherchent à relocaliser leur production et trouver des fournisseurs à proximité. Certaines pensent aussi à repositionner leur activité en détournant leur outil de production »*. On a vu au cœur de la crise, des sous-traitants de l'automobile usiner des pièces pour la fabrication des respirateurs, des maroquiniers faire des blouses et des sur-blouses.
Plus de trois-cents entreprises sont aujourd'hui sur la plateforme d'échange créée par Dev'Up durant la crise, pour la production de vêtements, de masques et de gel… *« La réactivité des entreprises est impressionnante »*. Ainsi donc, Dev'Up s'engage à continuer d'accompagner les entreprises de son territoire. *« On va faire du sur mesure avec les dirigeants que l'on démarche dans les secteurs de l'agroalimentaire, de la pharmacie et d'autres encore, pour les accompagner dans leurs choix »*.
Les experts de l'agence régionale, avec l'aide de cabinets spécialisés, vont accompagner les dirigeants et validé leurs intuitions pour les aider à se caller dans les marchés naissants et futurs. *« Pas question qu'après la crise, nous laissions tomber les bonnes pratiques acquises ces derniers mois,* insiste J.-Louis Garcia. *Axess vision Technology qui a su fabriquer des éléments de respirateurs, Axyntis qui s'est distinguée dans la chimie fine, la Laiterie de St Denis de l'Hôtel pour l'extraction végétale, et tant d'autres, ont des savoir-faire que nous allons nous employer à garder en Région »*.
La région accompagnera aussi les investissements nécessaires. Car, heureuse surprise, les entreprises n'ont pas arrêté leurs projets d'innovation et d'investissement. *« Nous avons toutes raisons de penser que cela va durer »*. La Région Centre-Val de Loire devrait voter une rallonge de 9 M€ pour les dispositifs CAP, Contrats d'Appui aux Projets.
Pour l'heure, pas ou peu de PME et TPE ont fermé. Certes, les plus fragiles ont jeté l'éponge, souvent celles qui étaient déjà fragiles avant la crise.
Maintenant, tout le monde est dans l'attente du projet ARME* (Activité Réduite pour le Maintien de l'Emploi). Dans l'attente, les équipementiers de l'automobile et les entreprises du secteurs aéronautiques préparent leurs PSE.
Rappelons que l'automobile emploie 25 000 salariés, autant pour l'aéronautique, les deux représentent un tiers de l'industrie régionale.

S.d.L

**ARME pour Activité Réduite pour le Maintien de l'Emploi). Ce projet gouvernemental est discuté entre Muriel Pénicaud, ministre du travail, et les partenaires sociaux. Inspiré de l'exemple allemand, il poursuivrait pour quatre semestres le principe de l'activité réduite. Les discussions portent sur le niveau d'intervention de l'État et les contre parties attendues, de la part des entreprises elles-mêmes. Par exemple : ne pas faire de plan de licenciement.*

Témoignage : Arnaud Bessé, président de la Chambre d'agriculture de Loir-et-Cher

Arnaud Bessé, président de la Chambre d'agriculture de Loir-et-Cher

© DR

« De la crise du covid-19, la Chambre d'agriculture de Loir-et-Cher retient le développement de nouvelles modalités d'accompagnement des agriculteurs. En télétravail, les collaborateurs ont mis en place du conseil à distance, tourné des vidéos sur les observations de saison et accru la communication téléphonique avec les exploitants.

Ces actions ont permis de partager l'actualité des cultures mais également d'effectuer les télédéclarations PAC, à distance et dans les temps, avec un outil de partage largement apprécié par les agriculteurs. Pendant le confinement, les citoyens se sont reconnectés à l'agriculture locale et ont plébiscité les circuits de proximité, notamment avec le déploiement d'Agrilocal, Saveurs41 mais également l'organisation de mini-marchés. La nécessité et l'utilité d'une agriculture locale solide a été reconnue et perdure depuis le déconfinement, une situation qu'il nous faut pérenniser ».

Carnet d'adresses :

Fonds Renaissance : sur le site de la Région Centre, rubrique les-services-en-ligne/la-region-vous-aide/artisanat-industries-et-services/covid-19-fonds-renaissance.

Sites nationaux
https://info-entreprises- covid19.economie.gouv.fr
https://travail-emploi.gouv.fr/
https://www.bpifrance.fr/
https://www.banque-france.fr/

Sites régionaux
http://centre-val-de-loire.direccte.gouv.fr/COVID-19-Mesures-de-soutien-aux-entreprises
http://www.regioncentre-valdeloire.fr/
https://www.devup-centrevaldeloire.fr/

URSSAF
La FAQ, foire aux questions est très bien faite :
www.urssaf.fr/portail/home/actualites/foire-aux-questions
39 57 pour les employeurs et professions libérales (0,12 € min + prix appel),
36 98 pour les travailleurs indépendants et les micro-entrepreneurs (service gratuit + prix d'appel),
0 806 804 209 (service gratuit + prix d'un appel) pour les praticiens et auxiliaires médicaux conventionnés.

Réseau initiative
41 – Initiative Loir et Cher - ilc@initiative-loir-et-cher.fr
37 – Initiative Touraine Val de Loire - contact@initiative-tvl.fr
45 – Initiative Loiret - contact@initiative-loiret.fr

En Indre-et-Loire, l'avenir se prépare maintenant

Corinne Orzechowski est préfète d'Indre-et-Loire

« Toutes les entreprises ont été fragilisées, certaines plus profondément et durablement. Les aides massives ont permis de tenir le choc, alors ce qui m'importe aujourd'hui, c'est de préparer l'avenir en affinant le plan de relance et l'accompagnement des entreprises dans l'esprit des politiques du gouvernement. Pour cela, nous travaillons avec les syndicats patronaux et salariés, les CCI et les collectivités locales. Il est important que tous les acteurs soient associés.

En Indre-et-Loire le tourisme est prépondérant : restauration, loisir, location de bateaux, mariages, événementiel… mais aussi l'aéronautique, l'automobile, la pharmacie, et l'électronique. Au-delà des aides octroyées, je suis à l'écoute et en soutien des collectivités qui se sont saisi des opportunités de reprises. Il s'agit de préparer la relocalisation, et pour cela s'appuyer sur les zones d'activité et les territoires d'industrie labellisés, pour accueillir les entreprises qui en auront besoin. La Communauté de commune du Val d'Amboise par exemple l'a bien compris.

Corinne Orzechowski est préfète d'Indre-et-Loire.

Nous avons par ailleurs de vrais défis industriels à relever dans les domaines aussi divers que l'hydrogène ou les bio médicaments, ou encore la nouvelle zone d'activité autour de la zone aéroportuaire.

La crise aura été un accélérateur de projets que nous avions déjà amorcés. »

Plus qu'une Région, une chance pour les jeunes | regioncentre-valdeloire.fr

Région Centre-Val de Loire

Cosmétique, le made in France réagit

La filière cosmétique a souffert de la crise dès la première heure, par la fermeture de son principal marché qu'est l'Asie. Comment a-t-elle contenu les effets de cette crise et comment prépare-t-elle son redémarrage ? Entretien avec Christophe Masson, directeur de la Cosmetic Valley.

La Cosmetic Valley fédère l'ensemble des acteurs de la parfumerie-cosmétique de France. L'association qui a son siège à Chartres, accompagne le développement économique de toute la filière. Premier pays exportateur avec 16MD€ de produits exportés, la France tient la Cosmetic Valley pour un poumon économique essentiel. La crise donc a touché un géant.
« La cosmétique a été touchée très tôt puisque la Chine s'est fermée la première. On a donc été en première ligne dès le début mars, explique Christophe Masson. *Si nous étions capables de produire sans besoin d'approvisionnement à l'international, nous avons été arrêtés faute de marché. Puis dans un pays à l'arrêt, le packaging, la supply-chain et le conditionnement ont rapidement fait défaut. Les usines ont été fermées durant quelques semaines ».*

Les français ont redécouvert l'hygiène des mains, les bienfaits d'un simple savon et donc l'importance du secteur ! L'État par décret a autorisé les entreprises à fabriquer du gel hydro alcoolique. C'est alors un éco-système solidaire qui s'est fait jour. Car la force de la Cosmetic Valley est de savoir fédérer son tissu de TPE et PME réparties dans toute la France. Des PME sont ainsi restées ouvertes et ont fourni les hôpitaux locaux, les cliniques, les professions de santé en général.
« La Cosmetic Valley a accompagné cet élan, poursuit Christophe Masson, *en jouant notamment un rôle de go-between ; certaines entreprises avaient besoin de packaging, d'autres d'alcool. Cela a permis des échanges de marchandises, parfois même du simple troc ! La solidarité a joué un rôle moteur ».*

Front commun à China Buty
« Si l'on a confirmé les forces de l'industrie cosmétique, nous nous sommes rapidement interrogés sur le model à venir, nous disant qu'il était temps de penser l'après crise ». Pour cela, les États-généraux de la filière parfumerie-cosmétique se tiendront jusqu'en octobre prochain. Il s'agit de consulter les acteurs de terrain : industriels, universités, laboratoires de recherche, avant de travailler en groupe pour étudier les grands enjeux de demain.

Christophe Masson, directeur de la Cosmetic Valley

La cosmétique repart. *« Prendre de nouveau soin de soi est essentiel. Les coiffeurs et les parfumeries depuis plusieurs semaines déjà ont rouvert en Chine. C'est un enjeu majeur pour aider les TPE et PME françaises qui sont encore dans l'incertitude. Il faut qu'elles soient présentes à 200 % sur le marché asiatique ».* Et elles ne sont pas seules car les coréens et les japonais qui ont géré la crise différemment, y sont déjà présents.
« Pour cela on travaille avec Business France et le Ministère des affaires étrangères pour que la marque Cosmetic Valley soit présente, affirmant la qualité et la performance du made in France ». La Cosmetic Valley sera aussi au salon China Buty Expo du 9 au 11 juillet à Shanghai. Un stand de 180 m² représentera les entreprises cosmétiques de France sous une bannière commune.

Le 15 octobre, la filière française sera à Paris pour tirer les enseignements de la crise et proposer des actions concrètes : gestion de fonds propre des entreprises, export, organisation nouvelle de la filière avec l'État et les collectivités territoriales.
« Tout ce qui tourne autour de l'économie circulaire, sera abordé, insiste le directeur de la Cosmetic Valley. La décarbonation était déjà un élément important pour la France. La crise ne fait qu'accélérer vers une économie plus verte et vertueuse ».

Buty Hub
Enfin, notons la naissance prochaine du *« Buty Hub »*, un accélérateur de startup cosmétiques. Installé à Chartres, là où la Cosmetic Valley a son siège, il accompagnera les jeunes pousses durant six mois, en lien avec les incubateurs existant. Yves Rocher, L'Oréal et quelques autres, sont dans le tour de table pour accompagner la montée en compétence de la France.

On le voit, le pôle de compétitivité aura profité de la crise pour se remettre en question et assurer sa présence sur un marché mondial qui n'a pas fini de grandir.

S.DL

La Cosmetic Valley en chiffres

3 200 entreprises en France dont 600 adhérents
245 000 emplois
La filière compte 85 % de TPE et PME.
Ouverture de la consultation en ligne des États Généraux de la filière parfumerie-cosmétique sur la plateforme :
https://eg2020.cosmetic-valley.com/

Le pôle de compétitivité rassemble des laboratoires privés et universitaires.

Pentalog : crise ? Vous avez dit crise ?

Alors que l'économie mondiale souffre, il est des entreprises qui ont vu croître leur chiffre d'affaires. C'est le cas de l'entreprise orléanaise Pentalog. Pourquoi et comment ont-ils grandit ?
Entretien avec son créateur, Frédéric Lasnier.

Pentalog est une entreprise du secteur informatique qui a vu le jour à Orléans il y a une vingtaine d'années. Frédéric Lasnier l'a créée avec trois copains de fac, et depuis, pas une ombre au tableau. Même la crise sanitaire n'aura pas eu de prise sur elle. L'entreprise emploie 1 200 salariés d'une moyenne d'âge de 30 ans, pour un chiffre d'affaires qui assume une croissance à deux chiffres ! Outre en hexagone, Pentalog est présente au Mexique, au Vietnam, en Roumanie et en Moldavie. Cette carte hétéroclite ne doit rien au hasard. C'est là que se trouvent les meilleurs développeurs digitaux du monde !

Frédéric Lasnier.

Ces secteurs qui n'ont pas souffert

Les secteurs pour lesquels on travaille ont été résistants, puisque notre clientèle est professionnelle et à 80 % *« digital native »*.
Trois univers ont échappé à la crise ou presque. En premier lieu, les éditeurs de logiciels (qu'on appelle aujourd'hui les SaaS, softwar as a service) comme Trace One ou Talentsoft, (NDLR : bientôt une licorne et déjà au Next 40). Ce secteur compte aussi l'IoT, internet des objets. Ces entreprises travaillent dans l'univers B to B, au cœur du système de gestion de leurs entreprises clientes. *« Celles-ci n'ont donc rien perdu avec la crise, exception sans doute celles qui opèrent dans le secteur du tourisme. Soit dit en passant, l'IoT, fait le travaille à la place des hommes »*. or durant le confinement, ce qui ne pouvait plus être fait par des hommes, comme le relevé de compteurs par exemple s'est fait avec l'aide de l'IoT. Les outils connectés ont permis aux entreprises les mieux équipées de continuer de fonctionner. *« Pensez aussi aux automates de distribution alimentaire. Les pizzas étaient cuites quand les magasins étaient fermés ! Pareil pour les Drives et les commandes sur les tableaux digitaux. Il n'y a que cela qui marchait quand tout ou presque était à l'arrêt »*.
Autre secteur à n'avoir pas souffert, le e-commerce. Il a même renforcé ses parts de marché durant cette période, en augmentant le panier moyen des habitués, et en convaincant des gens qui ne l'étaient pas. *« On ne reviendra pas en arrière, assure Frédéric Lasnier. Les commerçants qui n'y étaient pas, ont sans doute perdu une partie de leur clientèle qu'ils ne reverront jamais. Il en va de même des restaurateurs et métiers de bouche par exemple, qui ont fait du clic and collecte. Ils ont fait ce qu'il fallait, comme tous ceux qui ont su envoyer des e-mailing à leurs bases de données pour booster leur activité. Ils se sont bougés, parfois au détriment de leur rentabilité »*.
Pentalog travaille pour la place de marché en ligne Rakuten en Allemagne. Cette dernière leur a même demandé d'accroitre leur capacité pour répondre aux besoins de leurs clients !
Enfin, troisième secteur, les web plateforms. C'est-à-dire les réseaux sociaux au sens large. *« Celles qui vivent de la publicité ont "pris une baffe !" Mais dans le même temps elles ont eu une visibilité extraordinaire du fait de l'hyper connexion des internautes. Les gens au chômage partiel ou en télétravail ont surfé »*.

La compétitivité de l'Europe affaiblie

L'hégémonie technologique américaine et asiatique est définitivement validée. Elle sort plus forte que jamais de cette aventure. Pour preuve le Nasdaq, qui était à son pic historique début juin. Les GAFAM affichent +22 % depuis le début de l'année. *« La démonstration de la compétitivité de l'industrie digitale est hallucinante et la vassalisation des USA est totale, constate Frédéric Lasnier. L'Europe ressort quant à elle avec une dette accrue (comme tous les pays du monde), mais sans avoir profité des gains de productivité liés à la crise. Le saut technologique démontré par Microsoft Teams, zoom et d'autres, n'est pas européen. Notre compétitivité en la matière est donc affaiblie »*.

In fine, Pentalog a perdu 5 % de ses commandes annuelles, mais a conservé une croissance de 20 % au premier trimestre 2020 ! Et ce n'est pas fini. Pour toutes les raisons évoquées, sa croissance au second trimestre est déjà estimée à 10 voire 15 %.
Insolant ? Peut-être, mais quel dirigeant ne voudrait pas vivre la même réussite ?

S.dL

> *« Les secteurs pour lesquels on travaille ont été résistants, puisque notre clientèle est professionnelle et à 80 % « digital native »*

Après la pandémie, le numérique c'est fantastique !

La crise sanitaire a eu un effet démultiplicateur sur le développement de solutions numériques relationnelles et commerciales. Deux agences de communication orléanaises témoignent.

Si elle a eu des effets destructeurs tristement évidents, la crise sanitaire a joué un rôle certain d'accélérateur de la transition numérique. L'écran de l'ordinateur portable a remplacé la tête du voisin de bureau et s'est transformé en salle de réunion, en magasin, en hall d'exposition, ou encore en centre de séminaire ou de formation. Dans le même temps, les ventes en ligne ont connu une croissance exponentielle. Ces nouveaux usages ont-ils eu une incidence profitable pour les agences de communication numérique et s'agit-il de tendances lourdes pour l'avenir ? Nous avons posé ces questions à deux dirigeants d'agences orléanaises ayant une activité significative dans la communication digitale : Buzznative et Force Motrice.

« *Agence calée et décalée* », comme elle se qualifie elle-même, Buzznative a débuté ses activités il y a 10 ans autour de la communication sur les réseaux sociaux. « *Nous sommes aujourd'hui une agence conseil en communication qui a grandi avec le numérique* », précise Maxime Moire, directeur conseil et co-fondateur de l'entreprise avec Julien Hatton.

Alain Foulquier (à l'arrière-plan), dirigeant de Force Motrice, et David Gautrot, directeur de projets digitaux, soulignent l'essor du marketing digital.

> *« Le confinement a fait prendre conscience aux entreprises de l'importance stratégique d'une forte visibilité de ses offres sur l'ensemble des canaux numériques »*

Buzznative et l'identité de marque

« *La crise sanitaire a provoqué une baisse progressive de notre activité, mais les douze collaborateurs de l'agence sont restés opérationnels grâce au télétravail, rappelle Maxime Moire.* »

Du côté de la clientèle, Buzznative a noté deux attitudes différentes. « *Il y a eu les entreprises qui ont été contraintes d'arrêter ou de réduire fortement leur présence numérique du fait de l'annulation de campagnes commerciales ou d'événements. Mais, à l'inverse, certains clients ont profité de cette accalmie pour réactiver d'anciens projets en attente, notamment dans le domaine du e-commerce.* »

Pour le directeur conseil de Buzznative, la pandémie a donné un coup d'accélérateur à la transition numérique en particulier pour le commerce en ligne et la livraison à domicile. « *Ce sera la grande bataille de demain*, estime-t-il. *Non seulement il faut pouvoir proposer ses produits en ligne mais aussi savoir assurer la livraison à domicile.* »

Maxime Moire distingue une autre tendance forte « post-covid », celle de l'identité de marque. « *La crise a rendu négligeable tout ce qui est accessoire et superficiel. Les marques doivent se recentrer sur ce qui constitue leur raison d'être, leur utilité et aussi leur engagement éthique.* »

Force Interactive et le marketing digital

Avec ses 24 ans d'ancienneté et ses 40 collaborateurs à Orléans et à Tours, Force Motrice fait figure de référence dans l'univers régional des agences de communication. Alain Foulquier, le fondateur de l'agence avec Bruno Cardey, parle plutôt « des » Forces Motrices car l'entreprise déploie plusieurs activités : le conseil, la création graphique, l'édition, l'événementiel, et le numérique avec Force Interactive. Pendant le confinement, si l'événementiel était à l'arrêt et le graphisme au ralenti, le numérique a continué de « tourner » à un bon rythme. « *Il y a même eu une certaine montée en puissance*, reconnaît Alain Foulquier. *Nous avons gagné plusieurs projets dans le domaine du marketing digital*, se félicite-t-il. *Le confinement a fait prendre conscience aux entreprises de l'importance stratégique d'une forte visibilité de ses offres sur l'ensemble des canaux numériques. Je pense que c'est une tendance lourde qui va perdurer à l'avenir.* »

Le dirigeant de Force Motrice estime toutefois qu'il s'agit d'un rééquilibrage par rapport aux formes plus classiques de communication. « *L'édition, l'affichage, la presse restent déterminantes en termes d'impact et de notoriété tandis que le numérique permet de cibler et de mesurer avec précision. C'est ce qui fait la force du marketing digital.* »

En mai dernier, une étude mondiale de l'éditeur américain AppDynamics auprès de mille professionnels du numérique faisait ressortir que 87 % d'entre eux voient dans la pandémie un avertissement pour que les organisations se concentrent sur leurs activités digitales à long terme.

B.G

Des banques régionales plus agiles grâce au confinement

A quelque chose malheur est bon. Les banques régionales ont tiré les leçons du confinement pour mettre en place des organisations plus souples et réactives. La Caisse d'Epargne et le Crédit Agricole en témoignent.

« Ce qui ne vous tue pas vous rend plus fort », la célèbre citation extraite d'un ouvrage de Nietzsche, outre qu'elle fait le bonheur des « coach » en développement personnel, a été abondamment exploitée pendant et après la crise sanitaire. Elle peut s'appliquer aux banques régionales qui ont tiré les leçons d'une situation exceptionnelle, même si elles n'avaient pas le droit de mourir. En effet, les banques, au même titre que les services de santé, les transports ou les fournisseurs d'énergie, figurent parmi les Opérateurs d'Importance Vitale (OIV). Elles sont tenues d'assurer une continuité de services, en l'occurrence bancaires, quelles que soient les circonstances. Elles tiennent donc à jour en permanence des Plans de Continuité d'Activité (PCA) qui essaient d'envisager toutes les situations possibles de crise et les moyens d'y remédier.

« Nous faisons régulièrement des exercices de simulation pour tester nos procédures et voir si elles résistent à des catastrophes comme un incendie au centre informatique ou une crue centennale de la Loire par exemple », explique Isabelle Limousin, directrice des ressources humaines et des moyens généraux du Crédit Agricole Centre-Loire. *« Nos solutions de maintien de l'activité prévoient des sites de repli à partir desquels il est possible de préserver les fonctions essentielles »* ajoute-t-elle.

À la Caisse d'Epargne, le public des agences est invité à respecter les gestes de distanciation.

Une situation totalement inédite

En revanche, le cas de figure d'un confinement général de la population n'avait été envisagé et testé ni par le Crédit Agricole, ni par la Caisse d'Epargne. *« C'était une situation totalement inédite, reconnait Walter Pereira, directeur de la communication de la Caisse d'Epargne Loire-Centre. Cependant, nos procédures de maintien de l'activité ont pu s'appliquer et fonctionner correctement. »*

L'obligation faite aux banques leur impose notamment de maintenir un service bancaire de proximité, donc un réseau d'agences et de distributeurs automatiques opérationnel. Cela a été le cas pour les deux banques régionales avec des adaptations rendues nécessaires par la nature du risque.

« Dans un premier temps, rappelle Isabelle Limousin, les conseillers commerciaux en agence étaient disponibles uniquement pour des entretiens téléphoniques. Des rendez-vous physiques ont pu être organisés ensuite avec un seul client à la fois. Les horaires ont dû être adaptés afin de permettre aux collaborateurs de rentrer plus tôt chez eux, sachant qu'ils devaient passer toute la journée sur place en prenant leurs repas dans leur bureau. Avec les approvisionnements en équipements de protection, cela a été une très grosse organisation logistique. »

De nouvelles bonnes habitudes

La Caisse d'Epargne Loire-Centre a adopté sensiblement la même organisation jusqu'au retour progressif à un fonctionnement plus habituel début juin. *« Pour les services du siège, à Orléans et à Tours, la règle a été l'instauration du télétravail à partir du 15 mars,* précise Walter Pereira. *Cela a permis de généraliser l'équipement des collaborateurs en ordinateurs portables sécurisés. »*

Au Crédit Agricole Centre-Loire, les sites administratifs d'Orléans, Bourges et Nevers ont fonctionné sur un mode d'alternance entre présence physique et télétravail. *« Pour certaines activités de traitement de documents, il faut une présence humaine, précise Isabelle Limousin. En alternant un jour au siège et un jour en télétravail on peut maintenir le traitement du flux d'information. »*

Pour les deux réseaux bancaires, la reprise d'activité s'effectue en maintenant des mesures de distanciation et de protection individuelle tant dans les agences qu'au siège avec des sens de circulation et des panneaux séparatifs dans les open-spaces.

La crise sanitaire aura tout de même eu des effets positifs. *« Elle nous a conduit à mettre en place de nouveaux process de travail plus simples qui nous ont fait gagner en fluidité tout en préservant la sécurité des clients et de la banque »* reconnaît Walter Pereira.

« De bonnes habitudes ont été prises avec le recours à la visioconférence pour réduire les déplacements, et donc la fatigue et les risques, se félicite Isabelle Limousin. Surtout, la démonstration a été faite qu'il est possible de fonctionner avec réactivité et souplesse pour trouver des solutions efficaces. Cela perdurera » pronostique-t-elle.

B.G

Au siège de Saint-Jean-de-Braye (Loiret) du Crédit Agricole, des panneaux de plexiglass séparent les espaces de travail.

Des prêts garantis par l'État en nombre

Aussi bien le Crédit Agricole Centre-Loire que la Caisse d'Epargne Loire-Centre ont joué, et continuent de jouer, un rôle déterminant dans la distribution du Prêt Garanti par l'Etat (PGE).

Début juin, le Crédit Agricole avait répondu à 3 000 demandes de PGE pour un montant de 320 M€ au total sur ses trois départements (Loiret, Cher, Nièvre).

De son côté, la Caisse d'Epargne Loire-Centre, présente sur les six départements de la région Centre-Val de Loire avait distribué 2 150 PGE pour 300 M€

Le tourisme au vert fait grise mine

Malgré l'engagement de toute la filière touristique régionale pour accueillir les vacanciers hexagonaux dans le jardin de la France, l'espoir de compenser l'absence de la clientèle étrangère apparait peu réaliste.

Près d'un milliard d'euros, c'est ce que rapportent les touristes étrangers à l'économie touristique lorsqu'ils séjournent en Centre-Val de Loire. Ils seront certainement beaucoup moins nombreux cet été, pour cause de frilosité post-Covid, et c'est ce que redoutent les professionnels régionaux du tourisme. Interrogés par le Comité Régional de Tourisme (CRT) à la faveur d'une enquête du 15 au 22 juin à laquelle ont répondu 1 100 d'entre eux, ils s'inquiètent de ne pas voir les réservations décoller. Pire, trois sur quatre se posent des questions sur la pérennité de leur entreprise.

La note a déjà été sévère pendant la période de mars à mai qui correspond en temps normal à une montée progressive du passage des touristes. *« On à loupé les vacances de Pâques et les ponts du mois de mai qui étaient très favorables cette année »*, constate Régis de Lussac, le gérant du camping Castel Parc de Fierbois, à Sainte-Catherine de Fierbois (Indre-et-Loire). Son établissement de 400 emplacements, dont 200 bungalows et mobil-homes, accueille normalement 60 % de clientèle étrangère. *« On ne verra pas les anglais cet été car ils sont soumis à une quatorzaine à leur retour, annonce-t-il. Les hollandais, grands amateurs de camping, ne réservent toujours pas, et les français se manifestent encore très timidement »*.

Régis de Lussac dirige le camping Castel-Parc de Fierbois en Touraine et préside le syndicat régional de l'hôtellerie de plein air.

L'euphorie est vite retombée

Président du syndicat régional de l'hôtellerie de plein air qui regroupe 45 campings, Régis de Lussac n'est pas même certain que la clientèle française atteindra cette année les 40 % de réservation habituels. *« On était tous impatients d'ouvrir le 2 juin mais l'euphorie est vite retombée face à la faiblesse des réservations »*. Pour sa part, il estime qu'il subira une perte d'exploitation de 50 %. Il salue avec d'autant plus de reconnaissance les mesures de chômage technique et de report des échéances bancaires qui vont certainement éviter les fermetures.

D'après les éléments recueillis par le CRT Centre-Val de Loire, les pertes de la filière touristique régionale pour la période de mars à mai s'élèvent à 93 M€. Le montant le plus élevé, 76 M€, est représenté par les visites de sites, châteaux, monuments et musées, qui étaient tous fermés pendant le confinement. Les perspectives établies sur la base des dépenses moyennes des touristes dans chaque secteur d'activité (hôtels, campings, visites) ne s'avèrent guère plus réjouissantes. Le comité régional a élaboré plusieurs scénarios en fonction d'un redémarrage plus ou moins important de l'activité touristique à partir de juin. L'hypothèse basse table sur une reprise à 20 %, tandis que l'hypothèse haute envisage un rebond à 60 %, avec une évaluation intermédiaire à 40 %.

Perdant à tous les coups

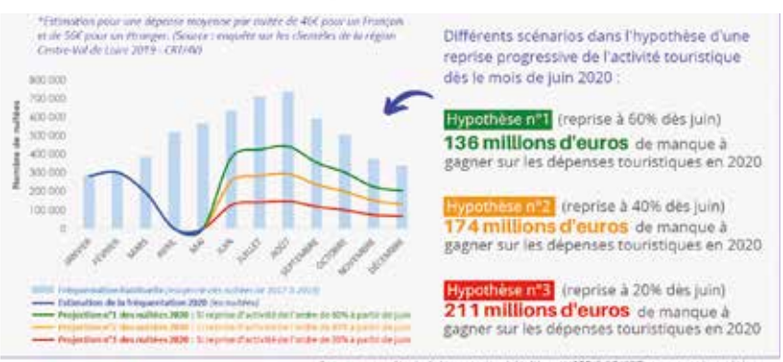
Dans tous les cas de figure, le solde est négatif. Au mieux, la perte sur l'année n'est « que » de 312 M€, au pire de 582 M€, et de « seulement » 397 M€ en hypothèse moyenne. Perdant à tous les coups donc, comme dans un mauvais jeu de hasard.

Le hasard n'a pas sa place au CRT où l'on décortique avec rigueur et précision les données économiques du tourisme régional. On y constate que la clientèle étrangère représente une véritable manne pour l'économie régionale. Alors qu'un touriste français va séjourner en moyenne 4,4 jours-et donc nuits- en Centre-Val de Loire et dépenser au total près de 600 €, le touriste étranger, lui, reste pendant 6,7 jours et dépense plus de 1 100 €. Même s'ils viennent en plus grand nombre grâce aux efforts de communication déployés par la Région, les départements et les collectivités, les touristes hexagonaux parviendront difficilement à compenser l'absence des étrangers tant en nombre qu'en retombées financières.

« Les jeux ne sont pas faits pour autant, relativise Claude Béchu, la responsable du pôle observation et pilotage opérationnel du CRT. On constate que les réservations sont très en retard par rapport à l'habitude. Il est possible que des vagues de réservations, y compris de l'étranger, se déclenche plus tardivement. »

Le tourisme au vert, dans le jardin de la France, ferait alors moins grise mine et pourrait reprendre des couleurs.

B.G



Source : enquête de fréquentation hôtelière- INSEE/DGE/CRT et partenaires régionaux

L'espoir renaît à Meung-sur-Loire

Xavier Lelevé, château de Meung-sur-Loire.

Si le tourisme d'affaires est toujours au point mort, l'espoir d'un retour des vacanciers français et étrangers renait au château de Meung-sur-Loire (Loiret). Ouvert depuis le 16 mai, Xavier Lelevé a constaté avec plaisir au cours du week-end des 20 et 21 juin le passage de groupes familiaux et même de canadiens, de belges et de suisses. *« C'était un week-end presque normal au niveau de la fréquentation, se réjouit-il. Les groupes commencent à revenir et j'ai bon espoir que toutes les animations que nous proposons, avec l'archerie médiévale, les pique-niques dans le parc ou les soirées à la torche, attirent les familles de la région et les propriétaires de résidence secondaire qui ont choisi de rester au vert »*.

Cet été, on voyage en France

Avec l'objectif d'attirer un maximum de visiteurs sur son territoire pour la saison estivale, la Région Centre-Val de Loire s'est associée à la SNCF et à d'autres régions de France pour permettre aux usagers de voyager à moindre coût et durant tout l'été sur les réseaux ferroviaires français.

L'enjeu est double : retrouver un maximum d'usagers dans les trains bien-sûr, pour compenser les interdictions de circulation à plus de 1km puis de 100 km pendant le confinement. Mais il y aussi un enjeu social et environnemental derrière cette opération qui a pour objectif de promouvoir un tourisme plus *« durable et responsable »*.
À partir du 22 juin et pour toute la période estivale, la Région met donc en vente sur tous ses trains « Rémi » (TER et Intercités) des billets qu'elle a nommé « Rémi Flash été » à partir de 5 €.

Elle lance également avec SNCF Voyageurs un pass estival à destination des jeunes de 12 à 25 ans, vendu à 29 € et qui permettra aux bénéficiaires un accès illimité à l'ensemble des lignes Rémi (cars et trains), mais aussi à tous les TER du territoire français.
En outre, elle propose une carte interactive pour préparer son voyage et ses visites dans la région. Réalisée avec ses partenaires touristiques, elle permet aux détenteurs de billets ou pass Rémi de bénéficier de réductions pour des musées, châteaux ou activités de plein air.
Enfin, à partir du 4 juillet, il sera possible d'embarquer son vélo sur 5 rames spécialement aménagées sur la ligne « Interloire » (reliant Orléans au Croisic, en passant par Blois, Tours, Angers et Nantes).
Idéal pour les milliers de touristes qui empruntent chaque année le parcours de la Loire à Vélo.

Plus d'infos sur
remi-centrevaldeloire.fr

Réouverture du cloître de la Psalette

Le Centre des monuments nationaux a annoncé la réouverture de cloître de la Psalette dès le 17 juin. Dans le strict respect des consignes sanitaires, les visiteurs sont accueillis en toute sécurité et peuvent ainsi partir à la découverte ou redécouverte du cloître de la cathédrale Saint-Gatien de Tours.

Édifice de transition, le cloître de la Psalette illustre parfaitement le passage progressif du style gothique au style Renaissance. Ce monument emblématique de Tours tire son nom du chant des psaumes qui s'élevaient de l'école de musique attenante.
Au XIXe siècle, dans son roman Le Curé de Tours, Balzac campe l'abbé Birotteau dans une aile du cloître, transformée en maison d'habitation.
Depuis sa terrasse, les visiteurs peuvent admirer les contreforts de la cathédrale gothique édifiée entre le XIIIe et le XVe siècle et ses vitraux des XIIIe, XXe et XXIe.

Les nouvelles modalités d'accueil et de visite mises en place par le Centre des monuments nationaux dans chacun des monuments dont il a la responsabilité, garantissent un accès et une visite en toute sécurité sanitaire. Pour accéder au cloître de la Psalette, le port du masque est désormais obligatoire dès l'âge de 11 ans et les visiteurs doivent respecter les consignes de distanciation afin d'éviter tout croisement trop rapproché. Du gel hydroalcoolique est mis à disposition à la billetterie du monument.
Les tarifs d'entrée dans le monument et les gratuités sont inchangés. De nouveaux horaires seront appliqués à compter du 17 juin et jusqu'au 7 septembre : 9h30 - 12h30 / 14h -18h, fermé le lundi, le mardi et le dimanche matin.
Les visiteurs sont invités à consulter impérativement le site internet **www.cloitre-de-la-psalette.fr** avant leur visite pour prendre connaissance de l'ensemble des modalités de visite.

7 Rue de la Psalette, 37000 Tours
02 47 47 05 19

Pour profiter des monuments nationaux en accès illimité : le programme d'abonnement annuel « *Passion monuments* »
Afin de favoriser la découverte du patrimoine riche et varié sur tout le territoire français, le Centre des monuments nationaux propose un abonnement annuel « *Passion monuments* ».
Lancé le 24 octobre dernier et à nouveau disponible en ligne dès le 8 juin sur www.lecmn.fr/abonnement au prix de 45 €, il permet aux abonnés de profiter, en accès illimité et sans réservation, des monuments du réseau en visite libre, mais aussi de bénéficier d'offres exclusives (invitations, réductions sur une sélection de visites guidées et ateliers ainsi que sur les ouvrages des Éditions du patrimoine disponibles dans le réseau de librairies-boutiques) et de services privilèges (infolettre mensuelle, accès aux 3 numéros annuels du magazine en ligne Monuments nationaux). Laissez-passer idéal pour redécouvrir les monuments, il donne également droit à des tarifs réduits dans des sites partenaires tels que le domaine de Chantilly, le château de Fontainebleau ou encore le domaine national de Chambord.

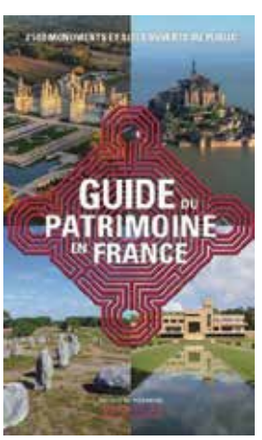
Chaque partenaire proposera également aux abonnés des offres événementielles. De nombreux partenaires vont prochainement rejoindre « *Passion monuments* ».

Les Éditions du patrimoine présentent la nouvelle édition du Guide du patrimoine en France, à paraître le 9 juillet 2020

Privés ou publics, environ 2 500 monuments ou sites protégés par l'État en raison de leur intérêt historique, artistique ou architectural exceptionnel sont présentés dans ce guide unique en son genre, véritable manuel de « *savoir visiter* ». Il s'adresse à celles et ceux qui veulent découvrir l'extraordinaire diversité du patrimoine français sous toutes ses formes, des plus modestes aux plus grandioses, des plus anciennes aux plus contemporaines. Ouvrage de référence sur le patrimoine protégé de la France, qu'il est le seul à recenser exhaustivement, il répertorie par régions, départements et communes les édifices et sites visitables tout au long de l'année en métropole et outre-mer.
Depuis sa première édition, son succès ne s'est jamais démenti ; il est aujourd'hui proposé dans une nouvelle version entièrement revue et augmentée pour multiplier les opportunités de visites. De nombreux outils permettent au lecteur de tirer le meilleur profit du guide : cartes, pictos, logos, index.
En vacances, en week-end ou en promenade près de chez lui, chacun trouvera dans le guide d'innombrables suggestions de visite, qui peuvent se combiner en d'infinies possibilités d'itinéraires.
Le guide est le compagnon de voyage idéal pour tous ceux qui, après le confinement, souhaitent découvrir ou redécouvrir le patrimoine de proximité.

Parution : 9 juillet 2020 - Prix : 19,90 €
14 x 24 cm - 952 pages,
1 500 illustrations
1 carte par département
Broché avec rabats

ISBN 9782757707555
En vente en librairie



Quelques idées de sorties pour un bel été en Touraine !

Un Musée

Musée Maurice Dufresne

Situé à Azay-le-Rideau, le musée Maurice Dufresne abrite une authentique et impressionnante collection de véhicules anciens, voitures, cycles, avions, camions, motos, tracteurs, machines agricoles ou militaires, affiches vintage et objets insolites d'époque, véritable patrimoine rétro-mécanique des années 1850 aux années 1950. Près de 3h de visite, un voyage dans le temps, familial et inter-générationnel, pour découvrir plus de 3000 pièces d'exceptions et pour nombre d'entre elles, uniques au monde…
Musée Maurice Dufresne Moulin de Marnay 17 route de Marnay 37190 Azay-le-Rideau. Tél. +33 (0)2 47 45 36 18 – Juillet/ Août : ouvert tous les jours de 10h à 19h
Renseignement individuel : contact@musee-dufresne.com
Réservation de groupe : resa@musee-dufresne.com
Tarifs : Gratuit pour les enfants de – 10ans / Enfant 10 à 17 ans : 7 € / Adulte : 12 €
Restaurant « Chez Jeannot » sur place - musee-dufresne.com/

Enfants

Stage de théâtre

Pendant les vacances d'été, la "TITE Compagnie" met en place un **stage de théâtre pour les 6-12 ans à Chambray-lès-Tours, du 24 au 28 août**.
(Ce stage s'appuiera sur des techniques qui respecteront les distanciations physiques nécessaires en cas de problématique sanitaire)

Le stage : Le fabuleux voyage. Du 24 au 28 août
Salle Godefroy (Chambray-lès-Tours)
Lundi au jeudi 14h à 16h et le vendredi 14h à 17h

Pour terminer les vacances, la "TITE Compagnie" propose aux enfants de participer à un voyage dans un pays extraordinaire à inventer !
L'improvisation, le théâtre de marionnettes, le théâtre muet… toutes les techniques sont bonnes pour décrire son pays fantastique et faire voyager les spectateurs. L'imagination sera la seule limite…
Ce stage est dirigé par Rémi Gérard.

Tarif : 55 € + adhésion annuelle 2020-2021(10 €)

Attention, les places sont limitées à 12.
Ce stage théâtre est ouvert à tous, débutants et initiés, et aboutiront à une petite restitution pour les parents le dernier jour.
Pour s'inscrire : http://www.titecompagnie.fr/

Un festival

En attendant les beaux jours...

La ville de La Riche et le Groupe K. s'associent pour proposer une programmation culturelle estivale inédite en plein air ! Théâtre, cinéma, concerts, conférences... Du vendredi 26 juin au dimanche 26 juillet au Château du Plessis.
Au programme : théâtre, ciné en plein air, exposition, nombreux concerts, conférences….
Toute la programmation sur : **ville-lariche.fr**

Résas et infos
Les spectacles se déroulent en extérieur, les capacités d'accueil seront adaptées aux normes sanitaires. Par conséquent les jauges seront éventuellement réduites. Les réservations sont donc fortement conseillées
Château de Plessis-Lès-Tours
Rue du Plessis à La Riche / 02 47 38 29 29 / info@ciecanolopez.fr

Espace dégustations
Un chaleureux espace propose de nombreux sentiers, parfois méconnus, pour découvrir la richesse des produits de Touraine.
Les vendredis : carte blanche à un jeune restaurateur tourangeau passionné, Besnard Thibaud (Le Petit Mijoté à La Riche) / Réservation obligatoire.
Les samedis et dimanches : carte blanche aux bons produits des producteurs locaux (en circuit très court, bio ou raisonné), vous composez votre repas en choisissant dans tous ces produits gourmands : charcuteries, fruits et légumes, boulangeries et pâtisseries, poissons de Loire, terrines bio-végan, laits et fromages, glaces, bières, sodas, jus de fruits et vins... Et les tapas du Plessis !
Mais il sera aussi possible de sortir son repas du panier !

Les piscines métropolitaines rouvrent enfin

Alors que le Premier ministre Édouard Philippe a donné le 28 mai dernier l'autorisation de rouvrir les piscines dans le cadre de la phase 2 du déconfinement, Tours Métropole Val de Loire (TMVL) a pris le temps de réorganiser les siennes avant le grand plongeon, prévu le 2 juin presque partout en France, et entre le 22 juin et le 4 juillet pour les équipements métropolitains. Explications.

© Tours Métropole Val de Loire

C'était un élément très attendu de la conférence de presse donnée par Édouard Philippe le 28 mai dernier : le retour à la vie sportive. Si la date de réouverture de certains lieux accueillant du public, et notamment des gymnases, des piscines et des salles de sport a été fixée au 2 juin pour les zones vertes et au 22 juin pour les zones alors encore en orange, les piscine métropolitaines n'avaient initialement annoncé de réouverture à aucune de ces deux dates. La raison ? Une nécessaire réorganisation des espaces du Centre aquatique du Lac, de la piscine du Mortier – dans laquelle des travaux de réfection portant sur les carrelages des plages sont déjà prévus du 30 août au 8 novembre –, des Thermes de Luynes et du Carré d'Ô à la Riche. Fonctionnement technique, sanitaire, logistique… Tout devait être revu par les exploitants de manière, d'une part à garantir la sécurité sanitaire des usagers, et d'autre part à bien respecter les consignes établies par le gouvernement.

Une réorganisation terminée

TMVL a finalement pu annoncer des dates de réouverture comprises entre le 22 juin et le 4 juillet pour les différents équipements dont elle a la gestion, avec un protocole sanitaire très strict, incluant la mise en place de gestes barrière dans les espaces où se croisant les usagers, ou encore un accès aux bassins sur réservation pour des créneaux d'1h à 1h30 entrecoupées de temps dédiés à la désinfection. Une bonne nouvelle pour les nageurs, qui commençaient à s'impatienter. À l'instar de Basile, tourangeau et habitué du Carré d'Ô, qui avait pris l'habitude d'appeler chaque matin sa piscine préférée dans l'espoir que quelqu'un sur place lui donne une visibilité : *« Il fallait que je retrouve une activité sportive… 3 mois sans nager, c'est trop long ! »*, justifie-t-il. Même chose pour Mickaël, qui espérait renfiler son short de bain le plus tôt possible et a pris connaissance de la date de réouverture des Thermes de Luynes, son bassin habituel, sur Facebook. Et pour le citer *« le 27 juin, ce n'était pas trop tôt »*.

www.lepicentre.online
L'ÉPICENTRE
Le média de l'actualité économique et sociétale du Val de Loire

Retrouvez nos 3 éditions : 37 / 41 / 45

Distribué à 30 000 exemplaires, en points de dépôts et en routage

Mensuel
Gratuit
32 PAGES

Pour recevoir L'Épicentre directement dans votre entreprise, contactez-nous :
contact@lepicentre.online

LES AGENTS
M
LES MYSTÈRES DE TOURS MÉTROPOLE
GRAND JEU D'ENQUÊTE OUTDOOR
Du 15 juillet au 15 septembre 2020
2e ÉDITION
Rejoignez l'Agent M pour de nouvelles missions et relevez de nouveaux défis. Mettez vos baskets, allumez votre smartphone et endossez le rôle d'un enquêteur au service de la Métropole dans un Grand Jeu d'enquête outdoor seul ou en équipe.
DE NOMBREUX LOTS À GAGNER !
www.tours-metropole.fr
Direction artistique : Rektangle production / Photographie : Anaïs Dutour / Graphisme : Benoit Zebra
TOURS LOIREVALLEY
Inscrivez-vous dès maintenant sur www.tours-metropole.fr
Jeu sans obligation d'achat
Informations et modalités sur tours-metropole.fr
Tours métropole
Val de Loire

LIBÉRÉS, DÉLIVRÉS... MAINTENANT RESPIREZ !

CET ÉTÉ, PARTEZ À LA DÉCOUVERTE DE VOTRE TERRITOIRE...

PROMENADES DANS LES BOIS !

BALADES À VÉLO

SENTIERS DE RANDONNÉES

LES AGENTS M — GRAND JEU D'ENQUÊTE EXTÉRIEUR AGENT M

RETROUVEZ TOUTES LES INFORMATIONS SUR WWW.TOURS-METROPOLE.FR

www.tours-metropole.fr

Tours métropole Val de Loire