



41



AGGLOPOLYS

“ Transition écologique : Agglopolys aux côtés des entreprises ”

P9

■ L'industrie en vitrine !



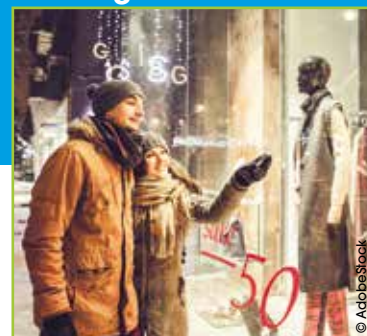
P3

■ Une journée avec Lionel Henry de l'Observatoire des territoires



P4-5

■ Dossier : Commerce, entre digital et sociétal



P22à29

■ Quand Chambord abritait le plus grand musée du monde



P28



édito

“ À l’approche des fêtes de fin d’année et après des mois de privations, peut-on résolument résister aux sirènes de la grande consommation et à la traditionnelle frénésie d’achats du mois de décembre ? D’autant plus que la reprise économique est là et les entreprises, comme les consommateurs, voient peu à peu le bout du tunnel qui s’était formé lors des confinements successifs. Pourtant, les pénuries de matières premières et le manque de containers font exploser les prix des produits importés et annoncent une addition plutôt salée pour les ménages.

Favorisé depuis quelques années, le commerce en ligne a explosé pendant la crise sanitaire. Les habitudes et les attentes des consommateurs changent et les commerçants doivent suivre. Après la grande distribution, les commerces traditionnels proposent désormais également la livraison à domicile, le *drive* ou le *click and collect*. Les sites Internet de e-commerce exultent. Les clients passant désormais plus de temps sur la toile que dans les boutiques...

Face à ce phénomène, les commerces de centre-ville veulent se démarquer et attirer une nouvelle clientèle, en proposant toujours plus de services et une « expérience client » personnalisée. Les chalandes semblent sensibles au message que ces petites boutiques veulent faire passer. La tendance est au local, au bio et le consommateur renoue un lien direct avec le producteur ou l’agriculteur « du coin ».

Toutes les tendances du commerce d’aujourd’hui en région Centre-Val de Loire sont à retrouver dans notre dossier spécial du mois.

Il nous reste à vous souhaiter d’excellentes fêtes de fin d’année. Qu’elles soient propices aux retrouvailles en famille ou entre amis... avec le plein de cadeaux « Made in Val de Loire » au pied du sapin !

Bonne lecture,
La rédaction



sommaire

VIE DES ENTREPRISES

7 À Montrichard, Danacare exploite l’or blanc de la Baltique

À Montrichard, le laboratoire Cosmetys a mis au point une gamme de cosmétiques à base de craie de Rügen, un minéral de la mer Baltique réputé pour ses effets dermatologiques.

COLLECTIVITÉS & TERRITOIRES

10 « L’Agenda rural » à l’heure du Loir-et-Cher

Le préfet de Loir-et-Cher a pris l’initiative d’instaurer un « comité départemental aux ruralités », officiellement installé le 19 novembre dernier. Ses membres auront notamment pour mission de veiller à la déclinaison dans le département de « l’Agenda rural », ce « plan d’actions en faveur des ruralités » promu par les élus locaux et adopté par le gouvernement en 2019.

TOURISME

15 Du fourrage vert pour le Petit Trô du Cheval blanc

Dans le cadre du plan de relance, Le Petit Trô du Cheval blanc est pour l’heure le seul hôtel-restaurant de la région à avoir bénéficié d’une aide « Tremplin Tourisme durable » visant à « accélérer sa transition écologique ». Une subvention plus que bienvenue alors que l’établissement a été repris... quelques semaines seulement avant la pandémie.

LE DOSSIER DU MOIS

20 Commerce, entre digital et sociétal

La digitalisation était en marche depuis quelques années déjà, et la crise sanitaire n’a fait que l’accélérer. Le commerce n’a pas échappé à cette tendance, et c’est sans doute l’un des effets les plus visibles et durables dans notre vie quotidienne.





L'industrie en vitrine !

Dans le cadre de la Semaine de l'industrie, qui s'est tenue du 22 au 28 novembre, plusieurs commerçants de Vendôme ont exposé en vitrine les pièces des industriels locaux. Comme chez l'opticien Kryz, qui a mis en lumière la motorisation du phare de la tour Eiffel opérée par l'entreprise A2V Mécatronique.

Depuis 2011, l'industrie française a « sa semaine », au cours de laquelle se multiplient des événements de toute nature visant à (re)valoriser ce secteur auprès du grand public, et singulièrement auprès des jeunes. Car, oui, le secteur recrute ! À Vendôme, plusieurs commerçants ont cette année encore – ils le font depuis 2016 – mis en avant les entreprises industrielles locales, en exposant les pièces emblématiques de ces dernières dans leur vitrine. Comme l'opticien Jérôme Savornin, du magasin Kryz, qui a placé sous ses projecteurs la réalisation-phare de l'entreprise A2V Mécatronique : la motorisation du phare de la Tour Eiffel. Spécialisée comme son nom l'indique dans la création de systèmes automatisés miniaturisés associant mécanique, électronique et informatique, l'entreprise équipe également des gouvernes de sous-marins, des antennes de suivi satellites, des exosquelettes ou encore le système de contrôle des caméras de stades.

Dix-neuf commerçants ont joué le jeu cette année, indique la Fédération du commerce vendômois, qui compte environ 120 adhérents. Ce qui laisse une marge de progression certaine... Espérant sans doute être (doublement) prophète en son pays, Jérôme Savornin souligne le bénéfice que peuvent retirer les commerçants eux-mêmes d'une



De gauche à droite, Eric Regnard et Jérôme Savornin devant la maquette du phare de la Tour Eiffel, en vitrine du magasin Kryz de Vendôme.

telle opération. « La dynamique commerciale est intimement liée à celle de la ville, qui tient elle-même, entre autres facteurs, à la dynamique industrielle. Les commerçants ont tout intérêt à voir croître l'attractivité économique de leur territoire, qui augmente d'autant la population, et donc la consommation ». CQFD. L'opticien relève toutefois que son soutien dépasse de loin ce seul aspect mercantile : « C'est aussi une prise de conscience du rôle sociétal des commerçants de centre-ville, qui participent à la vie de la Cité en aidant le monde industriel local à se faire connaître ». L'investissement va d'ailleurs au-delà du faire-savoir : « Au quotidien, nous nous efforçons de privilégier les produits origine France garantie, comme les verres Essilor ou ceux de Kryz, qui sont fabriqués dans son usine de Bazainville, dans les Yvelines. Pour nous, cette participation à la promotion de l'industrie française coule donc de source ». Le commerçant confesse même sa « fierté » – horresco referens !, alors que notre société semble préférer le dénigrement – de « mettre en avant des industries de pointe comme l'est A2V Mécatronique qui, de surcroît, relocalise ses activités à Vendôme ». Créée en 1991 près de Rambouillet, l'entreprise

a en effet pris pied à Vendôme, le pays de son dirigeant, Éric Regnard, en juillet 2019. Et ce pour y fabriquer des cartes électroniques. Un investissement qui lui a valu, il y a un an, d'être l'une des 13 premières bénéficiaires en région Centre du « fonds d'accélération des investissements industriels dans les territoires », aux côtés notamment de Transmanut (Vineuil), Le Triangle (Morée) ou Axe Systems (Romorantin-Lanthenay). Préfet et président de région, qui décident conjointement des lauréats, relevaient alors que « le projet permettra également de regrouper les activités de l'entreprise sur un seul site en Vendômois », avec à la clé possiblement « 4 à 5 emplois créés, 5 maintenus et 10 transférés depuis le site parisien de l'entreprise ». Autant de clients – sans compter leurs proches – pour les commerçants vendômois.

FF.





Une invitation à regarder Blois autrement






Constructeur de Bon Etre

NOUVEAU PROGRAMME IMMOBILIER

Bureaux

Commerces

lebelvederedujeudepaume@3vals-amenagement.fr

02 54 58 11 12



Lionel Henry, directeur de l'Observatoire

Depuis plus d'un quart de siècle dans le cadre de l'Observatoire de l'économie et des territoires, Lionel Henry sonde, ausculte, scrute, diagnostique, analyse le Loir-et-Cher sous toutes ses coutures, au bénéfice des collectivités, entreprises et habitants du territoire. Voici son quotidien.

9 h Point avec le responsable du pôle SIG

Lionel Henry fait le point des dossiers en cours avec le responsable du pôle SIG (système d'information géographique), qui compte plusieurs géomaticiens et une développeuse WebSIG. « Nous ne fournissons pas que de la donnée ou de l'analyse. Nous concevons également des outils qui viennent faciliter et éclairer la prise de décisions », précise l'expert. L'attention se concentre sur la préparation d'un webinar, qui se tiendra le 14 décembre prochain, visant à réunir les utilisateurs de certaines de ces applications, pour un retour d'expériences. « Ces remontées du terrain sont indispensables si l'on veut que ces outils vivent », insiste Lionel Henry.

Au total, l'Observatoire compte 15 collaborateurs, « la plupart diplômés Bac+4/+5 », précise le directeur, fier de la quasi-absence de turn-over. « Depuis la création de l'Observatoire, nous n'avons connu que quatre départs... dont deux en retraite ! Cette stabilité est primordiale. Elle permet de capitaliser une connaissance fine du territoire et de ses évolutions ». Lionel Henry indique également qu'il faut plus d'un an à une nouvelle recrue pour être complètement opérationnelle. « Il faut se familiariser avec l'ensemble des outils que nous utilisons. Nous suivons plus d'un millier de séries statistiques, délivrées par plus de 250 fournisseurs différents. Et dire que l'Observatoire est né du constat de l'absence de données ! À l'époque, on devait à gros traits se contenter des recensements de population de l'Insee, qui n'étaient actualisés que tous les 7 à 8 ans ; d'autres informations arrivaient avec un décalage de temps important. Avec la révolution de l'open data, nous sommes désormais confrontés à l'extrême inverse : un foisonnement de données, au sein desquelles il est difficile de se frayer un chemin. Nous sommes passés du désert à la jungle », résume l'expert. « Il nous arrive encore d'être confrontés à la page blanche,



L'équipe de l'Observatoire des Territoires se réunit pour faire un point sur les dossiers en cours.



conçède-t-il toutefois. Nous réalisons alors nous-mêmes nos propres enquêtes pour créer la donnée ».

10h30 Préparation d'un prochain comité technique sur la vacance commerciale

Dans le cadre du programme « Petites villes de demain », lancé par le gouvernement afin de redynamiser 1 600 villes de moins de 20 000 habitants « exerçant des fonctions de centralité » (17 communes retenues en Loir-et-Cher), l'Observatoire met en place un nouvel outil d'observation de la vacance commerciale. « Un sujet sur lequel nous sommes régulièrement interrogés, et sur lequel nous avons déjà travaillé avec la ville de Blois, qui a recruté depuis plusieurs années une manager du commerce. La chambre de commerce et d'industrie (CCI) a proposé de mettre en place un nouvel outil d'observation globale, à l'échelle du Loir-et-Cher », dévoile Lionel Henry. Avec ses équipes, il prépare le prochain comité technique devant réunir les collabora-



UNE JOURNÉE AVEC

de l'économie et des territoires

teurs de la CCI et ceux de la direction départementale des territoires, également partenaire du projet. « Nous avons recruté une personne dédiée pour assurer un travail d'observation sur le terrain. C'est essentiel, les données brutes ne suffisent pas toujours à rendre compte de la réalité. À court terme, nous restituons un diagnostic pour chacune des villes du programme et une analyse globale sur l'ensemble du département. Comme toujours, il conviendra ensuite de faire vivre le dispositif, en organisant la remontée des informations. L'application que nous avons développée permet aux développeurs locaux d'enrichir eux-mêmes les données. Les utilisateurs deviennent contributeurs ».

11h30 Point d'étape sur une enquête en cours

Lionel Henry fait le point avec ses équipes sur l'avancement d'une consultation en cours réalisée avec le conseil départemental de Loir-et-Cher, principal partenaire de l'Observatoire, dans le cadre du schéma départemental de l'autonomie, sur le sujet de l'habitat inclusif. « Des logements destinés notamment aux personnes âgées et aux personnes handicapées, plutôt en centre-bourgs, où elles bénéficient à la fois d'espaces communs et d'espaces privatifs et partagent un projet de vie sociale », enseigne Lionel Henry. « Nous conduisons une enquête auprès de l'ensemble des communes et communautés de communes du département afin de recenser les sites existants et ceux projetés ».

14h Préparation des conseils d'administration et du comité de programmation

Né dans et pour le Loir-et-Cher, sous l'impulsion du conseil « général » (désormais « départemental »), l'observatoire, au budget d'environ 1,3 million d'euros, s'est depuis ouvert à d'autres territoires. Juridiquement, il prend la forme d'une association régie par la loi 1901. Elle compte 115 membres à ce jour, répartis en trois collèges : des membres permanents (l'État, le conseil régional, les conseils départementaux du Loir-et-Cher, du Loiret, de l'Eure-et-Loir et d'Indre-et-Loire, les trois chambres consulaires



Lionel Henry, à droite et son équipe.

et l'Association des maires de Loir-et-Cher), des membres actifs (communautés de communes et d'agglomération, syndicats mixtes de pays, agences d'attractivité, mais aussi, parmi d'autres, des entreprises, l'académie d'Orléans-Tours ou encore l'association diocésaine de Blois) et des membres adhérents (communes, syndicats intercommunaux, Medef, etc.). Le directeur contribue évidemment aux réunions du conseil d'administration et de l'assemblée générale, dont une session extraordinaire se tiendra en janvier. Il prépare actuellement celle du comité de programmation, qui déterminera le programme de travail de l'Observatoire pour 2022, sur la base des suggestions émises par l'ensemble des membres de l'association. « Nous réalisons environ 120 à 130 études ou travaux SIG chaque année ; les résultats sont accessibles à tous sur www.pilote41.fr, la plate-forme d'information administrée par l'Observatoire. Tous ces travaux relèvent de l'intérêt général auquel notre conseil d'administration, présidé par Jean-Luc Broutin, est très attaché », assure Lionel Henry.

16h Validation des prochaines publications

L'heure est à la relecture des prochaines analyses à paraître, sur des sujets variés. « Si des observatoires thématiques, tubulaires, se développent, assez peu croisent leurs données et analyses sur la base d'une observation à 360° - ce qui constitue notre principale singularité. C'est pourtant ce qui permet une analyse réellement pertinente, tant tous les domaines sont interdépendants » énonce Lionel Henry, qui relève encore que « le Loir-et-Cher est le seul département à s'être doté et à bénéficier d'un tel outil ».

18h Intervention lors des trophées des clauses d'insertion

Notre directeur a rejoint le centre de formation des apprentis de la chambre des métiers, où se déroule la cérémonie de remise des « trophées des clauses d'insertion », en présence du préfet et de nombreux élus. Lionel Henry y présente l'analyse réalisée en partenariat avec la Maison de l'emploi du Blaisois sur les clauses sociales d'insertion. Celles-ci conditionnent l'obtention de marchés publics à l'embauche ou à l'insertion de publics éloignés



de l'emploi. « Ce que l'on appelait le mieux-disant social », décrypte Lionel Henry. L'expert y dresse le bilan « tout à fait déterminant et positif » de l'action conduite depuis l'origine par la Maison de l'emploi. Une analyse dont les grandes lignes sont accessibles à tous via l'une des « Fiches de l'Observatoire » disponibles sur le site pilote41.fr

F.F.



Cave à vins à Salbris : quand le bon vin est bio

Une cave à vins et épicerie fine, La cave se rebiffe, a ouvert ses portes en mai dernier à Salbris (41). La majorité des vins proposés par son propriétaire, Brahim Haiounani, sont des vins bio ou en biodynamie. Le caviste propose environ 270 références de vins dans sa boutique.

Brahim Haiounani, musicien professionnel passionné de vins, a l'idée de monter cette cave à vins pendant les confinements successifs, à une période où il ne pouvait plus exercer son métier. Seulement trois à quatre mois ont été nécessaires pour créer son entreprise. La recherche d'un local, la réflexion sur la décoration et la sélection des vins ont commencé au mois de décembre 2020. Le chef d'entreprise a suivi un stage de deux semaines, à Blois, afin d'être accompagné dans la création de son entreprise. « Les journées étaient chargées pendant cette période. Aujourd'hui, je suis content car les clients et le chiffre d'affaires sont au rendez-vous » se félicite l'entrepreneur.

Partage et convivialité

Le caviste a décidé de s'installer à Salbris car c'est dans cette commune qu'il habite depuis 2004, et qu'il n'y existe pas encore de commerce de ce type. La boutique vise une clientèle assez large : les habitants de Salbris, mais aussi ceux du Loir-et-Cher et de la région Centre-Val de Loire. « Le bouche à oreille fonctionne et je propose une bouteille de vin pour tous les budgets. Ma bouteille premier prix est à sept euros » affirme le caviste. La vente est axée sur la dégustation des vins. Alors que la concurrence ne propose pas toujours cette dégustation, Brahim Haiounani se démarque. Il achète des échantillons de vins aux vigneron et investit de l'argent sur les bouteilles utilisées pour la dégustation. Cette dégustation ajoute un



Brahim Haiounani, propriétaire de La cave se rebiffe.

aspect convivial à la vente de vins et créé un lien, un moment d'échange et de partage entre le caviste et le client.

Le chef d'entreprise connaît la façon de travailler des vignerons auprès desquels il s'approvisionne. Il rencontre toujours le vigneron avant de décider de lui acheter ou non du vin. Le caviste participe également à des salons spécialisés. Il sélectionne toujours les vins qu'il va vendre dans sa boutique en les goûtant. Le gérant propose trois à quatre nouveaux vins par mois. La majorité des vins proposés sont produits dans la région Centre-Val de Loire et tous sont français.

Du bio dans son assiette... et dans son verre

La boutique propose des vins bio contenant peu de soufre et aucun pesticide. Le caviste propose également des vins en biodynamie issus d'une vigne favorisant le travail du sol, de la faune et de la flore environnante. « Je bois du vin bio depuis 25 ans. Il exprime notre terroir... et il donne moins mal à la tête ! » plaisante le caviste. Quant à la demande des clients en la matière, le gérant est partagé : « pour certains, ça va être un argument de vente. Mais, je n'annonce pas toujours qu'un vin est bio car certains sont réticents à en acheter à cause d'une mauvaise expé-

rience passée. » Le caviste propose une seule bouteille de vin naturel qui ne contient pas de soufre et qui n'a subi aucune intervention humaine.

La cave à vins propose également des bières artisanales ainsi qu'une partie épicerie fine. On y retrouve de l'huile d'olives, des tartinales, du saucisson, du vinaigre balsamique, des herbes aromatiques et des épices. Le gérant propose aussi des Objets Culinaires Non Identifiés (OCNI) qui sont en réalité des crayons d'assaisonnement à tailler ! Brahim Haiounani propose enfin des jus de fruits car la loi oblige toutes les caves à vins à proposer 10% de boissons sans alcool.

M.Y.

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



Félicitations à nos nouveaux élus pour le LOIR-ET-CHER et la région CENTRE
Une dynamique nouvelle à l'écoute des entrepreneurs !

Chambre des
Métiers

(5ème Vice-Présidence Régionale)



Patricia FHIMA,
Opticien de Vineuil,
#fiersd'êtreatisans41

Chambre de Commerce et
d'Industrie



Laurent KOPP,
Président de la CPME 41,
Dirigeant de TP Concept & Bituvia,
#ensemblereussirplusfort

cpme41
LOIR-ET-CHER



Marie-Noëlle AMIOT,
Dirigeante de l'entreprise THIOLAT
#ensemblereussirplusfort



À Montrichard, Danacare exploite l'or blanc de la Baltique

À Montrichard, le laboratoire Cosmetys a mis au point une gamme de cosmétiques à base de craie de Rügen, un minéral de la mer Baltique réputé pour ses effets dermatologiques.

1416 km, très exactement, séparent Montrichard de l'île de Rügen, tout au Nord de l'Allemagne. Aucun point commun entre les rives du Cher et celles de la mer Baltique qui baigne la plus grande des îles allemandes. Aucun, sinon un minéral au blanc éclatant dont sont faites ses falaises : la craie de Rügen. Celle-ci entre dans la composition des produits dermatologiques élaborés par le laboratoire Cosmetys, une start-up basée à Montrichard. « Les bienfaits de la craie de Rügen pour la peau étaient déjà connus des Romains et les stations thermales de l'île proposent toujours des traitements contre les affections dermatologiques », précise Frédéric Pillias, le fondateur de Cosmetys. L'univers des produits cosmétologiques lui est familier. Il a travaillé pendant plus de 30 ans dans ce secteur et pour l'industrie pharmaceutique avec des responsabilités commerciales de directeur de réseau. Il a notamment œuvré pendant 11 ans pour la marque tourangelle Lytess, spécialisée dans les sous-vêtements aminçissants à base de produits microencapsulés dans le textile.

Microencapsulation à base d'argile

« J'ai toujours eu envie de créer ma propre marque de cosmétiques en utilisant les composants les plus naturels possibles, explique Frédéric Pillias. Je recherchais un actif original



Frédéric Pillias (à gauche), créateur de Cosmetys, et son formulateur Yacine Hoffmann, étaient présents au salon Cosmetic 360 de Paris en octobre.

et mes recherches m'ont conduit à m'intéresser à la craie de Rügen dont les vertus étaient assez peu exploitées jusque-là.»

Pour concocter ses préparations, Frédéric Pillias s'est adjoint les services de Yacine Hoffmann, formulateur spécialisé en cosmétique. « La craie de Rügen étant constituée à 98% de calcium, j'ai travaillé sur une biotechnologie qui rend possible l'incorporation de ses principes actifs sans utilisation de ten-

sioactifs, explique-t-il. Grâce à une technique de microencapsulation à base d'argile, les principes actifs peuvent se libérer sans altération, et cela, sur une longue durée.»

Une première gamme de spécialités à base de craie de Rügen a vu le jour en septembre 2020. Elle se compose d'un savon dermatologique, d'une crème hydratante et régénérante pour peaux sensibles, et d'un gommage purifiant également pour peaux sensibles.

Les vertus de la minéralothérapie

« Cette première gamme de minéralothérapie est constituée à 99% d'ingrédients d'origine naturelle, ajoute Frédéric Pillias. Ils ont fait l'objet de tests en laboratoire et en application réelle avec de très bons résultats. »

Le fondateur de Cosmetys a donné le nom commercial de Danacare à ses produits. « Dana, comme la déesse celte de la terre, liée à l'eau et à la fertilité, et "care" pour soin en anglais », précise-t-il.

Les produits Danacare sont entièrement élaborés en Centre-Val de Loire, avec la formulation et le design à Tours, la fabrication à Nogent le Rotrou, et la gestion logistique à Montrichard. Ils sont commercialisés principalement en pharmacie et parapharmacie par l'intermédiaire d'un réseau d'une dizaine d'agents commerciaux. « Actuellement, nous sommes présents dans une cinquantaine de villes sur le territoire national et nous avons des contacts intéressants à l'export » indique Frédéric Pillias.

Très confiant dans l'évolution de son activité, il prépare le lancement de trois nouveaux produits dont un sérum, toujours à base du fameux or blanc de la baltique.

B.G.



Orientation des entreprises

LE PORTAIL D'ORIENTATION
DES ENTREPRISES
DU CENTRE-VAL DE LOIRE

www.connectup-centrevalde Loire.fr

avec le financement de



Cette opération est cofinancée par l'Union européenne. L'Europe s'engage en région Centre-Val de Loire avec le Fonds Européen de Développement Régional.

en partenariat avec





Des talents en Loir-et-Cher

Des talents et métiers ont été mis en avant dans une campagne de communication orchestrée par l'agence d'attractivité de Loir-et-Cher depuis le 8 novembre. Les visuels qui ont pour accroche « *fiers du Loir-et-Cher* », ont pour objectif de promouvoir le territoire en réveillant le sentiment de fierté et d'appartenance.

Cette campagne de communication qui s'est affichée jusqu'au 22 novembre dans les rues et abribus essentiellement en Loir-et-Cher met en avant 9 portraits individuels de collaborateurs et un portrait croisé. Ces hommes et femmes qui ne sont pas majoritairement originaires du Loir-et-Cher, sont venus vivre et travailler dans des établissements du département et témoignent d'un cadre de vie agréable. Btissam Gredat, un des portraits de cette campagne, indique qu'elle est « *fière d'avoir créé Cake concept à Blois* ». Elle savoure la qualité de vie et la proximité de Paris, son compte Instagram « *La Petite Blésoise* » l'illustrant parfaitement.



l'agence départementale d'attractivité, Catherine Lhéritier

Attirer les talents est la mission de l'agence Be LC, elle souhaite avec cette campagne d'un budget de 35 000 €, réalisée avec des acteurs locaux (Atelier Denis Bomer et Flamingo Communication), surfer sur le slow life pour donner envie de vivre, travailler et entreprendre en Loir-et-Cher.

S.M.

www.loiretcher-attractivite.com



Une 1^{ère} collaboration, pour Poulain et St-Michel

Les deux marques du 41, Poulain et St-Michel lancent un nouveau produit 100 % made in Loir-et-Cher ; une tablette gourmande saveur chocolat noir extra aux éclats de biscuits.



Cette création est le résultat de la rencontre de 2 entités agroalimentaires du département. Les équipes qui ont des savoir-faire proches, ont œuvré ensemble pour concevoir un produit commun ; un chocolat 43 % de cacao aux sablés à la noix de coco de St-Michel.

Concrètement les biscuits concassés St-Michel sont livrés au site Poulain de Villebarou qui se charge de les incorporer à la tablette chocolat noir extra, le produit phare de la maison. La production est en cours. Carambar & Co, groupe auquel appartient Poulain se charge de la commercialisation. Le packaging coloré qui arbore fièrement le nom des deux entités devrait être dans les linéaires des grandes surfaces françaises rapidement. Une belle collaboration avec une recette unique qui réunit deux marques françaises engagées au savoir-faire historique, il ne reste plus qu'à déguster !

100% SERVICE
100% QUALITÉ

Une signature de **référence** pour tous vos projets

7/7 - 24h/24



8, rue Louis et Auguste Lumière
41000 BLOIS
02 54 43 49 14

pelle-electricite.fr



Zac des Courtis 2 allée Ernest Nouel
41100 VENDÔME
02 54 77 66 10

callac-electricite.fr



2 rue des écoles
41100 BLOIS
02 54 78 02 78

broudic-plomberie.fr

Transition écologique : Agglopolys aux côtés des entreprises

Aujourd'hui, c'est acté, la transition écologique est une nécessité. Elle est aussi une opportunité pour l'économie et la société. Agglopolys et les entreprises du territoire en ont bien conscience. En remportant l'appel à projet « *Écologie Industrielle Territoriale* », Agglopolys va pouvoir susciter des actions communes et synergies entre entreprises pour agir sur leur impact environnemental.

La transition écologique est au cœur des politiques publiques d'Agglopolys (PLUi, Plan Climat, Projet Alimentaire Territorial...). Elle se traduit concrètement depuis longtemps dans les projets mis en œuvre : aménagement urbain économe en foncier, reconquête des friches, schéma cyclable, collecte des déchets...

Du côté des entreprises, on constate aussi une prise de conscience et de nombreux projets émergent, dans les grands groupes comme dans les PME-TPE. Agglopolys accompagne les démarches individuelles de chaque entreprise, en lien étroit avec Dev'up et les chambres consulaires, mais il est essentiel également d'encourager les dynamiques collectives, qui sont le véritable accélérateur du changement sur un territoire.

Lauréate de l'appel à projet « *Écologie Industrielle Territoriale* » (EIT) de l'ADEME et de la Région Centre-Val de Loire, Agglopolys souhaite accélérer la mobilisation des entreprises. « *Pour réussir cette transition, la puissance publique doit envoyer des signaux clairs et y consacrer des moyens importants. L'EIT vise à mener des actions sur un territoire avec un objectif, d'optimiser les ressources présentes* », précise Christophe Degruelle, président d'Agglopolys.



Ombrière ENEDIS.

Le principe : encourager les coopérations entre entreprises pour mutualiser et économiser les ressources : énergie (production d'énergie renouvelable, réseaux de chaleur...), eau (recyclage, économie...), flux (autopartage, plans de déplacement inter-entreprises...), foncier (optimisation, densification...), infrastructures (salles de réunion, parkings...), dé-

chets. Ce projet, qui démarre en décembre, sera mené pendant deux ans en partenariat avec la CCI et le cercle des entreprises de La Chaussée-Saint-Victor. Un certain nombre d'actions seront ouvertes aux entreprises de toute l'agglomération.

Les atouts de l'EIT sont multiples. Pour les entreprises, les actions menées vont apporter des béné-

fices économiques directs. Pour le territoire, un facteur de dynamisme pour le bassin économique local et un terreau favorable à la coopération qui, par ricochet, favorisera l'attractivité du territoire. Et bien-sûr pour l'environnement, un meilleur usage des ressources va permettre d'agir pour la préservation de notre planète.



Procter & Gamble, une usine blaisoise exemplaire !

Le développement durable n'est pas un sujet nouveau chez Procter & Gamble, le groupe américain y travaille depuis 20 ans. L'entreprise de Blois y est très sensible et est d'ailleurs un site pilote sur le sujet de la décarbonation.



Sylvain Garcia et Christophe Degruelle.

P&G s'est fixé comme nouvelle ambition de parvenir à un objectif de zéro émission nette de gaz à effet de serre (GES) dans l'ensemble de ses activités et de sa chaîne d'approvisionnement, de la matière première au détaillant, d'ici 2040, avec un objectif plus spécifiquement en 2030 pour Blois.

Au niveau de la consommation d'énergie, l'usine de la rue de Vendôme est 50 % en gaz et 50 % en électricité renouvelable, une réflexion est en cours sur le biométhane. Concernant les ressources, un processus de recyclage de toutes les eaux de lavage est en cours d'expérimentation.

Le fabricant de shampoing et d'après-shampoing sait bien que le consommateur français est le plus exigeant en termes de développement durable au monde. Aujourd'hui, les clients ne veulent plus choisir entre performance et écologie. Ils attendent des marques qu'elles adoptent des mesures significatives afin de répondre aux enjeux environnementaux. « *Des positionnements qui sont aussi des atouts pour le recrutement, la nouvelle génération est sensible aux actions qui ont du sens.* » conclut Sylvain Garcia, directeur de l'usine P&G de Blois.



« L'Agenda rural » à l'heure du Loir-et-Cher

Le préfet de Loir-et-Cher a pris l'initiative d'instaurer un « comité départemental aux ruralités », officiellement installé le 19 novembre dernier. Ses membres auront notamment pour mission de veiller à la déclinaison dans le département de « l'Agenda rural », ce « plan d'actions en faveur des ruralités » promu par les élus locaux et adopté par le gouvernement en 2019.

« Sans que cela soit prévu par les orientations nationales », le préfet de Loir-et-Cher, François Pesneau, a décidé de mettre en place un « comité départemental aux ruralités », qu'il a officiellement installé le 19 novembre dernier. Une initiative saluée par les élus présents, alors que certains avaient naguère déploré un déploiement poussif dans le département de « l'Agenda rural », ce « plan d'actions en faveur des ruralités » pourtant porté par la ministre du cru, Jacqueline Gourault. « Un comble ! », avait grincé il y a un mois Thierry Benoist, président de l'association des maires ruraux de Loir-et-Cher, lors de l'assemblée générale de cette dernière. La ministre de la Cohésion des territoires devait d'ailleurs honorer l'installation de ce comité de sa présence. Finalement retenue, elle a été remplacée au pied levé par celui qui fut longtemps son assistant parlementaire, Marc Fesneau, désormais ministre chargé des relations avec le Parlement, et par ailleurs conseiller municipal de Marchenoir.



A la tribune, Nicolas Hauptmann, François Pesneau et Marc Fesneau.

Une mise en œuvre « déjà bien avancée »

Volontiers apaisant, le préfet a néanmoins fait valoir que « la réflexion ou la mise en œuvre des mesures de l'Agenda rural - 181 au total - étaient déjà bien avancées dans le département ». Le secrétaire général de la préfecture, Nicolas Hauptmann, récemment désigné « sous-préfet chargé de la ruralité », s'est employé à étayer le discours en égrenant le chapelet des cases déjà cochées : 7 chefs de projets recrutés dans le cadre du programme « Petites villes de demain », qui vise à redynamiser 1 600 villes de moins de 20 000 habitants, dont 17 en Loir-et-Cher ; la mise en place du premier contrat de sécurité dans le cadre de ce dispositif avec la ville de Veuzain-sur-Loire, signé quelques minutes seulement avant la réunion ; le déploiement de 13 sites « France Services », regroupements de plusieurs services ou organismes publics sur un même lieu pour faciliter les démarches (15 au 1^{er} janvier prochain et 21 d'ici la fin 2022) ; le recrutement de 19 conseillers numériques chargés de favoriser l'inclusion numérique ; l'installation de 26 pylônes l'an prochain pour couvrir certaines zones blanches, etc.

Challenge de la lutte contre l'artificialisation des sols

Le préfet assure qu'au-delà de cette déclinaison locale de mesures

prévues à l'échelon national, sera déployé un plan d'action local qui permettra « de traiter certaines problématiques propres au département », que le comité pourra « contribuer à faire vivre ». Les chantiers ne manquent pas. Le représentant de l'État a singulièrement attiré l'attention des élus sur « le challenge que représente la lutte contre l'artificialisation des sols », fortement durcie par la loi dite Climat et résilience du 22 août dernier. Le texte impose en effet un objectif intermédiaire de réduction par deux de la consommation d'espaces naturels agricoles et forestiers dans les dix prochaines années par rapport aux dix précédentes et fixe un objectif final de « zéro artificialisation nette » des terres à horizon 2050. Preuve de la difficulté, l'Association des maires de France et Régions de France viennent déjà de demander le « report urgent » de certaines dispositions relatives à l'objectif intermédiaire.

Un objectif que la fédération des SCoT estime par ailleurs atteignable pour 57 % du territoire seulement, sur lesquels ne vivent que 30 % de la population, le tout en couvrant moins de 40 % des besoins en logements (la fédération a mis à disposition des élus un simulateur - objectif-zan.com - pour leur permettre de vérifier le caractère réalisable de cet objectif sur leur territoire). Nul doute que ce dossier ne manquera pas de donner du grain à moudre - et des « nervous breakdown », comme on dit chez Audiard - à ce nouveau comité.

Challenge de l'évaluation

Composé des parlementaires, des présidents de communautés d'agglomération et de communes, des sous-préfets, de représentants de l'Association des maires de Loir-et-Cher et de l'Association des maires ruraux de Loir-et-Cher, des chambres consulaires, des services de l'État (services

fiscaux, agence régionale de santé, direction départementale des territoires, etc.), de la gendarmerie, des services d'incendie et de secours... du département, ce comité devrait se réunir tous les semestres. Thierry Benoist en attend surtout une « évaluation » des dispositifs mis en place. « La France n'a pas une grande culture en la matière », a concédé, en le déplorant, Marc Fesneau. Un ministre qui a aussi souligné que les ruralités « ont souvent souffert du fait que les élus locaux eux-mêmes relayaient le sentiment qu'il n'y aurait pas d'espoir dans ces territoires ». Aussi a-t-il exhorté ses collègues à faire preuve d'un optimisme communicatif, et ce d'autant « que la crise a révélé l'attractivité et les potentialités des ruralités ». Si tant est qu'on leur laisse la possibilité de les exploiter.

F.F

“ La crise a révélé l'attractivité et les potentialités des ruralités ”

Marc Fesneau

La certification HVE explose, la connaissez-vous ?

Le petit macaron HVE pour Haute Valeur Environnementale est bien présent sur les linéaires des magasins. Cette certification qui a pour but d'identifier et de valoriser des pratiques agricoles plus respectueuses de l'environnement, monte en puissance et gagne à être mieux connue !

Facilement identifiable sur les produits grâce à son logo orange représentant une ferme ensoleillée et un papillon, elle atteste, entre autres, que les exploitations agricoles préservent l'écosystème et ça c'est primordial !

Lancée en 2011, la Haute Valeur Environnementale répond à des critères définis par les pouvoirs publics français. Elle consiste notamment en la conservation de la biodiversité, la préservation de la vie des sols ou encore le développement d'une faune utile, pour une agriculture plus autonome vis-à-vis des engrais, produits de traitement et de la ressource en eau. Le respect de ces différents piliers permet aux agriculteurs de faire reconnaître les évolutions de leurs modes de production ainsi que leurs bonnes pratiques auprès des consommateurs, en apposant le fameux logo HVE sur les produits proposés à la vente.

Cette démarche issue du Grenelle de l'environnement 2007 est née de la volonté du milieu agricole et des pouvoirs publics de répondre aux attentes et demandes du grand public pour des productions plus durables. Les agriculteurs s'emparent de cette certification pour valoriser leur transition écologique.



À consommer avec modération



Au-delà de la filière viticole, précurseur en la matière, les filières de l'arboriculture, du maraîchage, de l'horticulture et des grandes cultures continuent leur engagement dans le dispositif. Vous retrouverez en magasins alimentaires, de nombreux produits apposant la petite marguerite orange HVE parmi lesquels le pain, les pâtes, les fruits et légumes et bien-sûr le vin !

« L'objectif du Ministère de l'Agriculture était d'atteindre 15 000 exploitations en 2022. Le bilan aujourd'hui est un réel succès avec 20 000 établissements certifiés. Cette progression se répercute chez nous également puisque 182 exploitations sont certifiées en Loir-et-Cher à ce jour, dans toutes les filières, y compris en élevages » explique Pauline Bezault, conseillère HVE à la Chambre d'agriculture de Loir-et-Cher. « Cette certification est une vraie reconnaissance des pratiques raisonnées mais également un indicateur indispensable pour les consommateurs soucieux de l'environnement ! »

Vous allez maintenant vous apercevoir que la petite marguerite orange HVE est bien présente dans vos boutiques et chez vos producteurs locaux habituels, représentant ainsi l'engagement de nos agriculteurs pour le maintien de la biodiversité au sein des exploitations françaises.

www.hve-asso.com





Duo Day : une journée pour l'emploi et le handicap

Dans le cadre de l'édition 2021 du Duo Day, Axel Pierrot, qui est en situation de handicap, était accompagné par l'entreprise Getinge Life Science pendant toute la journée du 18 novembre dernier.

Axel Pierrot a passé la matinée à la direction générale de l'entreprise en compagnie de Boris Léonard, DG de Getinge Life Science. L'après-midi, Axel était missionné à l'accueil des clients, la gestion des plannings des réunions et la commande des fournitures « Au cours de cette journée, Axel était multi-tâches et il a eu une vision globale de notre entreprise » affirme Océane Danche, apprentie ingénieure méthodes chez Getinge.

Favoriser l'inclusion des personnes en situation de handicap

Implantée à Vendôme (41), l'entreprise Getinge Life Science est spécialisée dans la fabrication de gants, joints, isolateurs et télémanipulateurs destinés au secteur pharmaceutique et nucléaire.



De gauche à droite : Alessandra Zammit et Nathalie Noël travaillent à l'accueil de Getinge Life Science, Axel Pierrot participe au Duo Day, et Océane Danche est apprentie ingénieure méthodes chez Getinge Life Science et responsable du projet Envie et Équité.

L'étanchéité de chaque produit est testée par Getinge afin de vérifier que ce produit ne contamine pas l'utilisateur ou l'intérieur de la pièce dans laquelle il sera installé. C'était la première fois que l'entreprise ainsi qu'Axel Pierrot participaient au Duo Day. Le bilan de cette journée semble très positif. « J'ai appris plein de choses pendant cette journée et les missions proposées sont très différentes. » affirme Axel Pierrot. Ses deux collègues du jour, Nathalie Noël et Alessandra Zammit, sont aussi ravies : « Axel est très curieux et il s'intéresse à beaucoup de choses. »

Dans le cadre de son projet Envie et Équité, Getinge Life Science agit en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap. L'entreprise accueille et adapte

Que de nouveautés à Sainte-Marie !

Nouveau chef d'établissement, nouvelle cuisine, nouvelles salles de restauration, nouveau projet numérique...

François Jourdain, ancien chef d'établissement de l'école Christ-Roi à Tours, succède à Isabelle Hallais à la tête de l'école primaire et maternelle.

Depuis quatorze mois, l'établissement a complètement repensé et aménagé une nouvelle cuisine ainsi que trois nouvelles salles de restauration. Les élèves déjeunent dans d'excellentes conditions : les salles ont été insonorisées, elles sont spacieuses et lumineuses.

Valentin (4^{ème}) : "Madame, c'est comme dans un restaurant quatre étoiles !"

Enfin, un projet numérique se développe en 5^{ème} et 4^{ème}. Il vise à permettre aux élèves d'acquérir les compétences numériques dans des situations réelles d'apprentissage. Pour cela, les élèves sont équipés de Chromebooks, ordinateurs sous licence ChromeOs. Ils les utilisent dans différentes matières.

Dès la prochaine rentrée, découverte des langues en 6^{ème}. Tous les élèves découvriront l'allemand, l'espagnol et le latin sur des périodes de 10 semaines. En 5^{ème}, l'élève pourra ainsi choisir sa seconde langue et/



ou le latin (optionnel) de façon plus éclairée. Des coffres à téléphone ont été installés pour les collégiens afin de préserver le droit à l'image de chacun.

Et d'autres projets encore en préparation...

Un nouveau bâtiment pour l'école maternelle et primaire est en cours de construction. Il permettra d'accueillir, à la prochaine rentrée, l'ensemble des

élèves sur un même site.

Sans oublier les projets existants à l'école comme au collège :

- Sainte Mary's School
- Classe olympique
- 6th grade en 6^{ème}
- Classe Cambridge LCE
- Classe Sciences +
- Classe CHA (horaires aménagés) pour les sportifs
- Grec et latin

Les élèves portent tous un uniforme.

Les inscriptions sont d'ores et déjà lancées : prenez rendez-vous dès que possible pour avoir du choix dans les options proposées.

Rencontrons-nous lors des portes ouvertes du samedi 12 mars de 9h à 13h ou sur rendez-vous en appelant le 02 54 78 20 20.





les postes de travail aux personnes handicapées. Océane Danche, qui est aussi la responsable de ce projet, travaille en collaboration avec l'Établissement et Service d'Aide par le Travail (ESAT) Jean Muriel de Lunay (41). Les membres de l'ESAT travaillent souvent pendant une courte durée, une semaine par exemple, au sein de Gétinge. L'ESAT forme aussi le personnel de Gétinge sur la question du handicap au tra-

vail. Deux autres personnes en situation de handicap seront accompagnées par Gétinge pendant une journée au mois de décembre. Elles travailleront au service expédition et seront chargées de mettre en colis les produits fabriqués. « Notre entreprise est prête à renouveler sa participation au Duo Day l'année prochaine. Nous sommes sur cette voie avec l'ESAT car nous allons signer un contrat de partenariat au

mois de janvier prochain. À long terme, l'objectif est de proposer un ou plusieurs CDI à des personnes

en situation de handicap » affirme Océane Danche.

M.Y.

Le Duo Day dans la région Centre-Val-de-Loire

La quatrième édition du Duo Day a eu lieu le 18 novembre dernier au cours de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH). Au total, dans les trois départements que sont le Loiret, le Loir-et-Cher et l'Indre-et-Loire, 234 employeurs ont proposé 863 offres de duos pour cette journée. 790 personnes en situation de handicap s'étaient inscrites au préalable sur le site internet de Duo Day. 431 duos se sont formés et se sont réunis le jour J.

“ J'ai appris plein de choses pendant cette journée et les missions proposées sont très différentes ”

Axel Pierrot

L'ESAT Clair logis propose une restauration responsable

À Oucques, l'ESAT Clair logis développe, en plus de son activité traditionnelle de cuisine centrale, un service de préparation de plateaux-repas et une activité de traiteur en privilégiant les produits bio, les circuits courts et les matériaux recyclables.

Etablissement intégré à l'APIRJSO La Couronnerie, l'ESAT Clair Logis, à Oucques (Loir-et-Cher) est équipée depuis 2017 d'une cuisine centrale professionnelle. Les 60 travailleurs en situation de handicap y apprennent et mettent en œuvre les techniques de la restauration sous toutes ses formes, pour préparer des plateaux-repas proposés aux entreprises ou aux associations comme l'ADMR (Aide à domicile en milieu rural). La cuisine centrale développe également une activité de traiteur en fournissant les verrines, mises en bouche et petits fours qui font le succès des cocktails et buffets mais aussi des cafés d'accueil ou des brunchs. « Le service est assuré par nos collaborateurs accompagnés par des moniteurs, précise Nicolas Cavard, le directeur de l'ESAT et des établissements du Clair logis. Pour les personnes en situation de handicap, ce sont autant d'occasions qui favorisent l'inclusion en milieu professionnel ordinaire. »

Emballages recyclables ou compostables

Depuis l'installation de la nouvelle cuisine, qui a nécessité un investissement de 1,5 M€, l'ESAT a progres-



sivement acquis une autonomie complète dans l'activité de restauration, auparavant confiée à un prestataire. « Nous privilégions désormais les produits bio et les

approvisionnement en circuit court, ajoute Nicolas Cavard. Nous avons aussi mise en place une démarche éco-responsable en intégrant davantage d'emballages

recyclables ou compostables. » La production actuelle de la cuisine centrale pourrait facilement monter en puissance du fait de sa capacité potentielle de 1 300 repas par jour. « Toutefois, nous n'avons pas un objectif de nombre ou de chiffre d'affaires, précise Nicolas Cavard. Notre finalité réside avant tout dans l'inclusion dans la société des personnes en situation de handicap. »

Outre la cuisine centrale, l'ESAT Clair logis gère également un foyer d'hébergement, et foyer de vie et un foyer d'accueil médicalisé, ainsi qu'un service d'accompagnement à la vie sociale.



Spécialités gourmandes

Crème brûlée au foie gras, macarons salés, noix de Saint-Jacques snackée, tarte fine de légumes marinés, émincé de volaille à la Thai, sont quelques-unes des spécialités gourmandes, parmi bien d'autres, figurant sur la carte du service traiteur de l'ESAT. La plaquette est disponible sur le site : <https://apirjso-couronnerie.fr/etablisements/esat-clair-logis/>

Avantages fiscaux

Précision utile : les prestations confiées à un ESAT peuvent donner lieu à des réductions fiscales pour les particuliers, et être prises en compte, pour les entreprises, dans le cadre de l'Obligation d'Emploi des Travailleurs Handicapés.

ESAT Clair Logis, rue de Janville
41290 Oucques La Nouvelle
Téléphone : 02 54 72 38 37
accueil.clairlogis@apirjso.fr



Maison d'hôtes en chantier participatif à Monthou-sur-Cher

C'est à Monthou-sur-Cher, dans le Loir-et-Cher, qu'a décidé de s'installer Renaud Laplanche. Son objectif était de transformer la maison qu'il a achetée il y a cinq ans en maison d'hôtes. Son nom : Art D'Éco Logis. À travers ce jeu de mots, le cinquantenaire allie une démarche écologique au style art déco de la maison.

Originaire de la région parisienne, Renaud Laplanche s'installe définitivement dans sa nouvelle maison il y a deux ans et demi, après avoir réalisé des travaux nécessaires pour pouvoir y habiter. « Cette maison d'hôtes est un long projet de vie. Je sais que je passerai ma retraite ici » affirme le propriétaire. Ce dernier travaillait auparavant dans le secteur de l'hébergement social. Ouvrir une maison d'hôtes apparaissait comme une évidence pour celui qui accorde une importance particulière aux relations sociales et au contact humain. « Ma maison d'hôtes est à la fois un hébergement social et commercial. Tout le monde peut venir chez moi » affirme Renaud Laplanche.



Renaud Laplanche, propriétaire de la maison d'hôtes Art d'Éco Logis.

on retrouve un ancien four à pain. La deuxième est une ancienne bergerie. Deux autres caves sont actuellement en chantier. L'ancienne écurie sera utilisée comme garage à vélos. La deuxième cave sera transformée en deuxième salle de bain ou bien en espace cocooning. Depuis leur ouverture en juillet dernier, 200 personnes ont séjourné dans les chambres d'hôtes. « Les gens viennent de partout en France » affirme Renaud Laplanche. Avant de s'installer, le propriétaire a fait une étude de marché. Il s'est rendu compte que la demande était très forte dans les environs. « 90% de ma clientèle séjourne ici pour visiter le Zoo de Beauval situé à treize kilomètres. »

Une maison d'hôtes éco-responsable

Renaud Laplanche accorde une place importante à l'écologie dans son projet. « Je veux laisser une empreinte positive aux générations futures » affirme le propriétaire. Il réduit sa consommation d'électricité et évite le gaspillage de matières premières. Un compost et un jardin en permaculture ont été installés. Un potager sera prochainement mis en place. Une preuve de son engagement ? Lorsqu'un nid d'hirondelles s'installe dans l'une des chambres troglodytes, le propriétaire décide de créer une ouverture afin de laisser le nid accessible aux oiseaux. L'homme, qui enfant regardait des films dans les bars-restaurants, souhaite mettre en place un cinéma accessible à ses hôtes, mais aussi aux riverains. Actuellement, le cinéma peut accueillir 19 personnes en été. Renaud Laplanche souhaiterait à terme pouvoir accueillir jusqu'à trente personnes. Les spectateurs pourront soutenir la démarche en donnant « au chapeau » à la fin de la séance.

M.Y.



L'ADEME en Centre-Val de Loire accompagne le redémarrage de l'économie

Retour sur le bilan très satisfaisant de la première année (données à fin septembre) du volet écologique « Plan de Relance » en région Centre-Val de Loire.

Des moyens conséquents pour passer à l'action et concrétiser rapidement les ambitions dans les territoires avec le soutien de nombreux projets portés par les entreprises, les collectivités et les associations : via les appels à projets (AAP).

96 lauréats pour un montant 24,268 millions € d'aides.

Les thématiques concernées :



Exemple : les 6 dossiers décarbonation ont permis d'éviter 64 575 tonnes de CO₂/an soit les émissions totales annuelles d'environ 5 400 français (empreinte carbone d'un français = 11,9 tonnes/an).

Retrouvez les focus par département des dossiers aidés sur notre site internet régional ADEME : <https://centre.ademe.fr> dans la rubrique presse.

Vous avez des projets et vous souhaitez vous engager dans la transition écolo-

gique à l'échelle de votre territoire, laissez vous guider pas à pas, tout se trouve sur la plateforme ADEME AGIR pour la transition :

<https://agirpourlatransition.ademe.fr/>

Contact ADEME en Centre-Val de Loire :
David MAGNIER : 02 38 24 09 12 - david.magnier@ademe.fr

Attention travaux !

La particularité de cette maison d'hôtes est le chantier participatif qui y est associé. Les clients des chambres d'hôtes sont logés gratuitement s'ils participent aux travaux de la maison. Les voisins de Renaud Laplanche l'aident aussi. L'homme qui travaille actuellement en tant qu'intérimaire dans l'un des quatre restaurants du Zoo de Beauval utilise une partie de son revenu pour financer les travaux. « J'ai acheté la maison pour 90 000€. J'ai fait mes calculs. Réaliser les travaux moi-même me coûtera entre 30 et 40 000€. Si j'avais fait appel à des artisans, j'aurais dépensé au total plus de 100 000€. Le choix a été vite fait. » Parmi les trois chambres d'hôtes proposées, la première se situe dans la maison du propriétaire. Les deux autres chambres ont été aménagées dans des caves troglodytes. Dans la première, appelée « boulangerie »,





Du fourrage vert pour le Petit Trôo du Cheval blanc

Dans le cadre du plan de relance, Le Petit Trôo du Cheval blanc est pour l'heure le seul hôtel-restaurant de la région à avoir bénéficié d'une aide « Tremplin Tourisme durable » visant à « accélérer sa transition écologique ». Une subvention plus que bienvenue alors que l'établissement a été repris... quelques semaines seulement avant la pandémie.

Quand on rachète une activité d'hôtellerie-restauration touristique à quelques semaines d'une période de confinement historique – qui en retardera l'ouverture et compliquera ses premiers pas – toute aide est évidemment plus que bienvenue. Olivier Bourgeois, qui a repris fin 2019 avec son épouse l'hôtel-restaurant Le Petit Trôo du Cheval blanc, dans le village troglodytique du Nord du Loir-et-Cher, n'a donc pas hésité lorsque l'Agence de l'environnement et de la maîtrise d'énergie (Ademe) a ouvert le guichet du « Fonds Tourisme durable », dans le cadre du plan de relance. « À dire vrai, sans le soutien du groupe Logis Hôtels, auquel je suis affilié et qui est partenaire de l'Ademe, je ne me serais pas lancé dans la démarche. Je redoutais de me perdre – et de perdre mon temps – dans un nouveau dédale administratif. À l'usage, je dois pourtant avouer que les formalités n'étaient pas si compliquées, même si c'est parfois un peu pénible. Et pour achever de me convaincre, je me suis dit que les subventions seraient de toute façon attribuées. Alors autant en profiter plutôt qu'un autre », explique-t-il. Bien lui en a pris, puisque l'entrepreneur bénéficiera finalement d'une aide représentant peu ou prou la moitié de son investissement – qui dépasse les 40 000 € – avec une avance de 30 %.

Accélérer la transition écologique

Le dispositif vise à accélérer la transition écologique des restaurateurs et hébergeurs, principalement via la réduction des consommations : eau, énergie, déchets (emballages, gaspillage alimentaire...) ou encore transports, en favorisant les circuits courts. « Concrètement, les fonds m'ont permis d'investir dans une cellule de refroidissement. Un équipement indispensable si l'on veut du fait maison et travailler des produits frais en minimisant les déchets. À défaut d'une telle solution de conservation, le gaspillage est trop important – impossible de connaître à l'avance le nombre de clients à servir ! –, ce qui n'est ni économiquement, ni écologiquement tenable. Je vais également pouvoir bénéficier d'une formation aux éco-gestes et à la cuisine durable ou encore remplacer l'ensemble des WC dans les chambres de l'hôtel pour réduire la consommation d'eau. Au printemps prochain, je profiterai d'actions de communication, autre



élément appréciable du dispositif », détaille Olivier Bourgeois. Le programme prévoit en effet des outils de valorisation de la démarche afin de « favoriser l'engagement écologique comme un avantage concurrentiel ».

Conjoncture délicate

Une chose est sûre, assure le restaurateur : « Je n'aurais pas lancé 80 % des investissements entrepris sans ces subventions ». La conjoncture reste pour lui plus que délicate : « J'ai excellemment travaillé en restauration pendant l'été 2020, au point de compenser une activité d'hôtellerie qui est restée très modeste. Mais le coup de frein a été très fort dès septembre, avant d'enchaîner avec le nouveau confinement. Cette année, nous n'avons pu rouvrir qu'en mai et

nous n'avons pu travailler correctement que du 20 juillet au 20 août seulement », retrace-t-il. Pour expliquer cette atonie, le restaurateur évoque « d'abord, une météo défavorable. Trôo, c'est une visite à la journée. Notre clientèle potentielle, c'est celle qui est à une heure du village : Tours, Blois, Le Mans... S'il ne fait pas beau, elle ne part pas en balade ». Autre raison invoquée, « la peur ». « Après le premier confinement, c'était l'euphorie », se souvient Olivier Bourgeois. Mais cet été, c'était plutôt la torpeur. L'entrepreneur ne saurait dire si ces craintes sont davantage liées à la santé ou au pouvoir d'achat, mais « le pass sanitaire n'aide pas. On n'a revu des grandes tables qu'en toute fin de saison », relève-t-il. L'établissement vient de fermer ses portes pour travaux – il va bien falloir les installer, ces nouveaux équipements ! Reste à espérer qu'il se réveillera sous un ciel plus clément.

F.F



L'Ademe attribue près de 25 millions d'aides en région Centre

Dans un communiqué de presse, Mohamed Amjahdi, directeur régional de l'Ademe Centre Val-de-Loire, se félicite d'avoir « soutenu 96 dossiers pour un total cumulé de 24,268 millions d'euros » au 28 septembre dernier (12 dossiers en Loir-et-Cher, pour des aides cumulées de 343 000 euros).

On relèvera que si ledit communiqué n'évoque pas le montant total des investissements prévus par les porteurs de ces 96 dossiers – soit plus de 117,540 millions d'euros tout de même –, le tableau l'accompagnant, qui détaille ligne par ligne chacun des dossiers, ne mentionne lui que le coût total de chaque projet sollicitant une subvention, sans faire nulle mention du montant de la subvention qui lui a finalement été accordée. Le lecteur distrait pourrait donc aisément prendre le coût total du projet pour le montant de l'aide attribuée...



Prix Territoria 2021 : les collectivités imaginent des solutions socialement innovantes

Réuni sous la présidence de Jacqueline Gourault, ministre de la Cohésion des territoires et des Relations avec les collectivités territoriales, le jury du prix Territoria 2021 a distingué 53 collectivités en décernant 20 Territoria Or, 17 Territoria Argent et 16 Territoria Bronze. Les Conseils départementaux d'Indre-et-Loire, du Loiret et la ville de Lamotte-Beuvron ont été distingués.

L'Observatoire national de l'Innovation publique organise depuis 1986 le prix Territoria pour valoriser les innovations de terrain des collectivités territoriales.

Quelque 800 initiatives ont été récompensées en 35 ans.

Au fil des années, nombre de ces innovations sont devenues des pratiques courantes, certaines se sont même imposées comme des évidences. Les responsables territoriaux en quête d'innovations et de bonnes pratiques peuvent y puiser de nouvelles pistes de progrès et découvrir les mécanismes de l'innovation publique locale.

53 initiatives innovantes récompensées

Pour le prix 2021, ce sont près de 130 candidatures qui ont été enregistrées et les comités d'experts ont sélectionné 55 initiatives innovantes dans 19 domaines qui ont été soumises aux votes des jurés. 53 actions ont finalement été retenues et classées.

Les initiatives des lauréats ont été sélectionnées au regard de trois critères : l'innovation ; l'aptitude à être reprises par d'autres collectivités ; la bonne utilisation des deniers publics. En cette deuxième année de pandémie, le lien social, les services aux personnes et la communication étaient au cœur des candidatures. La gestion des ressources humaines et l'évolution du travail, l'engagement pour l'insertion, l'accessibilité, la qualité de vie, la mobilité, l'environnement et l'intelligence artificielle restent aussi des sujets forts de cette année 2021. Enfin, l'alliance des territoires et la recherche de partenariats restent au centre des préoccupations des collectivités qui font appel à l'écosystème pour trouver des solutions plus agiles et moins coûteuses.

Les lauréats en région Centre-Val de Loire :

Transition énergétique
Territoria Or : Ville de Lamotte-Beuvron pour la méthanisation territoriale

Aménagement de l'espace public - Urbanisme
Territoria Or : Conseil départemental d'Indre-et-Loire pour la modélisation de la co-construction des espaces de vie des collégiens

Mobilités
Territoria Bronze : Conseil départemental du Loiret pour Tous à vélo !



Projet Méthanisation 2021.

Les déchets utilisés comme source d'énergie

À Lamotte-Beuvron, grâce à un projet porté par la société coopérative d'intérêt collectif Sologne Agri Méthanisation, les effluents de la Fédération française d'équitation, de la ville de Lamotte-Beuvron et de dix exploitations agricoles locales sont collectés. Les quelque 24 000 tonnes de déchets organiques (effluents d'élevages, fumiers équin et boues de la station d'épuration voisine) récupérées sont transformées en biométhane. Les agriculteurs peuvent épandre le digestat dans leurs champs pour les fertiliser. L'unité de 200 Nm³/s fournit en biogaz l'équivalent de 2 800 logements et devrait, à terme, rendre la commune solognote autonome en gaz. « Nous devons continuer dans ce sens et accompagner la modernisation de l'exploitation de ce bel outil, pour qu'il soit totalement accepté et absorbé par la population, car il nous ouvre régionalement de nouveaux horizons modernes d'économie circulaire, pour lesquels nous restons très peu à être actifs pour l'instant dans le modèle collectivité parte-

riat public privé », commente le maire de la commune, Pascal Bioulac.

Département du Loiret : essayer le vélo et l'adopter !

En mai dernier, le Conseil départemental du Loiret a voulu que les Loirétains « profitent du mois de mai pour (re)découvrir les bienfaits du vélo et l'adopter... pour la vie ». Il a ainsi lancé une grande campagne de promotion de l'usage du vélo. Au programme : des ateliers de réparation et de marquage des vélos ; participation au challenge géo-vélo ; partenariat de La République du Centre pour la publication d'un guide vélo dans le Loiret ; vidéos sur la Scandibérique réalisées par un YouTubeur loirétain ; jeux-concours liés au vélo sur les réseaux sociaux du Département ; exposition de dix vélos de la marque Helyett, fabriqués dans le Loiret entre 1919 et 1962, avec présentation d'une bicyclette Helyett similaire à celle avec laquelle Jacques Anquetil a gagné de nombreuses courses... Sans oublier la course cycliste Le Tour du Loiret !

Département d'Indre-et-Loire : co-construire avec les collégiens les espaces dans leurs établissements

Pour prendre en compte la parole du collégien sur ses besoins et adapter le bâti aux usages, le Département d'Indre-et-Loire a souhaité co-construire les espaces (cour et préau, sanitaires, CDI, permanence, réfectoire, FabLab, salles de classe) avec les usagers du collège : collégiens ; enseignants ; parents ; agents ; équipe éducative et de direction avec le soutien de spécialistes des sciences de l'éducation.

« Vingt-trois établissements sont ou ont été accompagnés pour la restructuration de leurs espaces. 15 000 collégiens sont ou ont été concernés, explique-t-on au Conseil départemental. La méthodologie de co-construction s'est diffusée à l'ensemble des projets de transformation des locaux de la collectivité (réaménagement des bureaux, des espaces de vie collectifs...) avant de s'emparer de la construction des projets de services et des politiques locales. »



Imprimerie et industrie graphique : faire face aux profondes mutations du secteur

Après une année blanche sans avoir pu se réunir, les imprimeurs de la région Centre-Val de Loire étaient heureux de se rencontrer à nouveau et ont répondu présent, à l'appel de l'UNIIC, l'Union Nationale des Industries de l'Impression et de la Communication, première organisation professionnelle du secteur, et de son président régional Sébastien Lemaire (COGEPRINT).

L'Assemblée Générale de l'UNIIC Centre s'est tenue début novembre à Amboise. En introduction, Sébastien Lemaire a rappelé les différents enjeux de la filière et les profondes mutations du métier, induites non seulement par la crise sanitaire, mais aussi par un changement dans les habitudes de consommation des Français et donc des annonceurs. Malmené depuis plusieurs années, en raison de son bilan carbone, le secteur de l'imprimerie souffre d'une image dégradée. Pourtant, rappellent Sébastien Lemaire et Bernard Trichot, directeur de l'IDEP*, une majorité d'imprimeurs, depuis le début des années 2000, s'est engagée vers une activité plus responsable vis-à-vis de l'environnement. Ainsi, le secteur de l'imprimerie, qui emploie plus de 40 000 personnes en France, a entrepris de gros efforts pour moderniser son outil de production et ses processus de fabrication tout en minimisant ses impacts sur l'environnement. En témoigne, un nouveau label RSE dédié au secteur, « Print Ethic », élaboré avec l'appui de l'AFNOR qui va encore plus loin que le célèbre « Imprim'Vert » et vient sanctionner la politique environnementale mais aussi sociétale des imprimeries et entreprises labellisées. Pour pouvoir y prétendre, les aspirants au label doivent travailler autour de 12 enjeux prioritaires. Parmi eux, la réduction de l'impact environnemental de la production, l'intégration d'une culture de l'innovation dans les produits et services ou encore un investissement dans les compétences des salariés, élément-clé de compétitivité, d'attractivité et de sécurisation des parcours professionnels.

Représenter et défendre la profession

Reconduit pour 3 ans, le bureau, toujours présidé par Sébastien Lemaire, confirme son engagement au service de ses adhérents : « Nous serons totalement impliqués à représenter et à défendre la profession. Et il y a de vraies lueurs d'espoir ». En effet, les dépenses en communication depuis la reprise ont augmenté de 15%. « On peut résolument penser que cela profitera au secteur de l'imprimerie. Les annonceurs reviennent à des médias plus traditionnels pour leur communication, médias qui leur apportent un meilleur taux de retour », souligne Sébastien Lemaire. Autre signal positif, donné par exemple, les magasins U, géant de la grande distribution, a rapatrié en France l'impression de ses tracts, qu'il imprimait depuis plusieurs



Sébastien Lemaire, président régional de l'Union Nationale des Industries de l'Impression et de la Communication (l'UNIIC).

années en Italie. L'UNIIC portera également ce sujet de la relocalisation de son industrie au niveau national.

La résilience, ou comment transformer une épreuve en opportunité

Invité d'honneur, le comédien et conférencier Gérard Lefort est venu témoigner de son expérience de vie, par le biais notamment d'un sketch hilarant qui inverse les rôles entre personnes en situation de handicap et personnes valides en entreprise. Devenu paraplégique après un accident de moto, Gérard Lefort a livré un message saisissant sur la manière dont il a su transformer ce traumatisme en opportunité. « Rapidement, j'ai voulu donner un sens positif à ce qui m'arrivait. Ma solution pour accepter les choses, ça a été de leur donner un sens et d'accepter tout de suite ce qui est irréversible. Il faut faire le bilan de ce qu'il nous reste et pas de ce qu'on a perdu. Moi il me restait la vie, et j'ai saisi cette opportunité pour la vivre à 100%. Je suis devenu comédien, j'ai joué un One Man Show à Avignon, j'ai participé à des conférences de l'ONU sur l'inclusion... Je n'aurais jamais fait tout ça sans cet accident. » Assumant le parallèle avec les difficultés rencontrées dans le monde de l'entreprise, Gérard Lefort livre un précieux conseil « D'abord, pas besoin de se faire un deuxième ulcère à l'estomac, acceptez ce que vous ne pouvez pas changer. Et puis, faites des ponts, ou-



Le comédien et conférencier Gérard Lefort.

vez votre champ des possibles. Osez voir l'opportunité ! »

www.uniic.org
www.gerard-lefort.com

* Institut de développement et d'expertise du plurimédia

La Branche Imprimerie / Sérigraphie / Routage c'est

- 3 200 établissements au niveau national,
- 43 500 salariés.

Au niveau régional :

- 121 entreprises
- 2176 employés

Le 1^{er} imprimeur de France est implanté en Centre-Val de Loire : MAURY Imprimeur qui compte six usines pour 900 salariés et 128 millions d'euros de CA /an.

uniic
CENTRE

Solidarité oblige, depuis le début de cette crise sanitaire l'UNIIC s'est mobilisée avec ses délégations en région pour venir en aide à ses adhérents mais aussi à toute la profession.

Et en 2022 nous continuerons à remplir nos missions : alors vous aussi **rejoignez la première organisation patronale** présidée depuis plus de 125 ans par de véritables patrons, chefs d'entreprises de toutes tailles mais véritables dirigeants en phase avec leurs confrères adhérents, seule organisation représentative de vos métiers à pouvoir relayer votre parole et engager la profession en signant des accords de branche.

N'avancez plus seuls, soyez uniic !

→ Contactez-nous :

www.uniic.org - contact@uniic.org

68, Boulevard Saint-Marcel – 75005 PARIS

Tél. : 01 44 08 64 46



Véronique Debelvalet, nouvelle directrice d'EDF Commerce Grand Centre

Véronique Debelvalet est depuis le 1^{er} septembre la nouvelle directrice d'EDF Commerce Centre-Val de Loire, Poitou-Charentes et Limousin. Particulièrement attachée au territoire, à l'innovation dans le domaine de l'écologie et à l'idée de pouvoir atteindre un jour une neutralité carbone, elle a déjà de beaux projets en tête.

« Dans un contexte de reprise économique et face aux enjeux climatiques auxquels le monde entier est confronté, il est plus que jamais essentiel que l'on réponde présent, que l'on soit au plus proche de nos consommateurs, à leurs côtés, afin de les conseiller, les accompagner dans leur transition énergétique. Les Entreprises, Collectivités et Professionnels peuvent

s'appuyer sur nous dans la mise en œuvre de solutions innovantes leur permettant de se rapprocher ou d'atteindre une neutralité carbone. J'ai hâte d'aller à leur rencontre pour échanger avec eux sur leur vision de demain, mais également sur le construire ensemble ! » Tels ont donc été les premiers mots de Véronique Debelvalet en tant que nouvelle directrice d'EDF Grand

Centre. Le cap est donné : accompagner les entreprises et les clients dans la décarbonation des usages sera l'une de ses priorités. « L'énergie va être durablement chère, il faut financer cette transition énergétique qui est devant nous. Il faut absolument promouvoir l'électricité comme énergie d'avenir et faire en sorte d'électrifier un maximum les usages », explique-t-elle. Pour

cela, Véronique Debelvalet a déjà quelques idées en tête : promouvoir la mobilité électrique, par exemple, ou l'auto-consommation pour certains industriels. Et surtout, dit-elle, « voir avec nos clients comment ils peuvent mieux utiliser l'énergie qu'ils consomment ».

“ Il est plus que jamais essentiel que l'on réponde présent, que l'on soit au plus proche de nos consommateurs ”

Véronique Debelvalet

Tout savoir sur le raccordement des bornes de recharge pour véhicules électriques dans les résidences collectives

En France, plus de 194 730 véhicules électriques (VE) et véhicules hybrides rechargeables (VHR) ont été mis en circulation en 2020. Il s'agit d'une augmentation de plus de 180 % par rapport à 2019. Nous comptons actuellement 504 354 VE et VHR, ainsi que 31 206 points de recharges en France en février 2021. Alors est-il possible de raccorder son véhicule électrique dans une résidence collective ? Enedis, gestionnaire du réseau public de distribution d'électricité et en charge notamment du raccordement des infrastructures de recharge pour véhicules électriques (IRVE) au réseau électrique vous en dit plus ...

Enedis s'engage aujourd'hui et dans l'avenir dans la mobilité électrique, afin d'assurer notre futur et permettre ainsi une mobilité durable. Enedis se projette sur le long terme et a calculé des scénarios pour l'année

2035. Il en découle une flotte de 420 044 véhicules électriques et véhicules hybrides rechargeables en 2035 pour la région Centre-Val de Loire. Afin de faire face à cette hausse de VE et de VHR, il est nécessaire d'installer des infrastructures de recharge pour les véhicules électriques. Ainsi avec une hypothèse moyenne d'augmentation de 7,5 % des points de recharge tous les 5 ans, Enedis a projeté un nombre de 46 590 points de charge en résidentiel collectif en 2035.

« Droit à la prise » en résidentiel collectif

Le syndicat des copropriétaires ne

peut s'opposer sans motif sérieux et légitime

à l'équipement par un locataire et à ses frais d'emplacements de stationnement en IRVE.

À ce niveau deux démarches sont possibles :

- la démarche individuelle : la copropriété ne peut s'opposer à l'installation d'une borne de recharge, sauf cas exceptionnel ;
- la démarche collective la copropriété décide de prendre en charge le raccordement pour l'ensemble des copropriétaires.

Trois solutions pour le raccordement de bornes de recharge

Dans le choix d'une démarche collective, il existe trois solutions techniques pour raccorder les bornes de recharge.

La première consiste à raccorder les bornes à partir du compteur des services généraux. Les consommations d'électricité sont déduites

des charges collectives et réparties entre les utilisateurs par le syndic. Cette solution peu évolutive sera limitée par la puissance souscrite pour les services généraux.

La seconde solution est le compteur dédié pour les bornes de recharge. Ainsi, selon les offres des opérateurs, l'utilisateur souscrit un abonnement mensuel qui peut forfaitiser ou non ses consommations d'électricité. Cela permet de séparer la recharge des véhicules électriques des autres usages.

Enfin, la « colonne horizontale » est l'installation par Enedis d'un réseau public de distribution d'électricité dans le parking. Chaque utilisateur souscrit un abonnement pour raccorder sa borne. L'utilisateur pilote individuellement sa recharge et achète directement l'électricité qu'il consomme auprès du fournisseur de son choix.

L'avantage est que la colonne horizontale fait partie de la concession

publique, sans coût d'exploitation pour la copropriété.

Contexte réglementaire

Début 2021, les constructeurs s'exposent à des amendes de 95 € par gramme de CO₂ excédant la limite de 95g CO₂/km* par véhicule vendu (émissions moyennes des voitures achetées en 2020). La fin des ventes de voitures à énergie fossile carbonée est actée pour 2035. En France, il est obligatoire de renouveler les véhicules à faible émission pour les flottes publiques de plus de 20 véhicules.

Plus d'informations sur [enedis.fr](https://www.enedis.fr)

ENEDIS



Forte de vingt ans d'expérience au sein du groupe EDF, elle succède à ce poste à Frédéric Sarrazin

Diplômée de l'École Supérieure de Commerce de Clermont-Ferrand en 1996, puis d'un Master of Sciences de l'université de Swansea au Pays de Galles, celle qui remplace Frédéric Sarrazin, parti en région Rhône-Alpes, a intégré le groupe EDF en 2000 après avoir travaillé durant plusieurs années pour le groupe agro-alimentaire américain MARS. « J'ai fait le choix d'entrer à EDF parce que les valeurs de l'entreprise me convenaient bien, notamment en ce qu'elle investit beaucoup dans ses salariés », raconte-t-elle.

Chez EDF, Véronique Debelvalet a occupé différentes fonctions, principalement dans la direction commerciale. « J'ai accompagné l'entreprise dans le cadre de l'ouverture des marchés, j'ai occupé les fonctions de responsable des ventes, responsable des services clients, etc... », commente cette dernière.



Véronique Debelvalet, nouvelle directrice d'EDF Grand Centre.

Puis, au fil des années, le leader de l'énergie en France détecte chez elle un fort potentiel dirigeant et se met à investir dans sa formation. Partante, Véronique Debelvalet reprend en 2010 ses études internationales et obtient deux ans plus tard le TRIUM Exécutive MBA, diplôme délivré conjointement par trois institutions réputées mondialement : HEC Paris, New York University Stern School of Business et London School of Economics and Political Science. « J'ai travaillé avec des professeurs de pointe mondiale et c'était hyper intéressant ; et puis j'ai adoré reprendre mes études alors que j'avais déjà accumulé un peu de bagage. »

Avant de rejoindre Tours à la rentrée dernière, elle siégeait au sein du dispositif de gestion de crise EDF et occupait le rôle de chargée de mission auprès du Directeur Exécutif Groupe responsable du pôle Clients, Service et Territoires.

Y.G



Centre-Val de Loire
VRAI PAR NATURE

**CENTRE-VAL DE LOIRE,
LA MARQUE DE NOS PAYSAGES,
LA GARANTIE DE NOS SAVOIR-FAIRE**

Avec © du Centre,
les producteurs, artisans et
entreprises de l'agroalimentaire
de Centre-Val de Loire s'engagent.



Des produits et des
ingrédients **issus de**
l'**agriculture régionale**



Des produits
transformés
en région



Des processus de production
et de distribution **respectueux**
de l'**environnement**



Plus qu'une Région, une chance

www.centre-valde Loire.fr

devup
Centre-Val de Loire
Innovation et développement des entreprises

Région
Centre-Val de Loire



Commerce, entre digital et sociétal



La digitalisation était en marche depuis quelques années déjà, et la crise sanitaire n'a fait que l'accélérer. Le commerce n'a pas échappé à cette tendance, et c'est sans doute l'un des effets les plus visibles et durables dans notre vie quotidienne. Le click'n'collect est désormais une évidence, et avec lui aussi les marketplaces, les livraisons à domicile et autres box. Pour les bijoux, les fringues et la cosmétique, les influenceurs sont au coin du site, et vous rappellent combien il est indispensable d'acheter ce qui ne l'est pas toujours.

Dossier réalisé par Stéphane de Laage



Si Internet est le levier le plus efficace de la transition du commerce, d'autres tendances, plus sociétales celles-là, influencent aussi notre mode de consommation. Le commerce à la ferme répond ainsi à une envie de proximité, les boutiques éphémères permettent aux plus fragiles et aux débutants un contact avec leur public, et le com-

merce coopératif concorde avec un besoin d'authenticité.

Ce mouvement de fond tord même le bras à la grande distribution qui multiplie les rayons bio et « de proximité ». La bataille du référencement est ainsi engagée, sur le Net et dans la rue, pour que chacun trouve sa place sur le marché de notre petite planète. Tandis que les centres-villes

déploient leurs armées de managers de commerce, les chambres consulaires accompagnent leurs ressortissants à grand renfort de coaching digital.

Avec tout cela, consommerons-nous mieux ? Pas sûr, tant les GAFAM nous observent et nous incitent à acheter plus. Pas toujours mieux, mais qu'importe puisqu'on peut

toujours revendre sur LeBonCoin ou à défaut sur sa propre boutique de e-commerce.

Une chose est sûre, le commerce responsable est en opposition frontale au e-commerce, même si l'un et l'autre se fondent bien malgré eux, pour ne faire qu'un vaste marché.



Marketplace, le centre commercial digital

La marketplace fait son chemin depuis quelques années déjà, mais comme tout ce qui est digital, elle a pris un essor phénoménal ces derniers mois.

Comme son nom l'indique, il s'agit d'une place de marché...virtuelle. Une sorte de centre commercial, avec des boutiques diverses, dans lesquelles on achète tout avec un seul et même caddy, et une seule caisse à la sortie.

Ainsi, dans une Marketplace, vous faites vos courses alimentaires, vous achetez vos vêtements, mais aussi les produits bruns et blancs pour la maison. Cette globalité n'est bien sûr possible que sur le Net, par la magie de la dématérialisation.

La CCI de Touraine n'a pas attendu la pandémie pour se pencher sur la question. Elle est en phase de concrétisation de sa Marketplace qu'elle construit depuis bientôt deux ans. « L'idée, résume le président de la CCI, Philippe Roussy, est de donner aux commerçants plus de visibilité, et de construire avec eux un outil de développement qui réponde à la demande des consommateurs ». Et



Philippe Roussy, président de la CCI de Touraine.

c'est Danièle Julien, référente commerce de la CCI, qui s'y est attelé : « Idéalement, les commerçants adhérents verront leurs produits vendus

sur ce marché digital, détaille-t-elle. C'est une prolongation de leurs sites internet, de leurs pages Facebook ou Instagram ». Tous les commerçants tourangeaux sont concernés.

Pour créer cet outil, la CCI a fait appel à l'agence angevine Wishibam. Un travail de précision qui doit permettre, entre autres fonctionnalités, de « faire glisser » les références des commerçants déjà en ligne, sans avoir à les ressaisir. « C'est essentiel, poursuit Danièle Julien, car il faut convaincre les commerçants, et ne surtout pas les décourager par un surcroît de travail ». Pour faire adhérer les commerçants, il faut d'abord démontrer l'intérêt. Pour cela, deux nouveaux opérateurs vont les démarcher dans les prochaines semaines. Il faut ensuite, des conditions d'adhésion attractives. Une première année gratuite, la suivante à demi-tarif, pour progressivement arriver à une cotisation mensuelle de 30€. Viendra l'incontournable campagne de communication, plan média et internet, pour faire connaître ce nouvel espace digital.

L'opération a donc un coût, environ 750 000€ sur trois ans, aidée et encouragée par l'État, les collectivités et les institutions*. « Oui, c'est un investissement, convient Philippe Roussy, mais qui doit fédérer les acteurs du commerce et les parties prenantes. C'est un outil formidable pour structurer le territoire ». Ainsi va le commerce collectif, qui fait cause commune en un seul et même lieu. La Marketplace de la Touraine, dont le nom et le logo doivent être dévoilés ces prochains jours, devrait être opérationnelle au printemps 2022.

* Les financements sont partagés par : la Banque des territoires (Etat), la CCI Touraine, la Métropole tourangelle, la ville de Tours, Chinon Val de Vienne, Vallée de l'Indre, Touraine Est Vallée, Touraine Ouest Val de Loire, la chambre d'agriculture, la fédération des associations d'commerçants.

Voguer de canal en canal

Julie met les dernières touches à la boutique qu'elle vient d'ouvrir à Nantes. C'est la quatrième cette année, bientôt cinq avec celle à venir au cœur de Lyon. Nuoo, la marque de cosmétique bio, vient de fêter son sixième anniversaire et le développement est impressionnant. Sans doute grâce au concept multicanal que la jeune équipe a très vite adopté. Il y a six ans, dans un deux-pièces du vieil Orléans, Julie Richard, Jérôme Richard et Gwenaëlle Gonzales créaient ensemble Nuoo. Une entreprise qui allait vendre des produits cosmétiques, exclusivement bio, sur le principe de la box mensuelle personnalisée. À ces envois hyper ciblés et qualifiés, s'ajoutait une boutique, d'abord éphémère, aujourd'hui permanente. Le succès est très vite au rendez-vous. Les produits analysés, testés et validés, font merveille auprès d'une cyber clientèle plutôt jeune. Avec le recul, l'entreprise doit aussi sa réussite aux choix stratégiques qu'ont fait les trois associés. « Dès le départ, on a été multi canal, explique Julie. Aujourd'hui, on poursuit le développement des boutiques physiques et du e-commerce, dont on s'aperçoit qu'ils sont indissociables l'un de l'autre ». Au point que l'implantation des cinq boutiques n'est évidemment pas due au hasard. Orléans, Clermont-Ferrand, Angers, Nantes et Lyon répondent aux critères de



Julie Richard, Jérôme Richard et Gwenaëlle Gonzales

sélection des clients sur le Net. « On a des données d'une incroyable richesse, poursuit Julie. À commencer par la localisation de nos clients ». Et contrairement à ce que l'on pourrait imaginer, les boutiques sont implantées précisément, là où se trouvent les cyber consommateurs. Nuoo joue la carte de l'imbrication des deux types de commerce. « 50% de nos consommateurs passent dans la boutique de leur ville ». Et inversement, les

boutiques sont un formidable canal d'agrandissement de la vente digitale. Les gens testent en boutique, connaissent puis achètent sur le Net ; la boucle est ainsi bouclée. « au point, conclut Julie, que notre chiffre d'affaires augmente deux fois plus vite dans les villes où nous avons une boutique ».

« Les yeux fermés »

En cosmétique, 60% des achats se

font en boutique. C'est pourtant sur le e-commerce que la petite équipe avait mis à l'époque. En parallèle des grandes enseignes, la Box Nuoo a joué son rôle : faire découvrir des produits, le plus souvent créés par de petites marques de niche, et apprendre les rituels beauté. « On est des dénicheurs, s'amuse Julie. 75% de nos références sont françaises ». Des marques auxquelles le trio applique une charte drastique de sélection, pour que le client achète en confiance, presque les yeux fermés : neutralité des ingrédients, impact écologique, pas de test sur les animaux...Répondre aux attentes du moment et jouer la carte de la confiance sont aussi le pari gagnant du commerce. Nuoo compte aujourd'hui 3.000 références dans 160 marques, réalise un chiffre d'affaires de 5M€ et emploie 30 salariés. Une réussite évidente que Julie, Jérôme et Gwenaëlle n'envisagent pas d'arrêter en si bon chemin. « On espère une vingtaine de boutiques d'ici trois ans. L'idée est de nous concentrer sur le conseil client, la création d'une relation de proximité, et même le conseil en ligne ou en visio par notre expert ». En résumé : mettre de l'humain dans le digital ! www.nuoo.com



La Gabare, le supermarché coopératif qui appartient à ses clients

Quand faire ses courses devient un acte citoyen, on peut dire que le commerce est un outil du militantisme. Les presque 1 500 coopérateurs de la Gabare en sont l'exemple.

Ils ont délibérément choisi ce magasin d'Olivet, et en sont de plus les actionnaires et les acteurs. Pour avoir accès à ce magasin, il faut en effet être coopérateur, autrement dit « actionnaire ». Le ticket d'entrée est de dix actions à 10€ l'unité. Ce n'est pas le bout du monde, mais cela marque son engagement pour la cause. Une cause coopérative qui privilégie le bien vivre ensemble, le choix des produits locaux, et l'attention que l'on porte à la planète. Cet « actionnariat » n'est pas pour autant un laissez-passer. Il vous engage en plus à prendre part à la vie de la boutique, à raison de 3 heures par mois. Là non plus, ce n'est pas le bout du monde, mais à bien y regarder, ce n'est pas une sinécure. Trois heures de bénévolat pour prendre part aux décisions politiques de l'entreprise (c'est une SAS), participer aux différentes commissions (achat, sélection des produits, gestion des rayons...), et gérer le quotidien dans les rayons. Philippe est responsable de la commission « Boissons », « Rien que pour les bières, explique-t-il, on travaille avec neuf producteurs locaux, parmi lesquels l'ESAT de Montargis. Je suis passionné d'œnologie et j'aime dénicher les bons produits chez les viticulteurs. 90% des vins en rayon sont issus de la vente directe avec les producteurs ». Il n'y a donc pas ou peu d'intermédiaires, ce qui a une répercussion évidente sur les prix. « On a souvent de bonnes surprises à la Gabare, s'amuse la présidente Corine Turpin. Tout n'est pas plus cher ici. En tout cas 10 % moins cher qu'un



magasin bio, et souvent équivalent à la grande distribution ». Oui, la GMS est en concurrence sur certaines références (il y en a plus de 7 000 dans le magasin), car outre les produits équitables, la Gabare veut aussi proposer quelques standards, histoire de fidéliser les clients coopérateurs et de donner satisfaction au plus grand nombre. Ainsi la pâte à tartiner artisanale fréquente-t-elle sans complexe le pot de Nutella, et les glaces locales, les Magnum que les grands-parents offrent à leurs petits-enfants. « L'idée est que les gens fassent ici toutes leurs courses ou presque et trouvent l'ensemble des biens de consommation classiques », rappelle Annie, bénévole

de la première heure. Du savon, des pâtes artisanales, du thé et du café, des jus, et même des produits surgelés, il ne manque rien.

« À la Gabare, on ne jette rien », c'est écrit en toutes lettres sur le frigo dans lequel sont proposés les produits qui s'approchent de la date limite de vente. « Les gens savent l'importance de ne pas jeter, observe Corine. Outre le prix qui est à la baisse, ils le font pour le bien commun ».

Et quand le produit d'une marque ne se vend pas suffisamment bien, il est naturellement mis de côté, dans un « rayon purgatoire ». Une étiquette le dit « Nous n'avons plus notre place à bord de la Gabare » !

La bonne idée à suivre

Le concept ne date pas d'hier. Si la Gabare a vu le jour en septembre 2019, son fonctionnement est calqué sur La Louve à Paris. Une boutique du même acabit qui a fait ses preuves, certes au cœur de la capitale, et donc avec des coopérateurs beaucoup plus nombreux.

Avec quatre salariés pour tenir les postes clef (compta, caisse, accueil, stock), la Gabare manque encore d'un peu de vent dans ses voiles. Même si le Covid lui a donné une légitimité en proposant un lieu de convivialité où les gens se sont retrouvés pour partager une ambition.

Ce qui surprend, c'est de voir que la grande distribution réagit à ses nouveaux commerces. S'ils n'ont rien à craindre par la taille, le concept même d'approvisionnement local est un caillou dans leurs gondoles. Ils savent que désormais, ils doivent aussi proposer une alternative aux produits industriels, y compris Made in France. Corine Turpin résume : « Ils ont tout à craindre, alors que nous ne pouvons que croître ».

NB : Les coopérateurs de la Gabare viennent de décider d'ouvrir plus largement leurs portes, les vendredis et samedis uniquement, et ce, jusqu'à la fin février 2022. L'objectif est de permettre à tous les consommateurs de découvrir leur concept.

www.la-gabare-orleans.coop

Les agriculteurs communiquent à la ferme

Les agriculteurs sont de plus en plus prompts à favoriser le commerce local, et notamment à la ferme. Henri Frémont, Président de la chambre d'agriculture d'Indre-et-Loire en convie : « En produisant des denrées alimentaires qui nourrissent les marchés mondiaux, avec des tendances à la hausse ou à la baisse, on voit bien que les revenus qui en résultent ne sont pas toujours fiables. Mais la vision du juste prix n'est pas la même pour le producteur, le transformateur, le distributeur ou le consommateur. Henri Frémont résume : « Le juste prix est finalement celui qui rémunère le producteur ». Pour cela il



Henri Frémont, Président de la chambre d'agriculture d'Indre-et-Loire

faut comprendre que le produit local ne sera pas forcément moins cher que celui qui vient de l'autre bout du monde. « Amazon vend un prix ; à la ferme, l'agriculteur vend de l'humain. L'économie locale, c'est aussi l'entretien du territoire qui entoure le produit. Et ça, ça ne se vend pas sur Amazon ». La volonté des agriculteurs est de discuter avec le consommateur, et de lui expliquer le pourquoi

de la qualité des produits. « Dire pourquoi la pomme de cette année, n'est pas la même que celle de l'an passé, à cause de la grêle ou du gel... La vente directe est l'occasion de parler de notre métier, faire de la communication. Rappeler notamment que le produit est issu d'un métier. L'agriculteur n'est pas le pollueur qu'on veut bien accuser ».

“ Le juste prix est finalement celui qui rémunère le producteur ”

Henri Frémont



Au Carrefour de la distribution locale

La GMS l'a bien compris et si elle fait encore dans le détail, elle fait entrer à grand renfort de publicité, les produits locaux dans ses rayons. Bertrand Swiderski est directeur RSE du groupe Carrefour, il entraîne « Le club des consommateurs engagés », présent sur WhatsApp et Facebook. À l'origine initié par l'enseigne, le club est aujourd'hui aux mains des consommateurs eux-mêmes et des dirigeants de magasins en France. Les questions sont infinies dans les tchats : comment vendre plus de bio et de produits bénéfiques à l'environnement, réduire les plastiques, comment vendre les produits écologiques ?

À la fois grand distributeur et pressé de répondre à la demande toujours plus engagée des consommateurs, Carrefour joue la carte de la proximité. « On est au cœur de la vie des Français, insiste Bertrand Swiderski. On remet de l'ultra local au centre de nos magasins. Chacun de nos directeurs a la possibilité de déve-



Bertrand Swiderski, directeur RSE du groupe Carrefour.

opper ce commerce avec ses voisins producteurs ». Pour cela, Carrefour a développé une nouvelle offre baptisée « le kilomètre zéro ». « C'est



Tessa Gilet, lycéenne engagée.

une demande des consommateurs, mais aussi des salariés, poursuit Bertrand. Nos équipes en magasin nous influencent par leur comportement

de consommateurs ». Tessa Gilet est lycéenne engagée. Début novembre, elle était présente à l'Open Agrifood, rendez-vous national qui fait écho aux Assises de l'alimentation.

Elle exprime ce besoin de vérité et de naturel. « Je privilégie les fermes locales, ne serait-ce que pour le contact avec les agriculteurs. Savoir que le produit est fait près de chez moi ». Ne nous y trompons pas, la parole des jeunes n'est pas que celle de « bobos parisiens » hors-sol. À la campagne aussi la consommation locale prend le pas sur les produits d'origine lointaine. « Je ne m'interdis pas les grandes surfaces, mais je regarde les étiquettes avec attention ». Attentifs tout de même aux promotions, les bons plans font partie du mode d'achat, tout en restant responsable.

CMA : avoir un coup d'avance

À l'heure du digital, certains artisans et commerçants font encore de la résistance. Non pas par aversion pour le numérique, mais parce qu'ils ont souvent le « nez dans le guidon ». Un carnet de commandes plein, trop de clients, pas le temps ni le besoin d'aller en chercher de nouveaux, les arguments sont recevables.

« Pourtant, le digital ne se limite pas à la démarche commerciale, insiste Tony André, Directeur régional « entreprises et territoires » pour la CMA Centre-Val de Loire. Mieux vaut avoir un temps d'avance ».

Le Covid a bousculé nos habitudes et certains commerçants ont même vu leur boutique se vider alors qu'elles ne désemplissaient pas en temps ordinaire. Sans jouer les oiseaux de mauvaise augure, Tony André suggère de prendre cette fois les devants.

La CMA Centre-Val de Loire a constitué une équipe de six conseillers, un par département, spécialisés dans le numérique, et pas seulement pour les aspects commerciaux. Tout le fonctionnement de l'entreprise est maintenant concerné.

« On commence par un diagnostic, explique Tony, pour connaître le rapport de l'entreprise au numérique :



Tony André, Directeur régional « entreprises et territoires » pour la CMA Centre-Val de Loire.

est-elle correctement référencée sur la toile, sa facturation se fait-elle en ligne » ?

Mais allons plus loin : les entreprises du bâtiment travaillent-elles avec le BIM ? Conduisent-elles les chantiers

et les équipes avec des agendas partagés, cherchent-elles de nouveaux fournisseurs ailleurs que sur les traditionnelles plateformes ? Et s'agissant de l'emploi, difficulté du moment, comment font-elles leur sourcing

local ? Le recrutement et la marque employeur sont-ils sur le Net ? Comment attirer les talents en se passant d'Internet ? peut-on s'exonérer des réseaux les plus classiques comme LinkedIn ?

Pour tenter de répondre à toutes ces questions, la CMA anime des webinaires et des ateliers numériques auxquels cette année encore, plus de 800 commerçants et artisans ont participé, souvent gratuitement ou à des tarifs préférentiels.

Tout cela a pourtant un coût, que la CMA prend partiellement en charge grâce à la participation conjointe de l'Etat et de la Région.

« La CMA régionale engage un budget de pratiquement 600 000€ si l'on tient compte des salaires et des sites dédiés, détaille Tony André. L'effort est important, mais il est de notre devoir d'accompagner cette vague digitale qui ne nous épargnera pas, mais qui nous donnera un élan nouveau ».

Pour plus d'informations : appeler votre chambre de métier et demandez le conseiller numérique.



Manager de commerce... et de territoire

Selon l'INSEE, dans les aires urbaines de plus de 20 000 habitants, près d'un magasin sur trois se trouve en centre-ville. Cœur de ville, territoire d'agglomération ou métropolitain, tous cherchent donc à développer leur attractivité. Pour faire venir le chaland, qu'il soit résidant ou touriste de passage, il faut des enseignes attractives et une activité associative qui fassent l'effet d'un aimant. On n'attrape pas le consommateur avec des vitrines et des rues vieillottes.

C'est de cela dont s'occupe Amandine Billy-Mutel. Manager de commerce pour la ville de Blois. « *Mon rôle est de créer du lien et de fédérer les acteurs, explique-t-elle. Ici à Blois, on a rédigé une feuille de route avec la ville, l'agglomération et les associations de commerçants. Le but est de répondre aux enjeux du territoire* ». Lui donner vie en quelque sorte, en menant des actions d'animation ou en prévoyant les décors urbains, mais aussi en s'assurant que le quotidien soit bien réglé : livraison, logistique, propreté, rien n'échappe à l'œil aiguë d'Amandine qui en réfère aux services compétents. Il faut générer un environnement propice au commerce, c'est-à-dire faire fonctionner la polarité du centre. Cela passe aussi par la qualité des lumières, la facilité du stationnement et bien-sûr des navettes gratuites.

L'accompagnement de l'animation commerciale est une stratégie quotidienne. La ville peut accompagner par exemple le déploiement de chèques cadeaux. « *L'idée est intéressante puisqu'elle génère une économie circulaire. Le chèque gagné chez un commerçant est dépensé chez un autre* » ! Bientôt paraîtront les magazines « *Oh Blois* » et « *Blois Mag* » pour communiquer sur les opérations de fin d'année et créer du flux. « *Mon rôle est d'actionner les leviers, poursuit Amandine, institutionnels, associatifs ou privés.* »

Pour autant, le commerce change. L'observatoire est là pour connaître les flux et la vacance commerciale, connaître les loyers et ainsi accompagner les cessions et les reprises. « *Nous accompagnons les porteurs de projets, et les aidons à trouver les financements si besoin ; un travail qui associe par conséquent les no-*



“ Pour faire venir le chaland, qu'il soit résidant ou touriste de passage, il faut des enseignes attractives et une activité associative qui fassent l'effet d'un aimant ”

taires et les agences immobilières ». Dans le financement alloué par la ville à cette mission de management, il est même un droit de préemption sur des locaux commerciaux qui seraient en désuétude, dans le respect bien sûr de la liberté de commerce. Car l'enjeu premier est de respecter l'esprit du centre-ville. Il faut pour cela connaître la rotation, l'équilibre des différents commerces, de bouche, de décoration ou d'habillement, pour assurer la diversité de l'offre.

Les vitrines ne doivent pas rester vides, ou le moins longtemps possible. En cas de problème, la vitrophanie vient à la rescousse. « *Ce n'est pas que du cache misère, assure Amandine, c'est aussi une façon de communiquer sur quelque chose de positif* ». En partenariat avec l'OTSI, ces couvertures de vitrines vacantes nous rappellent par exemple le spectacle au château, ou l'existence de la Maison de la magie. Pour la promotion de leur territoire,

les collectivités participent aussi à des salons, comme Franchise expo, ou le SIEC Salon de l'immobilier commercial et du Retail. « *J'ai eu près de quarante-cinq entretiens en deux jours avec des enseignes nationales, détaille Amandine. C'est très porteur* ».



Boutiques éphémères, un test grandeur nature

Au 76 de la rue du Commerce à Blois, vient d'ouvrir la boutique éphémère de l'association Art des sens. Elle regroupe des artisans pour la période de Noël. Habituellement, ces derniers sont présents toute l'année sur des marchés dédiés à l'art, des salons et parfois des ateliers. Ils n'ont généralement pas de boutiques en propre, trop onéreuses. L'association Art des sens à Blois, se met en quête chaque année, de trouver une boutique qu'elle va louer pour y accueillir ses artisans. C'est Mickael Thoreau qui est chargé de cette mission.

« C'est notre 6^{ème} édition cette année, dit-il, et chaque année, nous trouvons un nouveau local en fonction des disponibilités des agences immobilières ».

Les 150m² accueillent ainsi une trentaine d'artisans, que sélectionne une autre artisan, Maud Franck, sérigraphe et designer textile. Chacun disposera d'un mètre linéaire. Ces artisans misent souvent gros, avec un fort impact sur leur chiffre d'affaires annuel. « Il faut donc trou-



Mickael Thoreau.

ver un local bien exposé, poursuit Mickaël. L'association monte le projet avec les artisans. C'est elle qui prend la logistique à son compte, l'administration et la communication pour assurer la promotion de cette boutique de quelques semaines ».

Plus encore, c'est elle qui fait l'avance de fonds et paye le loyer. Souvent les boutiques éphémères sont aidées par la commune. Les artisans hébergés se partageront ensuite ce loyer et les charges communes. Il y a pour cela une charte, un contrat avec des closes et des

règles. « Si les charges dépassent le budget prévisionnel, la règle est simple, on appelle un fonds en fin d'opération, conclue Mickaël. On n'a pas le droit à l'erreur, on engage beaucoup de monde, avec parfois des sommes et des enjeux importants ».

À la question : ne pourriez-vous pas fonctionner sur ce modèle toute l'année ? La réponse est sans appel : « Pour la grande majorité des artisans, ce n'est financièrement pas possible. Trop de charges et des rentrées trop irrégulières. »

Mickaël pourtant s'étonne que des locaux, préemptés par la ville, restent parfois vides une partie de l'année. « Cela pourrait aussi servir au soutien de l'artisanat ».

Initiative Loir et cher
Un rêve. Un projet.

Un **PRÊT D'HONNEUR** à 0% et un **ACCOMPAGNEMENT** personnalisé pour la

- CREATION**
- REPRISE**
- CROISSANCE**
- TRANSITION**

de votre entreprise

02 54 56 64 17 - www.initiative-loir-et-cher.fr
Retrouvez notre actualité sur

CMA | **Performa**
NUMÉRIQUE

Chefs d'entreprises artisanales,
relancez votre activité
avec le numérique,
bénéficiez d'un diagnostic
et d'un accompagnement
gratuits

www.cma-cvl.fr

CMA Chambre de Métiers et de l'Artisanat
CENTRE-VAL DE LOIRE

Financé par : **LE GOUVERNEMENT**
Loire Centre-Val de Loire



Le rêve blanc d'Émilie Marmion

Dans son livre *En route pour mon rêve blanc*, Émilie Marmion, Loir-et-Chérienne, raconte l'accomplissement de son rêve de toujours : gravir le Mont Blanc. Partie à 4h45 du Refuge de Tête Rousse à 3167 mètres d'altitude, le groupe de six randonneurs et trois guides est arrivé à 13h30 au sommet du Mont-Blanc. L'ascension a duré environ 9 heures.

Dans votre livre, vous racontez votre ascension du sommet du Mont Blanc. Pourquoi se lancer dans ce pari fou ?

Ça a toujours été mon rêve. Le Mont Blanc, c'est un peu le graal pour tous ceux qui aiment la montagne. En allant randonner très souvent dans les Alpes, on a le Mont Blanc en point de mire. Le Mont Blanc est mythique. Il est considéré comme le toit de l'Europe. Pouvoir contempler la chaîne des Alpes et être au plus haut, ça m'a donné envie de le faire.

Pourquoi avez-vous décidé d'en écrire un livre ?

Je n'avais pas prévu d'écrire un livre, de raconter cette histoire et de la partager. Pendant le voyage, j'ai voulu garder une trace écrite. Graver le Mont Blanc, c'est unique dans une vie. J'ai commencé à dévoiler des extraits de mon carnet de voyage sur les réseaux sociaux. Ça a beaucoup plu. L'idée d'écrire a ensuite germé dans ma tête, plutôt pour mes proches et ma famille. Avoir quelque chose qui se transmette de génération en génération. Et, comme on me parlait très souvent de ce que j'avais fait et de ce que les gens avaient vu sur les réseaux sociaux, je me suis dit que des amoureux de la montagne seraient intéressés par mes conseils. Il y a aussi ceux qui n'osent pas franchir le pas.

Quel a été votre moment préféré au cours de votre voyage ?

Mon moment préféré, ce n'est pas le



sommet, mais plutôt le moment où on arrive sur une arrête enneigée. Le soleil est comme un projecteur qui nous éblouit. Il y a l'immensité blanche autour de nous. Nous sommes sur une arrête gelée et il y a donc le vide sur les côtés. C'est juste magique.

Quel a été le moment le plus difficile pour vous ?

Le moment le plus difficile est celui juste avant cette arrête enneigée. Pendant 2h30 interminables, on évolue sur une paroi rocheuse. Parce que je suis petite, je ne peux pas mettre



mes mains et pieds comme les autres, aux mêmes endroits, sur les prises qui se sont créées naturellement. Je suis obligée de me hisser à la force des bras. Ça n'en finissait pas. C'était vraiment très dur physiquement.

Votre livre s'intitule *En route pour mon rêve blanc*. Ce « rêve » correspondait-il à la réalité ? Avez-vous été surprise ou déçue pendant votre voyage ?

Ce qui m'a le plus surpris, c'est le système de toilettes sèches dans les refuges. Il n'y a pas d'eau courante. Mais, les refuges sont très bien. C'est assez confortable au niveau des couchettes et de la propreté. Ce n'est pas Les Bronzés font du ski ! Les salles communes sont conviviales. C'est très bien organisé. Les gens sont disciplinés.

À l'inverse, je ne prendrais jamais

autant de plaisir à faire de l'alpinisme que de la randonnée. C'est vraiment autre chose. Je n'en avais jamais fait. Le temps de grimpe est long. Mon guide disait souvent : « On n'est pas là pour admirer les marmottes ! »

Quel message avez-vous envie de faire passer aux lecteurs de votre livre ?

Rien n'est impossible. Il faut du courage et il faut se faire confiance dans la vie. C'est une question de volonté et de croire en soi. Il faut croire en ses rêves. N'importe qui peut atteindre son sommet. Ce livre n'était pas prévu et je ne prétendais pas devenir écrivain demain. J'ai écrit ce livre avec le cœur pour partager mon expérience.

Livre disponible à la vente à la Librairie Labbé (9 rue Porte Chartraine, 41000 Blois) et par mail à contact@lapiaz.fr

Trois rencontres-lectures seront organisées le :

Mardi 30 novembre 2021 à 18h30 - Le Lab Agglopolys - 3 Rue Roland Garros 41000 BLOIS

Mardi 7 décembre 2021 à 18h30 - Le Lab Agglopolys - 3 Rue Roland Garros 41000 BLOIS

Vendredi 10 décembre 2021 à 18h30 - Le Bibliovore - 1 Rue Place Avé Maria 41000 BLOIS

Inscription pour ces rencontres à contact@lapiaz.fr ou sur <https://forms.gle/rfNs4DqU4WTKxSGv8>

M.Y.



LES FÊTES
de fin d'année à
L'Auberge***
du CENTRE

DÉJEUNER
DU 25 DÉCEMBRE
ET DU 01 JANVIER
64€
REPAS ET SOIRÉE
DANS ANTE DE LA
SAINT-SYLVESTRE
110€

34, Grande Rue - 41120 Chitenay
Tél. +33(0)2 54 70 42 11
contact@auberge-du-centre.com



www.auberge-du-centre.com
 Auberge du Centre



RENCONTRE LITTÉRAIRE

LEC'ARTS Fonds de dotation L'Espace Culturel >portecôté pour tous les ARTS vous invite à deux rencontres littéraires animée par Annie Huet avec

Michel Bernard

pour son roman « *Les Bourgeois de Calais* »

(La table ronde)

Le vendredi 3 décembre 2021 à 19h30



■ Nous connaissons bien Michel Bernard à l'Espace Culturel de Blois. Il est venu deux fois déjà à la rencontre d'un public conquis par son écriture d'une élégance rare. L'auteur nous livre avec ce dernier opus l'un des textes les plus beaux de cette ren-

trée littéraire. Par la grâce de son écriture aux nuances subtiles, et de son regard délicat et plein d'amour, Michel Bernard nous transporte aux premiers jours d'une commande faite par le maire de Calais à Auguste Rodin, sculpteur à la réputation naissante. Il s'agit de réaliser un monument en hommage à six figures légendaires de la guerre de Cent Ans : les Bourgeois de Calais. Vous serez dans la salle de l'Hôtel de ville, au milieu de ceux qui ne comprennent pas un groupe statuaire hors des conventions, aux côtés de Omer Dewavrin qui subit « l'envoûtement de l'étrange chorégraphie. (...) Une valse lente. L'ordre des choses était inversé : l'inerte animait le vivant. L'œuvre ne ressemblait à rien de connu. » Il y a aussi, et c'est magnifique, Léontine, son épouse, qui a l'intelligence immédiate de l'œuvre dès l'ébauche en plâtre. Il y a aussi, et c'est émouvant, les balbutiements d'une amitié solide entre l'artiste et le commanditaire. AH

trée littéraire.

C'est un vrai coup de cœur que j'ai envie de partager avec vous. « *Les forêts de Ravel* », « *Deux remords de Claude Monet* » ou encore « *Le bon cœur* » restent présents dans vos esprits ; celui-là ne vous lâchera plus. Quel tour de force de nous tenir ainsi en haleine autour d'une œuvre d'art connue du monde entier qui aura demandé dix ans d'énergie et de foi.

Agnès Desarthe

pour son roman « *L'éternel fiancé* »

(L'Oliver)

Le jeudi 16 décembre 2021 à 19h30



■ Agnès Desarthe est déjà venue jusqu'à nous, et ceux qui étaient présents à l'Espace Culturel ce soir-là, n'ont pas oublié sa drôlerie, sa lecture enlevée, ses confidences... Elle nous revient avec une histoire comme elle sait en racon-

ter, de son trait de plume faussement léger, toujours précis, toute une vie à partir de fragments essentiels comme la scène initiale de la rencontre entre Etienne et la narratrice « *je t'aime parce que tu as les yeux ronds* » « *je ne t'aime pas. Parce que tu as les cheveux de travers* ». Que deviendront-ils ces deux-là après la maternelle ? Ils se retrouveront, éternels fiancés. Et alors l'autrice nous dit le temps qui passe, la nostalgie, l'inattendu, l'imprévu que la vie convoque.

L'autrice égrène l'air de rien des moments inoubliables, met en scène de très beaux personnages, nous fait vivre des émotions multiples qui s'ancrent (s'encrent ?) en nous : comme les sentiments d'Antonia et Etienne qui se nouent dans des performances sublimes faites de sacs en plastique et d'amour fou, comme ce jeune père en manque de son amoureuse disparue et en perdition avec sa nouvelle née orpheline, comme le lien ténu entre la petite-fille Rita et son arrière-grand-mère Marie-Louise, comme les femmes qui voudront se raconter à Etienne dans d'étranges circonstances, ou comme une mère très belle qui se met enfin à vivre (après avoir accumulé des millions de sacs en plastique), quand elle tombe amoureuse... Venez nombreux vous laisser happer par les vies imaginées d'Agnès Desarthe : elle dit le monde en mouvement et c'est irrésistible !

AH

(cocktail, nombre de places limité, pass sanitaire et masque obligatoires, réservation indispensable au 02 54 56 28 70 ou auprès de nos hôtesse)

BELLISÌMA VIDA CON TRISTEZA Y FELICIDAD

CIE SOUS LA PEAU

**CLAUDE BRUMACHON
& BENJAMIN LAMARCHE**

**MAR. 7 DÉC.
20H30**

**HALLE AUX GRAINS
SCÈNE NATIONALE
DE BLOIS**

HaG!
LA HALLE AUX GRAINS
— SCÈNE NATIONALE DE BLOIS —

**02 54 90 44 00
WWW.HALLEAUXGRAINS.COM**



Quand Chambord abritait le plus grand musée du monde

De nouvelles salles ont ouvert sur les terrasses du château de Chambord pour évoquer son rôle de préservation des œuvres d'art des musées français pendant la seconde guerre mondiale.

Il faut gravir l'escalier à double révolution jusqu'aux terrasses pour accéder aux nouvelles salles d'exposition permanente du château de Chambord. C'est là, dans le « *canton Dieu-donné* », du nom d'Henri d'Artois, duc de Bordeaux et comte de Chambord, que vient d'ouvrir un espace évoquant une période méconnue de l'histoire du monument. Pendant toute la durée de la deuxième guerre mondiale, Chambord a abrité le plus grand musée de France, et donc du monde, sans jamais recevoir le moindre visiteur.

Dès la fin août 1939, le plus grand des châteaux de la Loire a, en effet, accueilli des milliers d'œuvres d'art provenant des plus grands musées français. Des photographies de l'époque montrent les vastes salles en croix, autour de l'escalier central, remplies de caisses en bois de toutes les formes et de toutes les tailles. Plusieurs milliers de tableaux, de sculptures et de chefs d'œuvres archéologiques ont ainsi trouvé refuge dans le domaine de chasse de François 1^{er}. Il s'agissait de les mettre à l'abri des bombardements, des pillages et de la rapacité de l'occupant.

Un rôle central

Plus de 80 lieux de préservation avaient été déterminés et Chambord, à l'origine, ne devait être utilisé que comme site de transit vers d'autres refuges. Mais l'extension de la zone d'occupation et les problèmes de circulation lui donneront un rôle central et en feront le plus important dépôt jusqu'à la fin de la guerre. On y recensait plus de 4 000 mètres cubes de caisses en 1944.

Les nouvelles salles d'exposition, une pièce principale et deux espaces de projection, évoquent de façon imagée et pédagogique l'histoire du grand magasin du patrimoine artistique français qu'était devenu Chambord, malgré lui. Autour d'un assemblage de caisses en bois et de ballots de tapisserie sont projetées des images d'archives tandis que des panneaux expliquent comment s'organisaient la vie et les activités des gardiens, qui étaient, pour beaucoup, des mutilés de la Grande Guerre.

La chute d'un avion américain

Des témoignages vidéo et sonores apportent un éclairage complémentaire, notamment celui Pierre



Des documents et des images sont projetés dans la salle principale autour d'un assemblage de caisses en bois évoquant celles qui abritaient les trésors des musées français.

Schommer, responsable du dépôt de Chambord, dont les carnets ont été regroupés dans un ouvrage intitulé « *Il faut sauver la Joconde* » (Éditions CTHS). La Joconde adresse d'ailleurs un clin d'œil complice aux visiteurs en dévoilant son fameux sourire depuis le

fond d'une caisse en bois. Le célèbre tableau de Léonard de Vinci a séjourné à quatre reprises à Chambord au gré de ses pérégrinations entre Louvigny, Montauban et le château de Montal dans le Lot.

Parmi les témoignages sonores fi-

gure celui du récit de la chute d'un avion américain, le 21 juin 1944, qui alla s'embrasser dans la prairie toute proche après avoir rasé les cheminées du château. La Joconde a eu chaud... !

B.G.



Les « Déplacements » de Dominique Blain



L'artiste canadienne Dominique Blain s'est approprié l'idée de la préservation des œuvres d'art évoquée dans les nouvelles salles permanentes de Chambord pour en faire le thème d'une exposition temporaire visible jusqu'au 13 mars. Intitulée « *Déplacements* », elle occupe neuf salles du deuxième étage où sont présentées onze œuvres dont quatre créées spécialement pour Chambord à partir d'un fonds photographique inédit représentant l'intérieur du monument pendant la guerre. Traitées en négatif, parfois en format géant, ces photos voisinent avec la réplique de l'immense caisse en bois entourée de cordes utilisée pour transporter L'Assomption de Titien, de l'Académie de Venise vers différentes caches afin de la préserver de la destruction.



Pouss'fm : une nouvelle radio en Loir-et-Cher

Il y a du nouveau sur les ondes. Une radio loir-et-chérienne émet sur le web depuis le 21 juin. Déjà 9 000 auditeurs se sont connectés. Une centaine l'écoute actuellement chaque jour. Son nom : Pouss'fm.

Sous forme d'association, trois bénévoles se sont réunis pour créer une radio ancrée sur le territoire. Immatriculée à Blois, cette association a pour objet de «promouvoir et accompagner l'activité associative, économique, culturelle et commerciale par le biais d'une radio locale». Pas seulement dans cette ville, mais sur tout le département.

«Je suis tombée par hasard dans la radio. J'ai commencé à être animatrice, j'avais 16 ans. Ensuite, je suis restée dedans, que ce soit dans mon parcours personnel ou à l'Éducation nationale. J'ai formé des jeunes, j'ai monté des projets», raconte Nora Marçot, présidente et animatrice de l'association.

À ses côtés, Solenn Moussay s'occupe des tâches administratives et Olivier Rastafari qui s'occupe d'une émission sur le reggae de 20 h à 21 h. Le matin, Nora Marçot prend l'antenne de 9 h à 11 h pour diffuser des offres d'emploi et évoquer les manifestations et initiatives locales. «Le mercredi, c'est une plage qu'on a laissée aux structures jeunesse» comme celle de Villebarou où les jeunes ont pris le micro. Dans sa programmation également, une matinale avec l'horoscope, l'éphéméride ainsi qu'un flash info et météo toutes les heures entre 6 h et 18 h. La radio émet ainsi du lundi au vendredi. Les frais demandés par la Sacem empêchent pour le moment l'association de proposer les rediffusions de ses émissions.

«Suite au confinement, j'ai souhaité monter cette radio pour apporter de la proximité, valoriser les commerçants, et en priorité les petits commerces, tous les commerces qui avaient souffert, et promouvoir tout ce qui est culturel et associatif.» Mais leurs ambitions ne s'arrêtent pas là. «On voudrait se développer pour créer des emplois au sein de notre association, créer des postes auprès des jeunes.» Pouss'fm a déjà permis à un étudiant dans le web de réaliser le site Internet de la radio. «On aimerait être en partenariat avec les écoles pour proposer des stages dans le commerce ou la communication.» Fraîchement créée, «nous n'avons pas reçu d'aides de municipalités».

Quant à la ligne éditoriale, «on voudrait impliquer les habitants, que cette radio soit populaire. Même



Noria Charçot anime une émission radio depuis son ordinateur.



quelqu'un qui n'a pas d'expérience, lui permettre de faire de la radio» sur des sujets du quotidien et «aider les gens à travers cette radio». Pour cela, elle reçoit sur rendez-vous. Mais il suffit de peu d'équipement (un ordinateur, une connexion Internet et un micro USB) pour devenir animateur. «Vous pouvez animer sur notre radio et de chez vous» après que l'association a fourni le logiciel pour «enregistrer des chroniques». Elle reçoit déjà des candidatures, des commentaires, des manifestations à annoncer...

Pour accomplir ses ambitions et développer ses projets, l'association «cherche à recruter des bénévoles». Avec cette facilité et cette invitation, on peut penser que la population s'empare de l'antenne.

L.P.

Renseignements : 06 13 16 07 58 ou
contact@poussfm.fr
Site Internet : www.poussfm.fr
Page Facebook : Poussfm
Pour télécharger l'application :
<https://liveonlineradio.net/fr/poussfm>



La culture est à votre porte

Librairie
Galerie d'art
Rencontres littéraires
Papeterie
Jeux de société
Univers multimédia
CD • DVD
Jeux vidéo

espace
culturel
E.Leclerc

portecôté

Blois Centre ville
12 rue Porte Côté

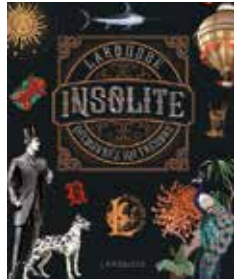


Cadeaux culturels

La sélection de l'Espace Culturel E.Leclerc >Portecôté par Annie Huet

*Prix public éditeur : la loi ne permet pas de publier les prix E.LECLERC en dehors de la surface de vente

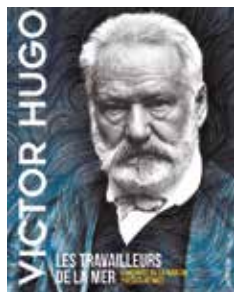
LITTÉRATURE



« Le Larousse insolite, dictionnaire en images »

préface de Pierre Perret (Larousse) 19,95 euros*

Dans ce dictionnaire insolite, vous découvrirez par ordre alphabétique, une sélection de dessins cocasses, de planches inattendues, de représentations magnifiques de la faune et de la flore. Seul ou en bonne compagnie, inventez des jeux de devinettes en revisitant des définitions amusantes qui scrutent autant le passé que l'ère contemporaine. Jubilaire.



« Victor Hugo les travailleurs de la mer, L'Archipel de la Manche, poèmes marins »

illustrations de Victor Hugo (omnibus) 39,00 euros*

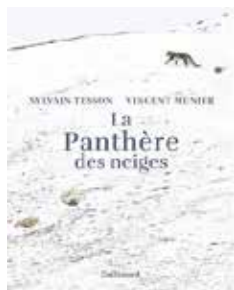
« Le roman le plus méconnu de Victor Hugo, le plus riche et le plus mystérieux » écrit Claude Azia dans sa préface de l'ouvrage dont il signe également un Dictionnaire de l'exil. Voilà un très beau livre présenté dans un coffret raffiné. Les « Travailleurs de la mer » est le seul ouvrage de Victor Hugo illustré par lui-même. Rare et précieux.



« Antoine de Saint Exupéry »

de François Suchel (Paulsen) 39,90 euros*

L'auteur, pilote de ligne, dresse le portrait sensible de l'écrivain-aviateur. On découvre au travers d'une iconographie émouvante, dessins et photographies souvent méconnus, un être complexe, tourmenté, immense et fragile. Toute sa vie, l'auteur du « Petit prince », à son aise autant dans les arts que dans les sciences, aura été en quête d'absolu. Riche et tendre.



« La panthère des neiges »

texte intégral de Sylvain Tesson, photographies de Vincent Munier (Gallimard) 29,90 euros*

« Photographe animalier, était un art fragile et raffiné consistant à se camoufler dans la nature pour attendre une bête dont rien ne garantissait la venue ». Moi je vous garantis quelques frissons face à l'absolue beauté de ces paysages, animaux et hommes, aux confins du Tibet, couchés sur un papier mat sensuel. De la photo pour dire, des mots pour montrer. Sublime.



« Born in the USA »

Barack Obama et Bruce Springsteen (Fayard) 49,90 euros*

Deux amis de longue date se lancent dans une conversation intime sur la vie, la musique et leur profond amour de l'Amérique. Ce livre magnifique prolonge leur dialogue et l'illustre de photos et documents d'archives inédits. En filigrane il sera question d'espoir, de rêves, de liberté, d'humour et de conviction. Quand art, histoire et amitié s'emmêlent. Mythique.

JEUNESSE



« Le Petit Poucet »

de Agnès Ledig et Frédéric Pillot (Père Castor) 18 euros*

Imaginez-ça. Un très grand format, un papier pelliculé somptueux, des illustrations exubérantes, un foisonnement de détails, une histoire de petit gamin faiblard qui va devenir le plus futé de tous ses frères... Charles Perrault aurait été ébloui comme vous le serez. Un moment magique à partager entre petits et grands. Eblouissement.



« Le rêve de Jonas »

de Marlies van der Wel (kaléidoscope) 14,20 euros*

À 2 ans Jonas voit la mer. Il aimerait bien vivre au milieu des poissons. À 18 ans, plongera-t-il ? Et quand il aura 80 ans, aura-t-il été trop tard pour qu'il réalise son rêve ? De rêve il est question à toutes les pages. Le dessin et la palette de couleurs sont magiques comme un Jules Verne et l'histoire prometteuse comme une plongée dans l'océan. Un régal.



« Pleine brume »

de Antoine Guilloté (Gautier.Languereau) 19,95 euros*

Un livre tout en calques et papiers découpés pour entrer dans le monde endormi de la brume matinale. Un animal avance dans le bois. Des souvenirs surgissent dans la transparence des pages, des habitants s'esquissent en ombres chinoises, des découpes savantes nous invitent à nous révolter. Puis la tendresse. Enchantement.



« Quand tu lèves les yeux »

écrit et dessiné par Decur (Seuil jeunesse) 21,90 euros*

Un format inhabituel (tout en longueur), un dessin quasi surréaliste (entre collages, animation et BD), une palette de couleur éblouissante (entre pages jaunes, noires et pastels), une mise en espace accrocheuse (regardez vous-même) pour raconter l'histoire de Lorenzo qui nous emmène dans son monde énigmatique. Un délice.



« Tombée du ciel »

par The fan Brothers (Little urban) 13,50 euros*

C'est la chose la plus incroyable jamais vue ! Une merveille tombée du ciel sur une toile d'araignée... Une bille en verre bleu vert jaune qui va rouler de page en page, au milieu de tout un bestiaire délicatement grisé. L'araignée opiniâtre a bâti des châteaux en Espagne (ou c'est tout comme). Mais une créature à cinq pattes s'en mêle. Subtil.



« Les grandes histoires du Père Castor »

(Flammarion jeunesse) 29,90 euros*

Dans un coffret découpé, un grand album au papier « vintage », 22 des histoires du Père Castor qui crée depuis 1931 les classiques de la littérature pour enfants. Partagez, entre grands-parents, enfants et petits-enfants, ces histoires gravées dans nos cœurs, Poulerousse, La famille Rataton, La vache Orange... avec les illustrations d'origine. Souvenirs souvenirs.



BEAUX LIVRES D'ART



« René Maltête, inventaire poétique » de Audrey Hoareau en collaboration avec Yves Czerczuk (Chêne) 49 euros*

Première monographie du photographe et poète René Maltête. Entrez dans l'univers fascinant d'un photographe singulier, farceur. Les images qu'il créait ne manquaient jamais d'émouvoir et de faire sourire. Sa Bretagne natale, l'enfance, le Paris des années 60... une balade à travers une France de carte postale qu'il a contribué à créer. Résolument joyeux.



« L'art et l'âme de Dune » de Tanya Lapointe, avant-propos de Denis Villeneuve (Hachette heroes) 50,00 euros*

Écrit par la productrice exécutive de « Dune », Tanya Lapointe, cet ouvrage magnifiquement mis en page, regorge d'illustrations captivantes sur les costumes, les effets numériques, la création des personnages, les conceptions environnementales, du film de Villeneuve qui offre une approche visionnaire du classique de science-fiction de Frank Herbert. Guide essentiel.



« Travel book Mars » par François Schuiten et Sylvain Tesson, (Louis Vuitton) 45,00 euros*

Sylvain Tesson, qui ne cesse d'avaloir les kilomètres pour rendre compte de « l'immensité du monde », écrit un carnet de voyage sur Mars. François Schuiten, dont la carte du monde est sa table à dessin, invente une planète à hauteur d'homme. Entre utopie et dystopie, le lecteur fera un voyage immobile qui l'emmènera loin. Original et étrange.



« Street style, la mode urbaine de 1980 à nos jours » par Tonton Gibs (Larousse) 29,95 euros*

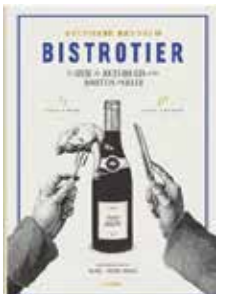
Revivez les origines de la mode urbaine des années 1980 à nos jours avec Tonton Gibs, Teki latex et Uncle Texaco. Partez pour un tour du monde des différents styles qui ont permis au streetwear de s'imposer dans nos rues, du B-Boy aux vêtements de luxe, en passant par le vintage et le style skateboard. Et vous verrez que la rue est la base de tout ! Solide.

GASTRONOMIE



« A comme astuces » de Julie Andrieu, photographies de Jean-François Mallet (Robert Laffont) 24,90 euros*

En plus de 900 astuces et 90 recettes illustrées, cet ouvrage fera de vous un vrai chef, que vous soyez débutant ou confirmé. Au fil de l'alphabet, Julie Andrieu partage ses conseils et ses secrets : comment ne pas faire brûler le basilic sur ma pizza, quoi faire de mes épilures, comment réussir mon foie gras maison et choisir mon poisson. Astucieux.



« Bistrotier » de Stéphane Reynaud, photographies de Marie-Pierre Morel (Chêne) 39,90*

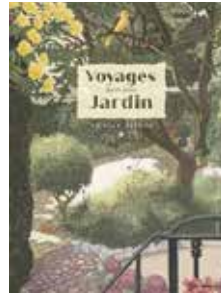
Son bistrot, « Oui mon général », a été élu meilleur bistrot de Paris en 2020. On y vient « pour boire, bien boire, et manger, bien manger ». Tout est dit en 250 recettes, des oeufs mayo aux plats en sauce en passant par les fromages et les desserts, toutes associées à des vins décrits avec authenticité. Vous vous régalez aussi des photos pleine page ! Hum !



« Fleurs »

de Cédric Grolet (Ducasse édition) 45,00 euros*

« En formant des courbes, des volutes et des pétales, je cherche à dessiner une fleur à chaque fois différente pour transformer un simple gâteau en cadeau ». En 80 recettes délicieusement mises en scène, allez sur le terrain des fleurs, symboles de vie, d'élégance et de pureté. Pochez, montez, enrobez, nappez... et dégustez ! Gourmand et délicat.



JARDIN

« Voyages dans mon jardin » de Nicolas Jolivot (HongFei) 39,00 euros*

Pendant deux ans, tous les jours, et presque heure par heure Nicolas Jolivot est descendu dans son jardin pour en tracer le portrait et montrer tout ce qui l'habite dans le mouvement perpétuel de la nature et de l'esprit de ceux qui ont vécu ici, depuis 1821. En résulte un carnet dessiné où faune et flore se mélangent subtilement. Et où l'humain veille. Emmerveillement.

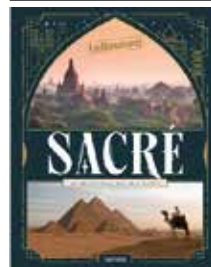
VOYAGE

« Destination Pétaouchnok »

de Raphaël de Casablanca et Antoine Delaplace
(Hachette) 24,95 euros*



Présentation et parti pris inhabituels pour un livre de voyage avec des idées qui changent tout. Il y a là des photos spectaculaires (51 destinations !), une bonne dose d'optimisme (de l'humour et des anecdotes !) et des voyages surprenants (à pied à vélo en train et même en rickshaw !). Pétaouchnok, ce serait bien aux quatre coins du monde. Délirant.



« Sacré »

les 100 plus beaux sites de la planète, Le routard,
(Hachette) 29,90 euros*

Une carte d'identité du lieu, un rappel historique, des anecdotes et quelques photos vous donneront envie de jouer les Indiana Jones des temps modernes. Sites archéologiques, temples disparus, sanctuaires naturels, villes saintes, lieux spirituels, les lieux sacrés fascinent et sont de véritables trésors de l'humanité. Magique et mystérieux.

HISTOIRE

« De château en château »

par Stéphane Bern, Elisabeth Gausseron,
Jacques Sierpinski (Gründ) 29,95 euros*



Redécouvrez l'Histoire de France en visitant 20 des châteaux qui en sont l'écrin. Ils sont racontés au travers de leur architecture, de la grande et de la petite histoire, et des illustres personnages qui y vécurent, y passèrent, y furent assassinés, ainsi le Duc de Guise en notre royal château de Blois. Vues souvent inédites, prises du sol ou en drone. Saisissant.

SOCIÉTÉ

« Elisabeth II les chapeaux de la couronne »

de Thomas Pernet, illustrations de Jason Raish
(epa) 24,95 euros*



« Ce ne sont pas seulement des chapeaux, ce sont des œuvres d'art » Du petit chapeau rose fleuri de l'enfant, à la toque en fourrure, de la casquette de service kaki au turban en plumes, en passant par la capeline vert pomme et le pillbox orné d'étamines et de fleurs, vous saurez tout sur ce qui attire irrésistiblement le regard sur LA reine. Soft power !



POUR VOUS, LE E-COMMERCE C'EST LA JUNGLE ?



Vous souhaitez vendre en ligne, savoir comment gagner en visibilité, ou encore vendre avec les réseaux sociaux ?

Pas de panique, nos spécialistes sont là pour vous guider !
Découvrez nos principaux conseils en flashant le QR code et prenez rendez-vous dans une de nos agences !

BANQUE POPULAIRE 
VAL DE FRANCE