

LA GAZETTE DE L'ADHÉRENT

bulletin d'information du CGA 36



SOMMAIRE

ASSEMBLEE GENERALE	2
REPORTAGE Sortez couvert !	3
DOSSIER Obtenez le financement de vos formations	4
CHRONIQUE Consommation	6
ECONOMIE Le boucher a la cote	7
PRESTATIONS DU CENTRE La formation : un passeport pour l'avenir	8

3^{EME} TRIMESTRE

2014



QUELLE CROISSANCE POUR 2015 ?

Le FMI vient de revoir à la baisse sa prévision de croissance mondiale pour l'année 2014 et, paradoxalement, il ne s'agit pas forcément d'une mauvaise nouvelle.

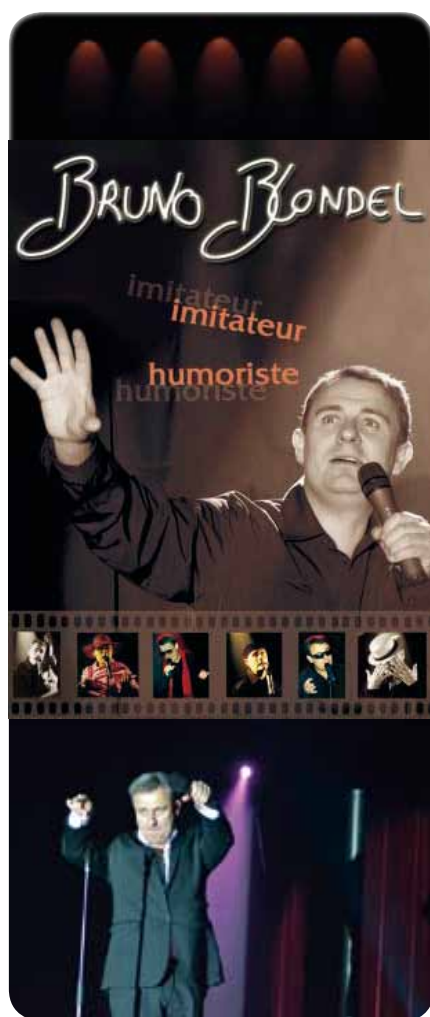
Initialement prévu à 3,7 %, le chiffre a été ramené à 3,4 %. En raison de mauvaises perspectives pour le second semestre ? Que nenni. Bien au contraire puisque cette révision à la baisse ne fait qu'intégrer les mauvais résultats du 1^{er} semestre et non une possible dégradation au cours du second.

C'est le coup de froid enregistré par les Etats-Unis en début d'année qui a entraîné ce ralentissement. Mais c'est le passé. La prévision étatsunienne pour les 6 derniers mois de 2014 est de 3,25 % en rythme annuel, comme si l'essoufflement n'avait été là que pour mieux repartir.

Et la France ? Elle fait partie des pays qui restent à la traîne comme beaucoup de pays de la zone Euro (0,7 % de croissance prévue en 2014 alors qu'il sera de 1,1 % pour la zone Euro). La croissance européenne est principalement le fait de l'Allemagne (+1,9 %) et du Royaume Uni (+3,2 %). Les autres pays font beaucoup moins bien, qu'il s'agisse de l'Italie (+0,3 %) et, dans une moindre mesure, de l'Espagne (+1,2 %). Mais un rapprochement devrait s'opérer en 2015, les croissances allemande (+1,7 %) et du Royaume Uni (+2,7 %) marqueront le pas. Elles n'en demeureront pas moins encore supérieures à celles du reste de l'Europe. La France (+1,4 %), l'Espagne (+1,6 %) mais aussi l'Italie (+1,1 %) seront encore à la traîne car il ne s'agit que de la poursuite de l'évolution de 2014. Pour 2016, il faudra attendre un peu.

Un évènement se produira d'ici la fin de l'année et passera sans doute inaperçu car il ne pourra être précisément daté et pourtant il sera symbolique. La première puissance économique mondiale ne sera plus les Etats-Unis mais la Chine. Elle représentera 17 % du PIB mondial contre 16,5 % à la fin de l'année 2013. Une page est-elle en train d'être tournée ? Réponse dans cinq ou dix ans.





Directeur de Publication : Serge KAPALA
Rédacteur en Chef : Dominique POTHEVIN
Impression : Prevost offset
Création graphique : Céline Chevet & Oside Conseil
Adresse : CGA36
9 rue Albert 1er, BP37, 36001 Châteauroux cedex
Dépôt légal : 3^{ème} trimestre 2014
ISSN 1769 - 762X

ASSEMBLÉE GÉNÉRALE 2014



Le 17 Juin dernier, notre Assemblée Générale s'est déroulée à l'Espace des Halles à Châteauroux. M. Patrick SISCO, Directeur Départemental des Finances Publiques nous avait honorés de sa présence.

Comme chaque année, vous étiez nombreux à y assister. C'est, pour le Conseil d'Administration et le personnel du Centre, un signe d'intérêt auquel nous ne pouvons qu'être sensibles.

L'ensemble des résolutions soumises ont été adoptées par l'Assemblée Générale.

A l'issue de l'Assemblée Générale et du Conseil d'Administration qui a suivi, le Conseil se compose désormais ainsi :

COMPOSITION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION

Bureau

Président : M. Serge KAPALA

Vice-Président : M. Jean-Michel BISSON

Secrétaire Générale : Mme Murielle DENIOT

Trésorière : [Mme Catherine JUTIER](#)

Trésorier adjoint : M. Maurice FIAUD

Administrateurs

[Mme Valérie BERTIN](#)

Mme Corinne CHAUCHE

M. Geoffrey GUIGNARD

M. Philippe JUILLET

[M. Jean-Pierre MOUCHET](#)

Mme Agnès PIPART

[M. Hervé ROCHOUX](#)

[M. Jean-Michel RODIER](#)

M. Denis SANSON

[M. Michel SEMION](#)

M. Thierry TERRASSIER

Mme Françoise VAN ROBAEYS

M. Philippe YVERNAULT

Membres adhérents

Saluons l'arrivée de Mme Agnès PIPART ainsi que de MM Geoffrey GUIGNARD et Philippe YVERNAULT.

Un remerciement particulier pour Mme Françoise VAN ROBAEYS pour avoir œuvré avec efficacité pendant huit ans à la Présidence du Centre.

REPORTAGE

Sortez couvert !



Au cœur de Bourges, dans une rue très artisanale, se niche la boutique Rozette spécialisée dans la vente de couvre-chefs depuis plusieurs décennies. Pour l'amour de la chapellerie, Stéphane Jacquet propose à sa clientèle féminine et masculine différentes collections sur mesure qui se succèdent au rythme des saisons et des modes.



Habillée d'une belle boiserie, la boutique est accueillante et chaleureuse. Soigneusement rangés sur des présentoirs et des étagères, des chapeaux aux multiples couleurs et de toutes formes rivalisent avec des bonnets, des casquettes, des bérets et autres toques en fourrure.

Fondée en 1953 par une modiste prénommée Rose, la boutique est reprise par Stéphane Jacquet en 1990. Fils d'un professionnel itinérant du coiffant, notre adhérent s'était pourtant engagé dans des études d'architecture mais il ne put résister bien longtemps au rappel du chapeau.

L'expérience paternelle couplée à une formation chapeauté par l'ancienne

propriétaire permit à Stéphane Jacquet de reprendre le flambeau en douceur ; challenge de taille pour un jeune homme de 23 ans, face à une clientèle qui était à l'époque, exclusivement féminine.

De fil en aiguille, après 5 ans de labeur passés à développer l'activité, l'enseigne se déplaça de quelques dizaines de mètres dans un local plus spacieux au 73 rue d'Auron.

En 25 ans, le métier a beaucoup évolué au niveau des matières employées. Pour suivre la tendance, notre adhérent se rend à plusieurs salons annuels (Florence, Milan, Paris...) où sont notamment dévoilées les cartes officielles de coloris des prochaines collections.

Les très grandes capelines et les nuances de gris n'ont plus la cote. Aujourd'hui, la mode est aux galurins en tissus qui ont un cachet chic et très habillé. Les coloris suivent la tendance du prêt à porter et restent en vogue durant 2 à 3 ans.

Stéphane Jacquet travaille avec des créateurs français mais il vend aussi ses propres réalisations. A l'exception du thermocollage qu'il fait sous-traiter, il conçoit ses coiffants féminins de A à Z. A partir de dessins faits à la main et de bases existantes, un patron est monté ; les rendus sont soigneusement étudiés. Enfin, le modèle est parachevé par un minutieux travail de couture.

En fonction de la taille et de la garniture (tulle, plume...), il faut compter entre $\frac{3}{4}$ d'heure et 1 heure et demie de travail. C'est pourquoi, malgré la présence de stock pour les achats de dernières minutes, il est recommandé de ne pas venir la veille pour le lendemain.

Ainsi, pour les cérémonies (mariage, baptême, soirée...), la boutique Rozette propose des pièces uniques faites sur mesure. A partir de tissus de différentes matières (sisal, buntal, taffetas et crin) et de cartes de coloris, la cliente peut choisir le chapeau assorti à sa tenue.

Pour les modèles en paille, l'adhérent travaille seulement avec des matières naturelles, dont des pailles de banane.

Si la saison printemps/été est plus vouée à la femme, l'hiver, le rayon homme tient tête haute à la gent féminine d'autant plus que le couvre-chef reprend du gallon chez les trentenaires.

Très en vogue dans les années 2000, l'engouement pour les Stetson et les feutres a tendance à retomber tandis que le Panama a toujours autant de succès. Venant d'Equateur et reconnaissable à la rosace en son centre, son tressage à la main lui confère beaucoup d'élégance. Le client n'a plus qu'à choisir la couleur de son ruban et Stéphane Jacquet finalise l'habillage de ce chapeau de légende.

Si vous n'êtes pas du genre à porter le chapeau, d'autres galurins sont à votre disposition tels que la casquette anglaise, de marin ou le béret (homme et femme) fabriqué dans les Pyrénées et particulièrement apprécié des touristes anglo-saxons.

Il y a autant de styles de chapeaux que d'occasions de les porter. En surfant sur le site de la maison :

<http://www.chapeauxrozette.com/> vous serez étourdi par le choix et la qualité des modèles proposés sans que cela vous coûte les yeux de la tête. Une incitation supplémentaire à ne plus sortir tête nue !

Philippe GODON

DOSSIER

Obtenez le financement de vos formations



Pour pérenniser votre entreprise, acquérir de nouvelles compétences, répondre aux nouvelles exigences réglementaires, s'approprier de nouvelles méthodes de travail... les raisons sont nombreuses pour vous amener à suivre des actions de formation.

Et au-delà du « avec quel organisme, à quelle date et dans quel lieu », se pose forcément la question du « combien ça coûte ? ».

Sachez que toute entreprise, quelle que soit son activité, quelle que soit sa forme juridique et quelle que soit sa taille contribue à la formation professionnelle continue.

De ce fait, elle peut en contrepartie prétendre à une prise en charge de ses formations.

Ainsi, vous vous adresserez au Fonds d'Assurance Formation (FAF) pour les premiers et aux Organismes Paritaires Collecteurs Agréés (OPCA) pour les seconds.

Le chef d'entreprise, son conjoint associé ou son conjoint collaborateur

Le code NAF de votre entreprise vous permet d'identifier le FAF auquel vous êtes rattaché.

Il existe 4 grands Fonds d'Assurance Formation :

- Le **FAFCEA** (Fonds d'assurance formation des chefs d'entreprise artisanale) destiné aux entreprises artisanales
- L' **Agefice** (Association de gestion du financement de la formation des chefs d'entreprise) pour les commerçants et prestataires de services
- Le **FIFPL** (Fonds interprofessionnel des professions libérales) pour les pharmacies également
- Le **VIVEA** (Fonds pour la formation des entrepreneurs du vivant) pour les agriculteurs

Chaque fonds d'assurance détermine ses propres critères de prise en charge. Nous vous invitons donc à le contacter ou à consulter son site Internet.



Avant toute chose, il est nécessaire de connaître l'organisme auprès duquel la demande doit être adressée.

Aussi, celui-ci dépend d'une part de la personne qui suit la formation et de sa fonction au sein de l'entreprise et d'autre part, de l'activité exercée par l'entreprise.

Explication : il convient de distinguer d'un côté le chef d'entreprise et son conjoint collaborateur ou associé et de l'autre le salarié ou le conjoint salarié.

Vos Contacts

FAFCEA ou CMA 01 53 01 05 22 (actions métiers) CMA de votre département (autres actions : informatique, RH...) 	AGEFICE 02 38 54 95 85 (CGPME 45) 02 54 44 65 04 (CCI 41) 02 48 25 56 81 (CGPME 18) 02 54 53 52 71 (CCI 36) www.agefice.fr 
VIVEA 02 41 21 11 34 (de 13h30 à 17h) www.vivea.fr 	FIFPL 01 55 80 50 00 www.fifpl.fr 

Si vous dépendez de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat et êtes inscrit au registre du Commerce et des Sociétés, vous vous tournerez vers le FAF des artisans.



Le salarié ou le conjoint salarié

Les actions de formation suivies par vos salariés ou votre conjoint salarié peuvent également faire l'objet d'une demande de prise en charge. Cette demande s'effectuera auprès d'un Organisme Paritaire Collecteur Agréé (OPCA). Ces organismes réformés suite à la loi relative à l'orientation et à la formation professionnelle tout au long de la vie sont aujourd'hui au nombre de 20. C'est votre convention collective qui définit celui auquel vous êtes rattaché.

Vous trouverez notamment :

- ➔ **Constructys** pour les salariés du bâtiment et des travaux publics
- ➔ **Agefos Pme** pour les salariés de la coiffure, l'habillement...
- ➔ **FAFSEA** pour les salariés agricoles ou de parcs et jardins
- ➔ **OPCA PL** pour les salariés de la pharmacie
- ➔ **ANFA** pour les salariés des services de l'automobile
- ...

Ainsi, une fois l'organisme sélectionné, vous pouvez accéder ou obtenir le dossier de prise en charge.

En pratique, la demande de prise en charge s'effectuera la plupart du temps en ligne. Il vous sera demandé d'y adjoindre le programme détaillé de l'action et la convention établie par l'organisme de formation.

Aussi, si les formalités sont communes à l'ensemble des organismes, de nettes différences existent en termes de priorités de financement et de conditions financières de prise en charge (des priorités et des conditions révisées annuellement par les OPCA). Attention également aux délais pour le dépôt des dossiers.

Chaque OPCA définissant sa politique de financement, nous vous conseillons de consulter leur site Internet ou de prendre contact avec votre interlocuteur. Impossible donc ici d'énumérer toutes les situations.

Néanmoins, illustrons par 2 exemples, celui d'un chef d'entreprise et celui d'un salarié, les étapes qui conduisent à l'étude du dossier de prise en charge.

Monsieur Martin est chef d'entreprise et exerce la profession de taxi. Dans le cadre de cette activité, il est dans l'obligation de suivre tous les 5 ans une action de formation relative à la mise à jour des connaissances.

➊ Monsieur Martin contacte le FAFCEA car cette action est liée à la pratique de son métier et sera suivie par le chef d'entreprise. Cet organisme l'informe qu'il peut prétendre à une prise en charge uniquement sur ses frais pédagogiques à hauteur de 22 euros par heure avec un maximum de 100 h par an. La demande lui est adressée par courrier.

➋ Monsieur Martin reçoit le dossier de prise en charge, le remplit, le complète des pièces demandées (convention de formation et programme détaillé) et le renvoie le plus rapidement possible au FAFCEA (3 mois maximum et 15 jours minimum avant le début de la formation).

➌ Le FAFCEA étudie sa demande de prise en charge dans un délai de 4 semaines environ et communique la décision à Monsieur Martin.

Mademoiselle Lecler est salariée dans un magasin de prêt à porter. Elle suit un stage sur l'accueil.

➊ De par sa convention collective, ce magasin cotise auprès de l'Agefos PME.

➋ Le dossier de prise en charge est disponible en ligne sur le site de l'Agefos via son « espace de téléchargement ». Les critères de prise en charge sont notés et révèlent que le financement est possible à hauteur de 40 euros de l'heure dans la limite d'un plafond de 1.600 euros par an et par entreprise.

➌ L'employeur complète la demande et y joint le programme de l'action ainsi que la convention signée avec l'organisme de formation.

➍ L'Agefos statue sur la demande et communique sa position.

Retenez :

Chaque organisme définit les actions ouvrant droit à financement et fixe ses critères et conditions de prise en charge.

L'organisme auprès duquel la demande doit être formulée dépend de la fonction qu'occupe la personne qui participe au stage (chef d'entreprise, conjoint collaborateur, conjoint associé, conjoint salarié, salarié).

La demande de prise en charge s'effectue avant le début du stage.

Marie-Pierre MODOTTI

CHRONIQUE CONSOMMATION

Restaurants : à l'étouffée



Fait Maison

Depuis le 15 juillet dernier, les restaurateurs doivent arborer la mention «fait maison» sur leur carte. La qualité pour relancer un marché touché par la crise ?

Au niveau national, la baisse d'activité s'était confirmée en 2013 pour le secteur de la restauration avec un recul des recettes de l'ordre de 1,1 % pour les adhérents des Centres de Gestion Agréés. L'année 2012 s'était achevée par -1,4 %. Le début de l'année 2014, marqué par le passage de la TVA à 10 %, ne voit toujours pas de reprise significative mais néanmoins un recul moins prononcé avec -0,5 % sur les 5 premiers mois.

La restauration traditionnelle souffre du ralentissement de l'activité économique et de la baisse du pouvoir d'achat. Chaînes et indépendants sont impactés.

Des évolutions disparates selon le créneau

Selon Gira Conseil, la restauration rapide a continué son essor en 2013 : elle représente 54 % du marché global. En moyenne et haut de gamme, ce secteur affiche une progression de près de 12 %.

		Evolution du marché entre 2012 et 2013	Pour les entreprises dont le ticket moyen 2013 est
Restauration rapide	Moyenne et haut de gamme	+12 %	de 10 €
	de base	-10 %	de 6 à 7 €
Restauration traditionnelle	Moyenne gamme	-10 % à -15 %	de 20 à 25 €
	plus gastronomique	+4,5 %	> 31 €

Tous types de restauration confondus, le marché reste à la peine. Le prix moyen d'un repas hors domicile ressort à 9,05 €, soit une petite hausse de 0,25 % comparativement à 2012. C'est 2,6 % de moins qu'en 2006, période pendant laquelle les cadres allaient plus souvent au restaurant alors que désormais le déjeuner à moins de 10 € est largement répandu. Le sont également les formules «plat unique/café» voire «entrée/plat ou plat/dessert» au détriment de la formule «entrée/plat/dessert» plus chronophage et onéreuse. Pour le secteur du service à table, le ticket moyen atteint 16,53 € contre 6,04 € en ventes au comptoir. Pour $\frac{3}{4}$ des repas, le consommateur dépense moins de 15 €. Seulement 6 % des repas reviennent à plus de 30 €.

Le fast-casual : nouvelle tendance de fast food qui allèche

Cuisine rapide, fraîcheur et qualité des produits, tarifs modérés, service soigné, décoration travaillée et chaleureuse tels sont les caractéristiques du secteur du fast casual dont les prix sont à mi-chemin entre la restauration rapide et la restauration à table. Comparativement à 2012, plus de 15 millions de visites additionnelles ont été comptabilisées

en 2013 en France. Au 1^{er} trimestre 2014, ce segment, qui fait partie de la restauration rapide, a enregistré une croissance du nombre de visites de 12 % contre une stabilité pour le secteur.

Les français seraient prêts à honorer une addition plus élevée pour une cuisine «maison»

Le Ministère, avec le nouveau label «fait maison», entend donner un coup de fouet à la consommation. 72 % des français déclarent que cela pourrait les inciter à aller davantage au restaurant. Au pays de la gastronomie, nombre de restaurateurs se réjouissent tandis que d'autres craignent pour leur image.

Le Ministère précise que «cette mention permet de distinguer d'un côté les plats entièrement cuisinés sur place, de fabrication artisanale, à base de produits bruts, et d'un autre côté des plats ou ingrédients industriels prêts à l'emploi, achetés en grande surface ou auprès d'un grossiste, simplement réchauffés ou assemblés».



Les maîtres-restaurateurs ne peuvent accueillir cette transparence qu'avec satisfaction. Ils s'engagent sur la qualité de leur établissement et garantissent une cuisine 100 % faite maison. A noter le renouvellement pour 2014 du crédit d'impôt maître-restaurateur. Il peut atteindre 15.000 € : il s'élève en effet à 50 % des dépenses engagées par le restaurateur pour moderniser son établissement sur les trois premières années, dans la limite de 30.000 €.

Sources : FCGA «Activités et tendances, avril 2014», lefigaro.fr, service-public.fr, www.artisanat-commerce-tourisme.gouv.fr

Sylvie MOREL

ECONOMIE

Le boucher a la cote



La filière viande est toujours à la peine. La pression sur les prix à la production conduit à des dérives sur la qualité. Dans ce contexte, l'artisan boucher traditionnel jouit d'une image rassurante auprès du consommateur.

Les éleveurs français sont en compétition permanente avec leurs homologues européens, américains ou australiens. Sous la pression de la grande distribution et des industries agro-alimentaires, ils doivent vendre toujours moins cher pour s'aligner sur les tarifs des viandes importées de pays à faibles coûts salariaux. Et cela se fait parfois au détriment de la qualité. Autre conséquence : en 15 ans la production de viande en France a chuté de 30 %.

Paradoxalement, les prix au détail sont souvent déconnectés des prix de gros. Les premiers continuent d'augmenter même quand les seconds baissent. Avec le risque avéré de pousser les ménages à réduire leurs achats de viande fraîche.

Consommation en baisse

Pour la troisième année consécutive, la consommation française de viande a très légèrement baissé en 2013 : -0,6 %. La baisse concerne surtout la viande bovine et ovine. La viande de porc a connu une légère hausse mais cela ne suffit pas à rompre la tendance baissière sur le long terme. Seule la consommation de volaille, qui dépasse la consommation de viande bovine depuis 2011, continue de progresser.



Les lasagnes de cheval : un mal pour un bien

Le fléchissement de la consommation s'explique aussi par les crises sanitaires successives. A vouloir trop tirer les prix de gros vers le bas, on pousse à la fraude et à la tromperie. Le scandale de la viande de cheval qui a éclaté au printemps 2013 a détourné une partie des consommateurs des achats de plats surgelés à base de viande. Par ailleurs, les références en grande distribution sont devenues tellement nombreuses que les consommateurs perdent leurs repères. Conséquence, la clientèle a retrouvé le chemin de la boucherie traditionnelle, et en même temps ses spécificités : qualité des services, traçabilité des produits, convivialité, conseils, proximité.

Sur l'ensemble de l'année 2013, le dynamisme des boucheries artisanales ne se dément pas : l'Observatoire du Commerce de la FCGA a révélé que leur chiffre d'affaire moyen avait augmenté de 3,6 %. C'est le meilleur score au sein des professions du commerce alimentaire qui globalement gagne 1,4 %. Sur les 4 premiers mois de l'année 2014, la tendance s'établit à +1,1 % ; les rayons charcuterie sont les plus performants avec +1,8 %.

Répartition par tranches de Chiffre d'Affaires

Tranches de CA (en K€)	CA 2013 (en K€)	Evolution (en %)	Entreprises en ↗
Ensemble	383	3,6 %	68 %
50 à 190	152	-2,6 %	51 %
190 à 300	245	2,7 %	67 %
300 à 430	361	3,3 %	71 %
430 à 650	523	4,8 %	75 %
650 à 1230	849	5,0 %	76 %

Indéniablement il existe un lien très étroit entre la taille de la boutique et la croissance de son activité. Plus le volume des ventes est élevé et plus le boucher a la possibilité de négocier en direct avec les éleveurs. Les grands établissements sont également les plus à même de

proposer une offre diversifiée, de monter en gamme et de s'adapter aux nouveaux modes de consommation en faveur de produits plus pratiques et rapides à préparer : produits désossés, viandes précuites à consommer à froid, plats cuisinés... Les plats préparés et d'accompagnement peuvent représenter jusqu'à 40 % des recettes d'une boucherie. Plébiscités par les consommateurs, les produits biologiques ou labellisés entraînent une hausse des prix de vente qui permet aux professionnels de compenser la baisse du volume d'activité. Le consommateur a pris conscience que le juste prix n'est pas forcément le prix le plus bas.

Manque de main d'œuvre

Faute de personnel suffisant, les boucheries peinent à se développer, voire à exister car les éventuels repreneurs se recrutent essentiellement parmi les salariés. On assiste à une désaffection des jeunes pour un métier en déficit d'image et aux conditions de travail jugées difficiles. Le manque d'apprentis à l'échelle nationale est estimé à plus de 6.000.

La boucherie, c'est de la technique, mais c'est surtout du commerce. Dans un contexte de forte médiatisation de la santé et de l'alimentation, la profession doit s'efforcer de moderniser son image pour susciter des vocations. A l'instar des cuisiniers, pâtisseries et boulangers qui ont su valoriser leurs savoir-faire, les bouchers doivent redonner à leur métier sa dimension gourmande et gastronomique.



Depuis le 11 février 2014, ce logo (en fait 1 logo pour chacune des 7 viandes) assure au consommateur que la viande est issue d'animaux nés, élevés, abattus, découpés et transformés en France. Ce nouveau sigle de qualité garantit un mode de production respectueux de l'environnement et du bien-être de l'animal, et répond à des normes sanitaires rigoureuses et à une traçabilité totale. Son volet social atteste enfin de l'application d'un salaire minimum et du respect du droit du travail français.

Sources : FCGA, Agreste

Thierry GUERIN

PRESTATIONS DU CENTRE

La formation : un passeport pour l'avenir



Vous êtes souvent sollicités pour participer à des formations. Il faut dire que les acteurs sont assez nombreux. On y trouve tous les institutionnels tels que les chambres consulaires, les CGA, l'Education Nationale (à travers les Greta en particulier). La liste n'est pas exhaustive.

La démarche de chacun de ces organismes est différente mais toujours tournée vers un même objectif : améliorer ses connaissances et les mettre à profit, en règle générale, dans le cadre professionnel même si l'on y trouve toujours un intérêt personnel.

Quelle soit courte (1 journée) ou longue (plusieurs mois), continue ou échelonnée, la formation est un outil de progression et de développement.

Il ne faut pas considérer la formation au cours de la vie professionnelle comme une remise en cause de ses connaissances, de son savoir-faire. Il s'agit de s'appuyer sur les acquis pour évoluer, se perfectionner, s'adapter ou encore trouver une nouvelle voie en collant à la réalité du terrain.

La formation concerne l'ensemble du personnel de l'entreprise, son chef comme ses salariés.

Certes la formation a un coût mais des financements existent (se rapprocher des Opcas par exemple pour les salariés) et il ne s'agit pas de dépenses faites en pure perte. C'est un investissement fait sur l'avenir pour assurer la pérennité de votre entreprise et permettre son développement, un gage du succès ou au moins un moyen pour y parvenir.

Si les bienfaits d'une formation peuvent ne pas sembler immédiats, ne jamais oublier qu'un jour ils remonteront à la surface même si vous ne vous en rendez peut-être pas compte.

La formation fait partie des missions dévolues aux Centres de Gestion Agréés. Nous ne pouvons que vous inciter à tirer parti des propositions qui vous sont faites, qu'elles émanent du CGA ou d'un autre organisme ou même, pourquoi pas d'un fournisseur même si l'objectif peut être différent.

Le plus difficile est sans doute de choisir une formation de qualité et de s'engager dans cette voie de la formation tout au long de la vie professionnelle. Mais comme vous êtes soucieux du bon fonctionnement de votre entreprise, cela est, pour vous, une évidence.

