



# CCI Info

N° 117  
Juillet - Août 2011

Bimestriel d'information  
de la **C**hambre de **C**ommerce et d'**I**ndustrie  
du Gers

## DOSSIER

### RÉUSSIR SES RECRUTEMENTS

## *Le mot du Président*

### **Structurer le Gers pour construire les projets de demain**

Le Gers a **2 rendez-vous** à ne pas manquer pour son attractivité et son identité : la refonte de la carte de ses intercommunalités d'ici 2012 puis la mise en place de Schémas de Cohérence Territoriale (SCOT) avant 2017, obligatoires pour l'ensemble de son territoire. Au final, la carte de **l'organisation du Gers** sera **sensiblement modifiée**, et peut même ne pas correspondre aux limites du Département.

La CCI très impliquée aux côtés des collectivités, du Département et de l'Etat pour un aménagement harmonieux et un développement durable du Gers, a été associée à la réflexion sur le **périmètre des intercommunalités** qui doit aboutir à un nouveau Schéma Départemental de Coopération Intercommunale (SDCI) d'ici la fin de l'année 2011. La **CCI propose** :

- des intercommunalités de taille suffisante pour un **plein exercice** de leur compétence obligatoire "**Développement Economique**", avec la **capacité d'investir** dans des **projets** de développement,
- un objectif moyen à terme de **15 000 à 20 000 habitants** par intercommunalité (moyenne nationale : 22 000 habitants),
- une convergence avec les **10 pôles d'emplois** en terme de commerce et de services à la population,
- une prise en compte des flux des **2 axes routiers structurants** (RN 124 et RN 21) et du rayonnement d'**Auch Ville Moyenne**, relais entre l'Agglomération toulousaine et les territoires ruraux,
- une **anticipation du périmètre des futurs SCOT** qui devront tenir compte du périmètre des intercommunalités et deviendront la **référence stratégique obligatoire** pour l'aménagement du territoire.

Aujourd'hui, le Gers a acquis **une image valorisante et attire** de nouveaux habitants ; la refonte de l'organisation de ses territoires est une **opportunité** à saisir pour se donner les moyens de réaliser des **projets porteurs d'avenir**.

*Michel DOLIGÉ*  
Président

## Sommaire

En bref  
page 2

Dossier : Réussir ses recrutements  
pages 3, 4 et 5

Info Pratique

Chiffres clés  
page 6

Formation  
page 7

Information Economique  
Mouvements d'Entreprises  
page 8

## CONJONCTURE GERS

### La hausse de l'activité économique se confirme au 1er trimestre 2011

Le chiffre d'affaires des entreprises gersoises **augmente de 15%** au 1er trimestre 2011, confirmant les signes de **reprise** observés en fin d'année 2010.

Ce redémarrage s'appuie désormais sur les activités agro-alimentaires, la construction, le commerce et les services (hormis l'immobilier et les transports). L'activité dans le **commerce et les services augmente fortement** sur les 3 premiers mois de l'année.

Les **exportations** de produits manufacturés **augmentent** en valeur de **20%** par rapport au 1er trimestre 2010.

La hausse de l'activité s'accompagne d'une accélération des cadences dans l'aéronautique, une ré-évaluation des prix des produits finis dans l'agroalimentaire mais aussi une concurrence par les prix toujours très forte dans les appels d'offre du secteur de la construction, pénalisant les PME. Les soldes d'opinions des chefs d'entreprise sont en légère hausse sur l'activité réalisée comme sur l'activité prévue pour les prochains mois. Télécharger la note complète sur [www.gers.cci.fr](http://www.gers.cci.fr) – rubrique Information économique/Conjoncture

### AVEC "L'AGENDA DE L'ENTREPRISE" DES CCI, GAGNEZ DU TEMPS POUR DEVELOPPER VOTRE ACTIVITÉ !

- maîtrisez vos échéances fiscales et sociales grâce à vos alertes mails personnalisées,
- comprenez ce que vous devez payer en consultant les fiches pratiques.
- prenez des décisions efficaces pour la gestion de votre entreprise

Un service gratuit accessible 24H/24 :

Inscrivez-vous vite sur <http://www.gers.cci.fr/agenda-de-l-entreprise>

### AGROPARC : DES HÔTELS D'ENTREPRISE UNIQUES EN MIDI-PYRÉNÉES

Les AgroParc lancé en 2010 à

Auch et Seissan constituent une initiative unique en Midi-Pyrénées. Le Gers est le seul département à proposer des hôtels d'entreprise agro-alimentaire disposant de modules loués clé en main, dans lesquels une société peut démarrer immédiatement son activité en s'installant dans des ateliers agréés CE.

### Vous êtes entrepreneurs du secteur ou créateurs d'entreprises agroalimentaires ?

Les Agroparc, créés à l'initiative de la CCI du Gers, vous permettent de lancer votre activité de transformation, conservation, conditionnement ou encore la commercialisation de vos produits dans des modules loués clés en main, dont le loyer mensuel varie de 3 à 6 € HT/m<sup>2</sup>.

Ces modules, d'environ 400 m<sup>2</sup> chacun, sont agencés selon vos besoins (stockage, chambre froide, salles de conditionnement climatisées, cuisson, conditionnement, emballage,...).

Contact CCI :  
Jean-Michel JUSTUMUS  
Tél. 06 83 87 30 48  
Email : [jeanmichel.justumus@ceei-gers.org](mailto:jeanmichel.justumus@ceei-gers.org)  
Paule BÉCHOT  
Tél : 06 33 78 22 04  
Email : [p.bechot@gers.cci.fr](mailto:p.bechot@gers.cci.fr)

### MISSION DE PROSPECTION EN CHINE

La CCI des Hautes-Pyrénées organise, du 12 au 20 novembre 2011, une mission CHINE pour les entreprises régionales de l'agroalimentaire et des vins et spiritueux.

La mission prévoit :

- des rendez-vous avec les acheteurs du Sichuan à Chengdu le 14 novembre
- une participation au Salon Food & Hotel China à Shanghai du 16 au 18 novembre

Contact CCI : Morgane Verglas  
Tél : 05.62.61.62.56  
Email : [m.verglas@gers.cci.fr](mailto:m.verglas@gers.cci.fr)

### VENUE D'ACHETEURS DU SECTEUR ALIMENTAIRE

Des acheteurs Autrichiens seront accueillis à la CCI du Tarn à Albi les 8 et 9 novembre 2011. Au cours de rendez-vous d'affaires, les entreprises régionales

du secteur alimentaire pourront présenter leurs produits à ces acheteurs professionnels et importateurs. Le secteur concerné est essentiellement l'épicerie fine.

Contact CCI : Morgane Verglas  
Tél : 05.62.61.62.56  
Email : [m.verglas@gers.cci.fr](mailto:m.verglas@gers.cci.fr)

### ACCESSION EXPORT Programme d'accompagnement des exportateurs

Le réseau « Destination International » des CCI de Midi-Pyrénées vous propose en 2011 un nouveau programme d'accompagnement «ACCESSION EXPORT » pour vous permettre de commencer ou développer une activité à l'international. Formation, diagnostic, coaching par un consultant spécialisé, bénéficiez du dispositif à coûts réduits grâce à l'aide financière de la Région Midi-Pyrénées.

Contact CCI : Morgane Verglas  
Tél : 05.62.61.62.56  
Email : [m.verglas@gers.cci.fr](mailto:m.verglas@gers.cci.fr)

### JOURNÉES PORTES OUVERTES DES ENTREPRISES GERMOISES 2010

Pour la 7ème année consécutive, la CCI du Gers organise l'opération "Journées Portes Ouvertes des Entreprises Gersoises" du 21 au 25 Novembre 2011.

Ces journées sont consacrées à la valorisation des entreprises et de leurs métiers et permettent de présenter l'activité et le savoir-faire des entreprises gersoises à un public varié de scolaires, étudiants et demandeurs d'emploi ainsi qu'à la presse et aux institutionnels.

La CCI du Gers se charge d'organiser et de coordonner ces visites d'entreprises sur l'ensemble du département.

Les entreprises qui souhaitent participer doivent être identifiées avant le 1er septembre.

Contact CCI : Anaïs CANO  
Tél : 05 62 61 62 82  
Email : [a.cano@gers.cci.fr](mailto:a.cano@gers.cci.fr)

### PLAN DE MOBILISATION POUR L'EMPLOI MESURES EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DE L'ALTERNANCE

- Aide à l'embauche supplémen-

taire de jeunes de moins de 26 ans en alternance : contrat d'apprentissage ou contrat de professionnalisation

Objectif : prise en charge des cotisations sociales patronales restant dues au delà des exonérations déjà en place, pour les embauches supplémentaires par rapport aux contrats en cours et pendant 12 mois

- Aide à l'embauche en contrat de professionnalisation d'un demandeur d'emploi de 45 ans et plus : 2000 € cumulable avec les aides déjà en place.

Les conditions détaillées sont précisées par les décrets 523 et 524 du 16 mai 2011.

Contact CCI : Evelyne DEBENT  
Tel : 05 62 61 62 50  
Email : [e.debent@gers.cci.fr](mailto:e.debent@gers.cci.fr)

### LA BOURSE DE L'IMMOBILIER D'ENTREPRISE

Pour vous implanter ou développer votre activité dans le Gers, pour louer ou vendre des **bureaux**, des **entrepôts**, des **terrains**, des **locaux commerciaux et industriels**, des fonds de commerce ... tous les biens immobiliers à destination des entreprises sur une seule adresse : [www.gers.cci.fr](http://www.gers.cci.fr)

Actuellement, dans la Bourse de l'Immobilier d'Entreprise :

**A VENDRE bâtiment de 180 m<sup>2</sup> au sol avec un étage de 90 m<sup>2</sup>** situé sur un terrain de 1 100 m<sup>2</sup> dans une zone artisanale : construction composée d'une partie accueil-bureaux de 86 m<sup>2</sup> très bien isolée et une partie dépôt de 95 m<sup>2</sup>.

Toute la toiture sud (100 m<sup>2</sup>) est équipée d'un générateur photovoltaïque raccordé au réseau EDF. La revente d'électricité a généré un revenu de 10 800 € HT pour l'année.

Le prix de vente est de 270 000 € HT.

Pour en savoir plus et consulter toutes nos offres : [www.gers.cci.fr](http://www.gers.cci.fr)



Difficile de faire le bon choix entre les candidats qui répondent à une offre d'emploi. Le recruteur doit mettre tous les atouts de son côté pour ne pas se tromper. Pour être sûr d'engager la bonne personne, il faut savoir mener un entretien d'embauche de manière efficace.

## QUELQUES POINTS ESSENTIELS A RESPECTER

### Organiser le recrutement en mode projet

Recruter est un acte stratégique qui se rapproche de la conduite de projet. Il s'agit de prévoir un ensemble d'étapes, de mobiliser les personnes concernées, de fixer des délais et de définir les résultats attendus. Il existe quatre différentes phases dans le recrutement :

- l'**analyse** du besoin ;
- la **recherche** du candidat ;
- la **sélection** ;
- l'**intégration** du collaborateur.

L'**analyse des besoins** est souvent, paradoxalement, une étape un peu négligée alors qu'elle est essentielle.

**Son but** : mettre à plat de manière détaillée les contours de l'emploi à pourvoir (environnement, missions, niveau de responsabilité...) et le profil du candidat recherché (niveau de diplôme ou de qualification, expérience professionnelle, compétences requises...).

Le projet et le besoin doivent être définis avec précision. Le chef d'entreprise doit savoir pourquoi il recrute : faire face à un pic d'activité ponctuel ou développer son activité.

C'est une question de stratégie d'entreprise pour s'adapter à certains marchés, déterminer en amont où l'on veut aller et avec qui. A partir de l'analyse faite du poste à pourvoir, il faudra préciser tout d'abord :

- la formation dont le candidat doit absolument faire état et l'expérience nécessaire,
- décider si l'on aura besoin d'un collaborateur rapidement opérationnel ou, au contraire, si l'on aura le temps de le former.

Il sera également indispensable de définir les connaissances spécifiques qu'il doit posséder. Il s'agit notamment des compétences techniques, comme la maîtrise des outils de comptabilité ou la pratique d'une langue étrangère.

Enfin quelles qualités personnelles sont essentielles pour réussir

dans cette fonction. Ce « savoir-être » ne sera bien sûr pas le même pour un commercial dynamique ou un juriste pointilleux...

### La définition du «portrait robot»

C'est l'étape essentielle et incontournable de tout recrutement réussi. Il faut savoir se poser les bonnes questions après avoir défini ses besoins :

- Est-ce une création de poste, un remplacement (quels sont les motifs du départ) ?
- S'agit-il d'un poste permanent ou provisoire ?
- Dans quel délai doit-il être pourvu ?
- Quel est le titre, l'intitulé du poste, où (au sens hiérarchique) se situe-t-il dans l'entreprise, dans quel environnement immédiat (équipe, chef difficile...)?
- Quelles vont être les missions confiées, essentielles et secondaires (technicité, langues...)?

Y a-t-il du personnel à encadrer, quel est le degré d'autonomie, quels sont les liens fonctionnels...? Quel sera le type de contrat, où se situe le poste, y a-t-il des déplacements ?

Quels sont les horaires de travail, y a-t-il des contraintes particulières (travail de nuit, temps partiel...)? Quel est le salaire proposé, y a-t-il des compléments de rémunération (bonus, voiture...)?

### Les erreurs les plus fréquentes

**Chercher un profil trop complexe** : les candidats les plus talentueux ne peuvent entrer dans le cadre. Or, il est rare de pouvoir recruter plusieurs experts en un. Le remède : tout mettre à plat et bien repérer la compétence principale, en fonction du besoin de l'entreprise ; et distinguer les deux ou trois compétences secondaires qui pourront s'acquérir par l'expérience ou la formation continue.

**Chercher le clone du salarié prédécesseur** : le recrutement doit être l'occasion de remettre à plat l'organisation, en fonction des nouveaux marchés de l'entreprise.

**Tout miser sur les diplômes** : C'est un réflexe français que de considérer d'abord le diplôme,

quand c'est l'expérience et le «savoir-être» qui doivent primer. Il est indispensable de sonder le candidat sur les leçons qu'il a tirées des précédentes étapes de son parcours, et évaluer sa motivation.

**Vouloir aller trop vite** : Plus la mission est précise et importante, moins il faut travailler dans l'urgence. Prendre le temps nécessaire au départ de la procédure de recrutement, dans la définition du poste et des critères prioritaires pour la sélection des candidats.

**Et attention !** Si vous recherchez un comptable rigoureux, n'attendez pas qu'il soit aussi un créatif ou un champion de la communication.

Définir précisément le profil est l'étape essentielle du processus de recrutement. Même en se faisant aider par un prestataire extérieur, il est impossible de faire l'économie de cette phase de définition de profil.

## PROSPECTER LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

L'objectif est d'attirer des candidats correspondant le plus parfaitement possible à ce que l'on recherche. Dès la rédaction de l'offre d'emploi, il faut mettre en avant la culture et les valeurs de l'établissement tout en restant concis et sincère : l'essentiel du poste doit apparaître en quelques mots sans valorisation excessive. Les outils de prospection doivent être adaptés au secteur d'activité : presse spécialisée, sites Internet, contacts avec les écoles, recours à Pôle Emploi. Près de la moitié des recruteurs utilisent un réseau social pour trouver des candidats, selon une enquête publiée par RegionsJob.com., 24% ont déjà recruté au moins une fois grâce à ce type de plateforme. Les TPE-PME sont plutôt en pointe dans le domaine, Il est plus facile pour une petite et moyenne entreprise d'utiliser ces outils, comparés à des grands groupes où il existe tout une série de process à respecter et de réticences à surmonter. Les réseaux sociaux sont bien

adaptés aux PME qui recrutent peu et essentiellement des profils expérimentés, ils permettent de toucher des personnes qui ne sont pas présentes sur les sites emploi et ces nouveaux outils sont peu onéreux.

Nul besoin de chercher ailleurs si le profil se trouve déjà en interne. Les entretiens annuels professionnels sont une base idéale de recherche. Ce choix peut-être validé par des professionnels grâce à divers outils. En outre, une bonne mobilité interne permet de motiver le personnel. Vous aurez ensuite à réorganiser le service dont le candidat est issu ou à prévoir un recrutement pour le remplacer. De nombreuses sociétés ouvrent leurs postes à des stagiaires ou à des étudiants en alternance, qui ont été formés dans la maison. L'apprentissage et la formation en alternance concernent aussi les BTS, les DESS, les professions d'ingénieur ou encore celle de contrôleur de gestion. Il faut également être attentif aux candidatures spontanées reçues dans le courant de l'année ou même sur deux ou trois ans dans des régions à faible mobilité. Constituer une «cvthèque» peut se révéler payant, le temps passé en classement et réponse peut être un investissement intéressant. Hier anecdotique, le recrutement via LinkedIn, Viadeo, voire Facebook, est devenu aujourd'hui incontournable.

### Le cadre légal de l'annonce

Elle doit être rédigée en français; ne pas mentionner le sexe (sauf pour les artistes ou les mannequins !) ou la situation de famille du candidat ; ne pas indiquer de limite d'âge (supérieure ou inférieure) ; ne pas contenir de mentions discriminatoires; éviter toute discrimination.

### L'interdiction des discriminations à l'embauche

Le code du travail protège toute



personne candidate à un poste de travail, à un stage ou à une formation en entreprise contre les discriminations fondées sur sa vie personnelle. En vertu de l'article L. 122-45, sont interdites les discriminations à l'encontre d'un candidat « en raison de son origine, de son sexe, de ses moeurs, de son orientation sexuelle, de son âge, de sa situation de famille, de son appartenance ou de sa non-appartenance, vraie ou supposée, à une ethnie, une nation ou une race, de ses opinions politiques, de ses activités syndicales ou mutualistes, de ses convictions religieuses, de son apparence physique, de son patronyme ou, sauf inaptitude constatée par le médecin du travail [...], en raison de son état de santé ou de son handicap ».

En principe, tout acte discriminatoire, notamment l'exclusion d'un candidat lors d'un recrutement, est nul de plein droit. En pratique, il est très difficile pour un candidat de prouver une telle exclusion. Il aura aussi beaucoup de mal à démontrer qu'il n'a pas obtenu le poste pour le motif en question : le candidat a perdu une chance, mais rien ne garantit qu'il aurait été finalement embauché. Dans tous les cas, le chef d'entreprise coupable de discrimination encourt une peine de deux ans de prison et une amende de 30 000 euros.

## Le respect de la vie privée

Toutes les questions ne sont pas bonnes à poser, les renseignements demandés au candidat doivent avoir en effet pour seul but d'apprécier sa capacité à occuper l'emploi proposé ou d'évaluer ses aptitudes professionnelles.

Il est ainsi interdit de poser des questions sur la vie privée du candidat (marié, divorcé, profession du conjoint...) sauf à ce qu'elle ait un lien direct et nécessaire avec l'emploi proposé.

## Tests et questionnaires

Le candidat doit être informé des techniques de recrutement utilisées. S'il passe des tests (psychologiques, techniques...), il a le droit d'en demander les résultats.

## Vérification des informations données par le candidat

Il est tout à fait légitime de demander au candidat de fournir attestations ou diplômes validant sa formation. De même, il est possible - et conseillé - de vérifier auprès des anciens employeurs les références du CV et le contenu des postes occupés ou de valider que le candidat n'est pas tenu par une clause de non-concurrence.

## UNE PRÉSÉLECTION FIABLE ET RAPIDE DES DOSSIERS

Dès que votre annonce est diffusée dans la presse ou sur internet, l'étape de la sélection commence. Comment dénicher le meilleur candidat à partir des lettres et des CV ? Le recrutement n'est pas une science exacte. Comme le souligne un consultant, la seule règle est de « se tromper le moins souvent possible ».

Vous pouvez tenter l'aventure seul ou recourir aux services d'un cabinet de recrutement. Vous pouvez confier votre recrutement ou une partie de celui-ci à un cabinet de conseil dont c'est le métier. Vous choisissez les prestations qui vous intéressent, comme l'élaboration de l'annonce ou la sélection de vos candidats par tests. Si vous chargez le cabinet de conseil d'une mission complète, celle-ci inclut la définition du besoin, la rédaction et la publication de l'annonce, le tri et la sélection des candidats et, enfin, les tests d'évaluation. Certains cabinets vous proposent aussi les services d'approche directe ou de chasseurs de têtes. Il s'agit de rechercher un cadre ou un dirigeant déjà en poste et de lui proposer de rejoindre votre entreprise.

La méthode peut permettre par exemple à une PME, de trouver un responsable commercial qui lui apportera, outre son expérience, un bon carnet d'adresses. Le syndicat Syntec a créé une norme Afnor qui définit les engagements de qualité et de moyens des cabinets de conseil. Pour être certifiés, ces derniers doivent faire l'objet d'un audit approfondi.

## La clause de garantie :

Un cabinet sérieux vous demandera de cibler précisément le candidat recherché et souhaite-

ra connaître la culture de l'entreprise, car, comme le dit un consultant : « Il ne s'agit pas de trouver le candidat idéal dans l'absolu, mais le meilleur pour votre entreprise. »

Le cabinet de recrutement s'engage à employer tous les moyens dont il dispose. Il doit en outre offrir une garantie : reprendre gratuitement la mission si le candidat quitte l'entreprise pendant la durée de la garantie, que ce soit à la suite d'une démission ou d'un licenciement, y compris durant la période d'essai. La garantie ne joue pas lorsque le poste est supprimé pour raisons économiques.

Elle varie de six mois à un an, et exceptionnellement à deux ans, selon le cabinet et le profil recherché. Négociez la durée la plus longue possible. Lorsque le cahier des charges est clairement établi, vous signez le contrat de mission et versez un acompte d'environ 30 % du total.

Recevoir tous les postulants est parfois impossible. Reste donc à présélectionner les dossiers. Ce premier tri doit se faire avec méthode. Il faut :

- **éliminer** les candidatures inadaptées car trop éloignées des critères fixés ;
- **faire ressortir** les candidatures les plus intéressantes ;
- **statuer** sur les candidatures mitigées, c'est-à-dire celles qui ne répondent pas tout à fait aux exigences du poste mais qui attirent l'oeil par la lettre de motivation, le parcours professionnel... Leur décerner, point par point, des « plus » et des « moins » permet de mieux apprécier leur intérêt.

À ce stade, il faut savoir faire des compromis soit sur le nombre d'années d'expérience, soit sur le diplôme (sauf si ce dernier est obligatoire pour occuper le poste).

Le recruteur recevra les candidats jugés les plus pertinents gardant en réserve quelques dossiers « mitigés ».

Si vous réussissez à réduire la sélection à une demi-douzaine de dossiers qui correspondent au profil recherché, vous pouvez convoquer les candidats. N'hésitez pas à vous entretenir par téléphone avec ceux que vous souhaitez rencontrer. Vous évitez ainsi aux candidats qui ne

sont pas intéressés par la rémunération proposée de se déplacer et vous gagnez un temps précieux. Commence alors une phase d'évaluation dont l'objet est de vérifier l'aptitude du candidat à occuper le poste et à s'intégrer dans l'entreprise.

## DES ENTRETIENS EFFICACES ET DYNAMIQUES

**Les tests :** Il existe une multitude de tests de personnalité ou d'aptitude et leur utilisation est loin d'être aisée. C'est pourquoi il est recommandé de laisser les professionnels du recrutement effectuer ces tests. Les plus utilisés sont les questionnaires ou inventaires de personnalité qui posent plusieurs dizaines, voire plusieurs centaines de questions destinées à couvrir certains traits de personnalité, par exemple le sens des responsabilités ou la sociabilité. Les tests de raisonnement ou de logique se présentent généralement sous la forme de dessins ou de suites de chiffres à compléter. Les tests d'aptitude verbale ou de compréhension consistent à présenter au candidat des mots ou des paragraphes entiers dont il doit donner un synonyme choisi dans une liste jointe.

Selon l'ancienne DRH d'un grand distributeur, « les tests de rapidité, d'exactitude ou de compréhension sont très intéressants pour les petits postes, par exemple pour les caissières ou les magasiniers ».

Mais rappelons qu'il n'y a pas de méthode miracle. Les tests constituent seulement des outils d'aide à la décision.

L'assestement ou la mise en situation peut être utile pour recruter un commercial ou un manager. Ces épreuves combinent souvent des jeux de rôle et le test in basket, dans lequel le candidat doit classer une pile de lettres par ordre de priorité. Mais cette technique demeure marginale en raison de son coût élevé (de 2 500 à 4 000 euros par jour et par candidat). Aujourd'hui encore, près de 80 % des entreprises françaises recourent à la graphologie.



Il s'agit de faire un lien entre l'écriture d'un individu et sa personnalité. Vous pouvez employer un graphologue pour présélectionner les dossiers de candidature. Le « tri graphologique » consiste à sélectionner les dossiers en fonction de l'impression générale que dégage la lettre de motivation, d'après le respect des marges, la forme, la clarté de l'ensemble et la signature. Vous pouvez faire appel à un graphologue pour départager les derniers candidats. L'analyse sera alors très poussée. La graphologie n'étant pas une science exacte, elle doit être employée avec précaution en recourant à un graphologue bien formé (voir le site des graphologues-conseils de France). Elle vient également confirmer des impressions, après un entretien par exemple. Le succès de la graphologie en France peut s'expliquer par son coût assez modique et son efficacité. Même si elle n'est pas une science exacte, la graphologie ne doit pas être confondue avec l'astrologie ou la numérologie.

**L'entretien :** Un entretien comporte six phases., à chacune ses exigences.

**Préparer :** lire attentivement le CV, établir la liste des questions à poser, se rendre disponible vis-à-vis du candidat à recevoir. Bien préparer un entretien, c'est relire les CV et les lettres de motivation. Vous devez en souligner les points intéressants par rapport au profil du candidat et à son expérience.

**Accueillir le candidat :** le mettre à l'aise, se présenter. Le jour J, l'accueil des candidats est essentiel. La majorité des recruteurs commencent par une phrase telle que : « Avez-vous trouvé facilement ? » Il s'agit ainsi d'entamer la conversation en douceur. Commencez par vous présenter et gardez en mémoire que vous êtes la vitrine de votre entreprise pendant l'entretien. C'est vous qui donnez envie ou non au candidat de vous rejoindre. Par ailleurs, n'oubliez pas qu'un candidat à l'aise se dévoilera plus facilement. C'est pourquoi nous vous conseillons la technique de l'entretien « semi-directif » : c'est vous qui donnez le fil conducteur à la discussion. Il est préférable d'éviter les

entretiens trop stressants ou déstabilisants tels que l'entretien « interrogatoire » pendant lequel le candidat est sur le gril. Quant à l'entretien « non directif », qui commence par « Je vous écoute, vous avez une heure », il doit être utilisé avec précaution, par exemple pour recruter un jeune commercial dynamique et ambitieux. Quelle que soit la façon dont vous conduisez l'entretien, ne parlez pas trop. Le candidat risque de se caler sur votre discours et vous ne saurez pas alors à quoi vous en tenir. En principe, un entretien ne dure pas plus d'une heure. Mais rien ne vous empêche de convoquer à nouveau le candidat lorsque vous hésitez.

**Faire connaissance :** le candidat doit exprimer ses attentes et le recruteur présenter son établissement (missions, valeurs, ambiance de travail). C'est à ce stade qu'il faut prendre le temps d'observer, d'écouter et de poser les bonnes questions. Durant la première partie de l'entretien, vous devez présenter l'entreprise, puis dérouler le CV du candidat pour éclairer les zones d'ombre. Soyez à l'écoute de la personne. Ne cherchez pas à la coincer. Posez-lui des questions claires et reformulez-les, si besoin, afin de vérifier l'adéquation des réponses avec les critères prioritaires et secondaires du poste.

La rémunération est un sujet incontournable. Si le candidat est trop gourmand par rapport à ce que vous pouvez proposer, écoutez l'entretien. Toutefois, s'il correspond parfaitement au profil, vous aurez peut-être intérêt à négocier avec le service des ressources humaines une rémunération plus élevée que celle prévue. Selon le poste à pourvoir, évaluez la bonne humeur du candidat, ses aspirations, ses motivations.

**Convaincre :** le recruteur doit présenter le poste en toute sincérité sans chercher à l'embellir ou, à l'inverse, à le dévaloriser. Il est utile d'inviter le candidat à réagir (salaire, évolution de carrière...). Dans une seconde phase, présentez-lui le poste. Soyez attentif à ses questions, car elles sont souvent révélatrices de son intérêt pour la fonction. En ce qui concerne les activités

extra-professionnelles, tout dépend du recruteur. Une responsable des ressources humaines témoigne : « Lors d'un recrutement, j'ai présenté trois très bons candidats à un opérationnel de mon entreprise. L'un d'entre eux était breton et faisait de la voile. Dès que le sujet a été abordé, il n'a plus été question d'autre chose, le choix était fait ! ». Un tel coup de coeur ne présente pas de danger lorsqu'une bonne sélection des candidats a déjà été effectuée en amont. Le recruteur doit inspirer confiance et se montrer authentique et cohérent entre ce qu'il affirme des valeurs de l'établissement et ce qu'il représente lui-même... L'objectif est de bien évaluer les compétences du candidat en termes de savoir (études, diplômes...), de savoir-faire (pratiques professionnelles), de savoir-être (attitudes et comportements adaptés au poste à pourvoir), de savoir-devenir (capacités d'évolution). Sans oublier évidemment la dimension « motivation » qui est essentielle.

**Les droits du candidat lors du processus de recrutement :** L'article L. 121-6 du Code du travail impose au candidat de « répondre de bonne foi » aux questions qui lui sont posées si elles présentent « un lien direct avec l'emploi proposé ou avec l'évaluation des aptitudes professionnelles ». Toutefois, l'article L. 122-25 du même code interdit à l'employeur « de rechercher ou de faire rechercher les informations concernant l'état de grossesse de l'intéressée ». Le texte ajoute que « la femme candidate à un emploi n'est pas tenue de révéler son état de grossesse ». Il s'agit alors d'un droit de ne pas dire, voire d'un droit au mensonge si la question est directement posée lors d'un recrutement. Par ailleurs, le candidat doit être informé « préalablement à leur mise en oeuvre des méthodes et techniques d'aide au recrutement utilisées à son égard ». En outre, celles-ci « doivent être pertinentes au regard de la finalité poursuivie » et les résultats doivent rester confidentiels (article L. 121-7 du Code du travail). En pratique, le refus d'un candidat de se soumettre aux méthodes de recrutement l'exclurait systématiquement du processus de

sélection.

**Conclure :** le recruteur communique au candidat les étapes à venir et les échéances. A la fin de l'entretien, certains recruteurs font réagir le candidat sur son adéquation ou son inadéquation avec le poste. Il s'agit alors de ne pas lui laisser de faux espoirs. Au terme de l'entretien, indiquez au candidat le délai nécessaire à votre décision. Un délai de quinze jours semble suffisant. Demandez-lui de vous rappeler à la fin de ce délai. Lorsque vous avez vu tous les candidats, classez-les par ordre de préférence. Il est prudent d'en retenir plusieurs en cas de désistement. Dès votre décision prise, envoyez la lettre d'acceptation au plus vite car le candidat s'accorde souvent un délai de réflexion. S'il se désiste, contactez le candidat suivant.

Ce n'est que lorsque vous avez obtenu l'accord de votre futur collaborateur que vous pouvez envoyer les lettres de refus. N'attendez pas plus de trois semaines.

**Suivre :** il s'agit de respecter les engagements pris comme les courriers à envoyer (pour ne pas donner suite ou pour un nouveau rendez-vous). Il faut éviter de trop espacer les différentes étapes. Le recrutement doit rester dans une dynamique.

## UN ESPRIT DE SYNTHÈSE AU FINAL

Souvent plusieurs personnes participent à la décision finale. Deux ou trois candidats restent en lice et voient différents interlocuteurs. Il faut à ce stade bien exercer son esprit de synthèse et éviter les réactions trop contrastées. Une décision collégiale permet d'exprimer différents points de vue et d'éviter une approche trop subjective.

## MARDI DE LA CREATION

Les 12 et 26 juillet 2011, 6 et 20 septembre 2011 de 9h à 12h à la CCI à Auch - Place Jean David.



# AFFICHAGE DES PRIX : QUEL PRIX AFFICHER

## PRIX TOTAL TTC

Toute information sur les prix de produits ou de services doit faire apparaître, quel que soit le support utilisé, la somme totale toutes taxes comprises qui devra être effectivement payée par le consommateur, exprimée en euros (arrêté du 3 décembre 1987). Toutefois, pourront être ajoutés à la somme annoncée les frais ou rémunérations correspondant à des prestations supplémentaires exceptionnelles expressément réclamées par le consommateur et dont le coût aura fait l'objet d'un accord préalable. Par ailleurs, lorsque le prix annoncé ne comprend pas la fourniture d'un élément indispensable à l'utilisation du produit, le vendeur doit l'indiquer explicitement.

## Marchandise incomplète

Le consommateur doit, par exemple, être averti de ce que le prix annoncé ne comprend pas : pour un jouet, les piles électriques nécessaires, pour un appareil ménager, un élément de branchement ou l'intervention d'un professionnel.

## FRAIS D'ENVOI OU DE LIVRAISON

Ces frais sont inclus dans le prix affiché dès lors que l'entreprise n'a pas indiqué de façon apparente qu'elle ne les assumait pas (par exemple, « prix emporté »). Lorsque l'entreprise indique que les frais d'envoi ou de livraison ne sont pas inclus, l'information doit préciser (arrêté du 3 décembre 1987, art. 2) sur les lieux de vente, le montant de ces frais suivant les différentes zones desservies par le vendeur; hors des lieux de vente, leur montant pour la zone habituellement desservie par le vendeur.

## CODE-BARRES

Ce code, constitué de barres verticales et de chiffres inscrits au bas, est illisible par le consommateur. Le prix des articles codés doit donc être affiché par un écriteau sur le rayon. Si une différence de prix est constatée entre le prix affiché en rayon et celui pratiqué à la cais-

se par la lecture du code-barres, le directeur du magasin peut être poursuivi pénalement pour publicité mensongère. Un concurrent peut venir relever les prix pratiqués dans un magasin. Mais il doit le faire manuellement ; il ne peut utiliser un lecteur optique de codes-barres. L'exploitant du magasin est en effet en droit de s'opposer à ce procédé (cass. com. 16 juillet 1991, n° 90-15242).

## PROCÉDÉS D'AFFICHAGE

Tous les produits que le consommateur peut voir soit de l'extérieur de l'établissement de vente (vitrines, étalages, etc.), soit à l'intérieur (étagères, présentoirs, etc.) sont soumis à une même obligation : leur prix doit faire l'objet de publicité, selon un procédé tel que le client puisse connaître ce prix sans entrer dans le lieu de vente, si le produit est visible de l'extérieur, et sans avoir à interroger le vendeur, si le produit est visible à l'intérieur.

Si une marchandise est exposée à la fois en vitrine et à l'intérieur de la boutique, son prix doit être marqué aux deux endroits (circ. du 19 juillet 1988).

Sauf réglementation particulière, cette obligation s'applique à tous les produits, y compris d'occasion ou factices ; elle doit être respectée dans les boutiques, magasins, comme dans tout autre lieu de vente même situé en plein air. Le marquage des prix n'est toutefois pas exigé pour les produits placés dans les vitrines éloignées du lieu de vente. Il n'est ainsi pas nécessaire d'indiquer le prix des marchandises présentées dans une vitrine-exposition installée dans un lieu public, dans une gare ou une station de métro (circ. du 19 juillet 1988).

La valeur du produit est sans incidence sur l'obligation d'en afficher le prix. Ainsi, le prix des articles de bijouterie, horlogerie et joaillerie doit être marqué ou étiqueté (cass. crim. 16 mars 1977, n° 76-90187). L'affichage du prix des produits destinés à la vente au détail doit être fait au moyen d'un écriteau ou d'une étiquette (arrêté du 3 décembre 1987, art. 4). L'écriteau doit être

placé sur le produit lui-même ou à proximité, de façon à ce qu'il n'existe aucune incertitude quant au produit auquel il se rapporte. S'il peut y avoir un doute sur la nature ou la qualité du produit, l'indication du prix doit être accompagnée de sa dénomination exacte.

Le prix doit être indiqué en caractères très lisibles du lieu où le consommateur peut voir les produits. L'étiquetage est utilisé lorsque l'acheteur peut prendre seul le produit en main. Le commerçant doit choisir une étiquette de dimensions suffisantes car elle doit porter lisiblement les mêmes mentions que l'écriteau. Les produits vendus en vrac, tels que, par exemple, les produits périssables (viandes et légumes frais), certains produits d'épicerie (pâtes alimentaires, légumes secs, etc.) ou certains produits manufacturés (tissus au mètre), doivent comporter un écriteau indiquant outre le prix, l'unité de poids ou de mesure à laquelle ce prix correspond (kilogramme, mètre, litre ou sous-multiples de ces unités selon les règles applicables ou les usages commerciaux) (arrêté du 3 décembre 1987, art. 8). Les produits vendus par lots doivent comporter un écriteau mentionnant le prix et la composition du lot, ainsi que le prix de chaque produit composant le lot (arrêté du 3 décembre 1987, art. 8).

## Marchandises non exposées :

Tout produit non exposé à la vue du public mais disponible pour la vente au détail soit dans les magasins de vente, soit dans les locaux attenants au magasin et directement accessibles de celui-ci, doit être muni d'une étiquette indiquant son prix TTC (arrêté du 3 décembre 1987, art. 10). L'obligation ne concerne que les produits destinés à être vendus immédiatement.

En conséquence, l'étiquetage n'est pas obligatoire pour les marchandises qui n'ont pas encore été sorties de leur emballage d'origine lorsque la vente a lieu habituellement sans emballage. Doivent être étiquetés afin que l'acheteur soit à même d'en connaître le prix : les chaussures rangées dans leur boîte ; les articles de mercerie rangés dans un

tiroir ; les articles de quincaillerie rangés dans l'arrière-boutique. L'étiquette doit mentionner le prix TTC et, le cas échéant, l'unité de poids ou de mesure dans laquelle la marchandise est vendue.

L'étiquette doit être placée ou attachée sur le produit lui-même ou sur l'emballage dans lequel il se présente à la vente. Elle peut être remplacée par la simple inscription du prix sur le produit ou l'emballage.

## Prestations de services

Le prix de toute prestation de services doit faire l'objet d'un affichage dans les lieux où la prestation est proposée au public (arrêté du 3 décembre 1987, art. 13). Le procédé obligatoire de l'affichage ne peut être remplacé par la mise à disposition d'un catalogue que lorsque l'affiche ne pourrait pas être parfaitement lisible par le client eu égard au nombre très important de prestations proposées ou à la grande diversité des conditions dans lesquelles elles peuvent être fournies. L'affichage consiste en l'indication, sur un support unique et parfaitement lisible, de la liste des prestations offertes et du prix TTC de chacune d'elles.

## CHIFFRES CLES

### SMIC horaire :

9 € au 1er janvier 2011

### Minimum garanti :

3,36 € au 1er janvier 2011

**Plafond mensuel de la sécurité sociale :** 2 946 € au 1er janvier 2011

**Indice du coût de la construction INSEE :** 4ème trimestre 2010 : 1533

**Indice des loyers commerciaux :** 4ème trimestre 2010 : 102.92 €

**Taux d'intérêt légal pour 2011 :** 0.38 %

**Prud'hommes : Taux de compétence en dernier ressort depuis le 01/10/05**  
4 000 €.



## FORMATIONS CONTINUES POUR LES ENTREPRISES

Toute l'offre de formation de CCI FORMATION GERS sur son site web : [www.cci-formation-gers.fr](http://www.cci-formation-gers.fr)  
Le calendrier des formations du second semestre 2011 est disponible sur demande.  
N'hésitez pas à nous contacter au 05 62 61 62 32 ou par mail [cciformation@gers.cci.fr](mailto:cciformation@gers.cci.fr)

## FORMATION POUR CHEF D'ENTREPRISE : "OUTILS DE PILOTAGE DE L'ENTREPRISE"

Le perfectionnement des chefs d'entreprise dans leur métier d'entrepreneur est une priorité de la CCI pour développer le Gers.

CCI Formation Gers lance la 13ème promotion de cette formation : **2 jours par mois pendant 9 mois, démarrage en Septembre 2011.**

Ce cycle de perfectionnement, initié par CAPITOLIS - Ecole Supérieure de Commerce de Toulouse, est dédié aux **patrons de TPE et PME, successeur ou repreneur d'entreprise, directeur d'agence ou d'établissement...** et répond concrètement aux préoccupations des décideurs pour mener l'entreprise plus loin :

- **DÉCIDER** des actions à mettre en oeuvre
- **ANALYSER et COMPRENDRE** l'entreprise dans son environnement
- **PILOTER** l'entreprise dans un contexte en perpétuelle évolution
- **RENFORCER** son autonomie dans ses décisions
- **APPRENDRE A REMETTRE EN CAUSE** ses habitudes et
- **S'ENGAGER** dans une démarche de progrès.

Contact : Valérie VALADIÉ  
CCI FORMATION GERS  
Tél : 05 62 61 62 30  
E-mail : [cciformation@gers.cci.fr](mailto:cciformation@gers.cci.fr)

## STAGES INTER ENTREPRISES SEPTEMBRE 2011 :

- Les différents types de contrat de travail : 20 et 27 septembre
- Intégrer et accompagner : formation de tutorat : 22 septembre
- Gestion du stress : 22 et 29 septembre

- CACES R389 : 26 et 27 septembre
- Word initiation : 29 septembre et 6 octobre

Contact : Nathalie SARRERE  
CCI FORMATION GERS  
Tél. : 05 62 61 62 31  
E-mail : [cciformation@gers.cci.fr](mailto:cciformation@gers.cci.fr)  
Site web : [www.cci-formation-gers.fr](http://www.cci-formation-gers.fr)

## FORMATIONS CONTINUES EN AGRO ALIMENTAIRE

Toutes les formations peuvent être réalisées sur demande en "intra" en entreprise.

Consultation du catalogue formations 2011 disponible sur le site : [www.formations-agroalimentaire.fr](http://www.formations-agroalimentaire.fr)

## PROCHAINE FORMATION INTER ENTREPRISES À AUCH AU CTCPA/CRITT :

### Le Foie Gras : Maîtrise de la matière première, foie gras entier, bloc de foie gras

- Quel est le contexte réglementaire ?
- Quelles sont les techniques d'élevage et de gavage ?
- Quelles sont les paramètres de production ayant une incidence sur la qualité du foie gras ?
- Quelles sont les informations importantes et nécessaires depuis l'achat de la matière première à la rédaction de l'étiquette ?
- Quelles sont les techniques les mieux adaptées pour la fabrication ?
- Comment optimiser la qualité du produit fini ?
- Comment adapter le procédé de fabrication en fonction de la variabilité de la matière première ?

### Le cutterage

- Quels sont les étapes et les paramètres de cette opération ?
- Quels sont les principes émulsifiants de la matière première et les interactions produits/process ?
- Comment se réalise l'émulsion ?

**Dates** : 13, 14 et 15 septembre – AUCH

Contact CTCPA : Magali LARGEOT  
Tél : 04 74 45 52 35  
E-mail : [mlargeot@ctcpa.org](mailto:mlargeot@ctcpa.org)  
Site web : [www.formations-agroalimentaire.fr](http://www.formations-agroalimentaire.fr)

## CCI FORMATION ALTERNANCE

### Formation en alternance

## « EMPLOYE COMMERCIAL EN MAGASIN » sous contrat de professionnalisation

**Principe** : embauche en CDD de 12 mois ouvrant droit à exonération de charges. La personne recrutée alterne période en formation et période en entreprise.

**Cible** : Tout commerce de distribution de biens.

**Démarrage d'une nouvelle promotion en juin 2011.**

Contact : Claudie LARANÉ  
CCI FORMATION GERS  
Tél. : 05 62 61 62 32  
E-mail : [c.larane@gers.cci.fr](mailto:c.larane@gers.cci.fr)

## FLD - PREPARATION A UN NOUVEL EMPLOI

Nos formations qualifiantes de longue durée se déroulent en Centre de Formation - préparer des compétences pour préparer l'emploi - avec une période d'application en entreprise en fin de formation qui constitue un réel tremplin pour l'emploi :

- 4 formations longues en insertion professionnelle : formations financées par la Région Midi-Pyrénées, le Fonds Social Européen ou Pôle Emploi
- **ASSISTANTE COMMERCIALE**
- **VENTE REPRÉSENTATION**
- **AGENT ADMINISTRATIF**
- **EMPLOYÉ COMMERCIAL EN MAGASIN.**

Les entreprises en recherche de personnel qualifié peuvent nous contacter pour déposer leurs offres de stage et/ou d'emploi :

Contact : Claudie LARANÉ  
CCI FORMATION GERS  
Tél. : 05 62 61 62 32

### IMPORTANT :

Les formations de longue durée peuvent bénéficier à tous les publics et tous financements confondus (contrats et périodes de professionnalisation, CIF CDI et CDD, DIF, Convention de Reclassement Professionnel...).

E-mail : [cciformation@gers.cci.fr](mailto:cciformation@gers.cci.fr)  
Site web : [www.cci-formation.fr](http://www.cci-formation.fr)

## FORMATION A DISTANCE

Formations proposées via le réseau **Pyramide** de la Région Midi-Pyrénées, sur le **site d'Auch au siège de la CCI** du Gers - Place Jean David à Auch.

L'objectif de ce réseau est de faciliter l'accès à la formation en la rapprochant des stagiaires grâce aux TIC. Ainsi **depuis le mois de septembre de nouvelles formations** sont programmées : Secrétaire médicale, Initiation et Perfectionnement Bureautique, Assistant de vie CQP, Deuxième chance pour une qualification, Création et reprise d'entreprise, Méthode HACCP, DUSTIC, Administrateur réseau Linux windows junior, Créateur de site web, Programmation internet, Entretien courant spécifique des locaux, Gérer une association, Employé Familial Polyvalent, etc.

**Venez découvrir** ou redécouvrir le **réseau** et le contenu des formations disponibles à la CCI du Gers à Auch, Place Jean David. Si vous souhaitez vous renseigner ou vous inscrire :

Contact CCI : Nicolas SOUREIL  
Tél. : 05 62 61 62 24  
Email : [n.souireil@gers.cci.fr](mailto:n.souireil@gers.cci.fr)  
Site : [www.reseau-pyramide.com](http://www.reseau-pyramide.com)

## FORMATION "5 JOURS POUR ENTREPRENDRE"

Vous souhaitez créer ou reprendre une entreprise commerciale ou de services. Vous voulez valider votre projet. Vous pensez qu'être chef d'entreprise ne s'improvise pas. La CCI du Gers vous propose une formation de 5 jours pour entreprendre. L'objectif est de permettre à chacun de : maîtriser les étapes de la création d'entreprise, tester et valider la cohérence de son projet, d'appréhender les contraintes et les choix juridiques, fiscaux, sociaux, de se former aux principes de base de la gestion d'entreprise, d'approcher ses interlocuteurs futurs, de se donner les meilleures chances de réussite.

**Participation au coût** : réduite à 95 € (grâce aux financements CCI, État et Europe).

Prochaine session : du **10 au 14 octobre 2011**

Information ou inscription,

Contact CCI : Christine BACQUÉ  
Tél. : 05 62 61 62 21  
E-mail : [c.bacque@gers.cci.fr](mailto:c.bacque@gers.cci.fr)



## INFORMATION ÉCONOMIQUE

### HAUSSE DE 1% DE L'EMPLOI SALARIÉ AU 4ÈME TRIMESTRE 2010 DANS LE GERS

L'emploi salarié augmente de 1% dans le Gers au 4ème trimestre 2010 pour atteindre 31267 salariés au 1er janvier 2011. L'emploi augmente globalement de 0,6% sur l'année. Le secteur industriel enregistre une baisse de 2,2% de ses effectifs, la construction, une baisse de 3,9% tandis que le nombre de salariés du secteur tertiaire augmente de 2,2%. Sur les 3 derniers mois de l'année, la baisse d'effectif ralentit dans l'industrie (-0,5%), la construction perd 1,6% d'emplois et le secteur tertiaire crée 1,9% d'emplois supplémentaires.

Source Pôle Emploi – hors agriculture – mai 2011

10988

C'est le nombre d'actifs gersois de plus de 15 ans, ayant un emploi et dont le lieu de travail se situe hors du département. Plus de la moitié de ces actifs

(54%), soit 5988 personnes âgées de plus de 15 ans, travaillent en Haute-Garonne (31). Les actifs résidents gersois effectuant des navettes domicile-travail vers un lieu de travail situé hors du département représentent 14,6% des actifs gersois de plus de 15 ans ayant un emploi.

Source : CCI du GERS - INSEE RGP Données 2007- bases sur les flux de mobilités professionnelles (déplacements domicile - lieu de travail).

### LES DOSSIERS SECTORIELS

Les CCI de Midi-Pyrénées, réalisent des **dossiers sectoriels** sur des **filières clés** pour la région : agro-alimentaire, bois, TIC, éco-entreprises, architecture ingénierie contrôle, industrie graphique ...

Dossiers et chiffres clés à télécharger sur :

<http://www.obseco.fr/> - rubrique secteurs clés

### RESSOURCES EN LIGNE

Le **calendrier 2ème semestre 2011 des formations inter-entreprises CCI formation Gers** est en ligne sur [www.gers.cci.fr](http://www.gers.cci.fr)

### 2 Dossiers thématiques sur [www.reseaurural.fr](http://www.reseaurural.fr) :

**Entrepreneuriat en milieu rural** Ce dossier thématique propose un panorama des travaux et des initiatives repérées au sein du Réseau rural, par rapport aux enjeux : approche territoriale et collective de l'entrepreneuriat, outils d'accompagnement des porteurs de projets et outils financiers,...

### Eco-construction-Agro-matériaux

Ce dossier focalise sur un axe de la valorisation des ressources locales en relation, notamment, avec les circuits de proximité et la ressource bois. Il présente le calendrier événementiel du thème, des ressources méthodologiques, et des initiatives et projets développés en Europe et sur nos territoires.

<http://www.reseaurural.fr/centre-de-ressources/dossiers-publications>

### RURALITIC UNIVERSITÉ D'ÉTÉ DES TIC POUR LES TERRITOIRES

La 6ème édition de RURALITIC, **Universités d'été des TIC pour les Territoires**, se tiendra à Aurillac les **31 août et 1er septembre 2011**. Très Haut Débit,

accès à Internet pour tous, e-éducation, e-santé, e-tourisme, télétravail, économie numérique.... Toutes les opportunités de développement local qu'offrent les technologies numériques

<http://www.ruralitic.org/>

et aussi :

### INSCRIVEZ VOUS SUR L'ANNUAIRE DES ENTREPRISES GERMOISES EN LIGNE !

Pour **promouvoir vos produits et accroître la fréquentation de votre site internet**, validez et complétez vite les informations relatives à votre entreprise via le formulaire en ligne sur <http://www.gers.cci.fr/annuaire.html> rubrique « accéder au formulaire » .

### SUIVEZ NOUS SUR TWITTER !

[twitter.com/gerscci](http://twitter.com/gerscci) : L'actualité économique du Gers

[twitter.com/gersbusiness](http://twitter.com/gersbusiness) : Une information en temps réel pour les entreprises

Contact CCI : Service Administration  
Tél. : 05.62.61.62.40  
E-mail : [adm@gers.cci.fr](mailto:adm@gers.cci.fr)

## MOUVEMENTS D'ENTREPRISES (MAI - JUIN 2011)

Le Centre de Formalités des Entreprises (CFE) de la CCI a enregistré **643** formalités pendant les mois de Mai et Juin : 109 **créations** d'activité, 227 **cessations** d'activité et 307 **modifications** d'inscriptions au Registre du Commerce et des Sociétés du Gers.

### ANCIEN PROPRIETAIRE

M. Andrew NADIN  
Mme Fabienne BEGUET  
Mme Marie France HOUGET  
Sté Trav. Publ. et agr. du Gersois  
Mme Claudette GONZALEZ  
Mme Esther RIU  
M. Franck BOMONT  
Mme Brigida PESSOA  
Mme Sylvie GARDIN  
Mme Anne Marie SORHOUET  
SARL PACHA INFORMATIQUE  
M. Hervé COLLIN  
M. Claude BELLEGOU  
SARL LA BOULANGE  
M. Jesus MORELL  
M. Jean Louis DUPONT  
M. Paulus KEJDENER  
Mme Nathalie LAFFITTE  
M. Patrick TABACCO  
M. Marc WATTERNAUX  
M. Christian FANTINI  
Mme Claudine CASTELLARIN

### ACTIVITE

Maçonnerie Restauration  
Prêt-à-porter  
Vente vins produits alimentaires  
Centrale de graves émulsion  
Produits de beauté - parfumerie  
Transports sanitaires ambulances  
Restauration rapide pizzas  
Restauration rapide  
Vente de produits cosmétiques  
Pharmacie  
Négoce matériels informatiques  
Fabrication et pose de menuiseries  
Plomberie Chauffage installation  
Boulangerie Pâtisserie  
Travaux publics, agricoles terrass.  
Réparat. achat vente mat.agricole  
Restaurant, organisation séminaires  
Pizzeria Restaurant  
Vente réparations cycles motos  
Débit de boissons snack  
Chaussures  
Tabac Bimbelot. cadeaux confiserie

### NOUVEAU PROPRIETAIRE

EUURL PIGNON GASCON  
SARL MELLARD LAMOULIE  
SARL COLLIVET  
SAS Eurovia enrobés Sud Ouest  
Mme Sylvie BERTRAND  
SARL Ambulances VSL Taxis E. Riu  
SARL PIZZAROBAS  
Mme Célia BESCHEMIN  
Mme Fanny LAPEYRE  
EUURL PHARMACIE CARRIER  
SARL ARTORIS  
SARL plastigers  
SARL GASCOGNE ENERGIES  
SARL B.C.B.G  
SARL MORELL Jesus et Fils  
M. Lorin BOURGES  
M. J. FRANCOIS - M. W. DUGUA  
SARL PIZZERIA DI ROMA  
SARL CAMPANINI INGRID  
Mme Michèle DOUARD  
M. Laurent FANTINI  
Mme Myriam FERRADOU

### LIEU

MOUCHAN  
AUCH  
GIMONT  
ROQUELAURE  
EAUZE  
LECTOURE  
PAVIE  
PAVIE  
SAMATAN  
RISCLE  
AUCH  
LABARRERE  
MONTESQUIOU  
CASTERA VERDUZAN  
AURADE  
LANNUX  
LOMBEZ  
NOGARO  
GIMONT  
CONDOM  
GIMONT  
FLEURANCE

