



RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE



# Numérique : les clés d'une transition réussie

La révolution que connaissent les systèmes d'information ouvre de nouvelles perspectives aux PME et TPE. Pour rester compétitives et gagner en croissance, prendre le virage du numérique s'impose. Les CCI sont particulièrement mobilisées pour faciliter cette transition. Plan de route.

**L**es transformations technologiques ont rarement eu un impact aussi rapide et aussi profond sur les entreprises. Le numérique a envahi tous les secteurs économiques et offre de nouveaux leviers de croissance, notamment aux TPE et PME. Puissance informatique fluidifiant les échanges, outils numériques améliorant la productivité, webmarketing pour accroître la notoriété, vente en ligne afin d'étendre son rayonnement commercial... Inclure les technologies du numérique dans sa stratégie n'est plus une option, comme le rappelle Jean-Pierre Verjus, président du collectif Digital Grenoble, labellisé French Tech en novembre dernier : "Savez-vous qu'en France 60 % des nouveaux emplois sont créés par 6 % d'entreprises 100 % numériques ? Une étude opérée par France Digital montre que 150 entreprises du numérique ont réalisé en un an une croissance de 42 %, une augmentation d'effectif de 22 %, pour une activité à 40 % à l'international. (...) Pour nous donner de meilleures chances de voir émerger de futurs champions français, il est nécessaire d'accompagner le mouvement et d'ouvrir les entreprises traditionnelles aux mutations en cours."<sup>1</sup> Dans cette mutation, les CCI

de Rhône-Alpes ne sont pas en reste : "Les CCI se sont mobilisées dès le début des années 2000 via leurs programmes de formation ou d'accompagnement collectif (Ecobiz, Achatville...). Mais ces actions n'ont cessé de se renforcer car aucune entreprise, aucun secteur d'activité n'échappera à la révolution numérique", diagnostique Jean-Paul Mauduy, président de la CCI de région Rhône-Alpes.

■■■

1- Propos recueillis dans le magazine *Présences* de février 2015.

## Les chiffres-clés du numérique en France et en Europe

En pourcentage des entreprises

	France	Moyenne UE 28
Connexion Internet haut débit (fixe et mobile)	99 %	93 %
Utilisation d'un ERP	33 %	26 %
Utilisation d'un GRC	26 %	26 %
Possession d'un site web	65 %	73 %
Utilisation des réseaux sociaux	18 %	28 %
Achat en ligne (Internet et EDI)	20 %	37 %
Vente en ligne (Internet et EDI)	14 %	17 %

EDI (échange de données informatisé) : opération commerciale réalisée d'ordinateur à ordinateur dans un format électronique.  
Enquête Eurostat réalisée entre 2012 et 2013.

# RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE

## Parasite Design, une réussite 100 % connectée

Fondée en 2002 par le créateur Hugo Martin, Parasite Design conçoit des lunettes au design original. Depuis ses bureaux de Saint-Vulbas, la marque a su s'imposer dans plus d'une trentaine de pays. "Un rayonnement à l'international qui passe par nos outils de communication digitaux : site web, comptes Facebook et Instagram", indique Hugo Martin. Dans le cadre du dispositif SI PME, l'entreprise a développé avec la CCI de l'Ain un réseau social interne "qui encourage les échanges et la cohésion. Chacun des 15 salariés peut partager des informations et commenter. Je peux publier des résultats, un commercial prendre en photo une vitrine, etc.". Sur ce modèle de réseau privé, Parasite Design (CA entre 2,5 M€ et 3 M€) développe un GRC réservé à ses clients et partenaires privilégiés. "Nous leur transmettrons des offres exclusives, demanderons leur avis quant à un prototype... L'idée est de les impliquer pour qu'ils deviennent nos relais auprès d'autres clients." L'entreprise qui vient d'ouvrir des bureaux à Miami s'appuie sur ses outils pour rester connectée de part et d'autre de l'Atlantique.

AIN



## Les entreprises françaises se situent en dessous de la moyenne européenne pour la possession d'un site web

Sources et services (machines, données, applications, etc.), principalement hébergées chez des prestataires, dans un *data center*. "Le *cloud* garantit aux TPE et PME puissance informatique, souplesse d'usage et évolutivité du système. Externaliser, en confiant à des experts la gestion de ses systèmes d'information, permet de réduire les coûts d'acquisition et de maîtriser les coûts de fonctionnement. D'autant que, d'un point de vue comptable, le *cloud* entre dans la catégorie des services et prestations et non des immobilisations", explique Nicole Sgro, directrice de Fingerprint Technologies, intégrateur de solutions numériques dans la Drôme.

### La virtualisation numérique des outils bureautiques, élément clé de l'efficacité

Source d'optimisation par excellence, les ERP (logiciels de gestion intégrés) harmonisent l'ensemble des systèmes d'information afin de garantir l'unicité et la mise à jour en temps réel des données. Achats, ventes, facturation, gestion des stocks... Du devis à la livraison, ils suppriment les ressaisies et automatisent les processus. Les GRC (logiciels de relation clients) centralisent et analysent quant à eux les informations relatives aux clients et prospects. Afin de gagner en flexibilité et en mobilité, l'ensemble

### ■■■ Un état des lieux contrasté pour les entreprises françaises

Et il y a urgence, car selon l'Observatoire du numérique, l'équipement et les usages des entreprises françaises apparaissent contrastés. Les pratiques se caractérisent certes par des taux élevés en connexion haut débit, utilisation de logiciels ou d'un intranet. En revanche, les entreprises se placent en dessous de la moyenne européenne pour la possession d'un site web, la pratique d'achats en ligne et l'utilisation des réseaux sociaux. "La majorité d'entre elles a passé la première étape d'information incluant l'utilisation de logiciels pour l'interne et d'un site web pour l'externe. La seconde étape, la "digitalisation", va plus loin. Il s'agit d'une démarche profonde touchant l'ensemble des services. L'objectif n'est pas de réaliser une transition immédiate et complète, mais de rentrer dans le processus pour sensibiliser les équipes. Les différentes étapes se franchiront ensuite naturellement", assure Serge Imbert-Bouchard, délégué territorial Isère du Clust'R Numérique fédérant les acteurs du secteur en Rhône-Alpes.

### Des infrastructures solides pour gagner en souplesse

Pas de numérique sans connexion. Derrière cette affirmation, se cache le rôle fondamental des infrastructures. Conscients de cet enjeu vital pour le dynamisme des territoires, les acteurs institutionnels et économiques ont investi, notamment via la fibre optique, dans le déploiement du haut et très haut débit. Ces choix stratégiques ont notamment été opérés par des départements rhônalpins comme la Drôme, l'Ardèche, l'Ain et la Loire. Le développement des usages numériques en dépend directement, notamment le *cloud computing*. Cette technologie donne accès, via Internet, aux res-

**BEAUJOLAIS**

**e-miroiterie.com : succès d'une digitale native**

Après avoir exercé dix ans en tant que chargé de prescription chez le plus grand fabricant de verre au monde, Stéphane Yvan se lance dans la création d'e-miroiterie.com. Le site de vente en ligne propose une large gamme de verres (dépoli, laqué, trempé...) et miroirs sur mesure pour la décoration d'intérieur. "J'avais constaté que les architectes, agenceurs ou décorateurs cherchaient, souvent sans succès, leurs matériaux sur le Net. Pour répondre à ces demandes, je me suis associé à un miroitier, Nicolas Pailleux, puis j'ai développé des modes de transport innovants", détaille Stéphane Yvan. Son projet validé par Initiative Beaujolais, le dirigeant a été accompagné par la CCI du Beaujolais et hébergé au sein de la pépinière E-cité, à Arnas. "Un contexte qui stimule la performance, car pour gagner dans le numérique, il ne faut pas être seul devant son ordinateur !" Après un an d'exercice, le site totalise plus de 10 000 livraisons et enregistre une croissance de 20 % par mois. "L'ambition ? Consolider mon positionnement et m'imposer comme leader sur Internet, à l'horizon 2016."



de ces progiciels tendent à passer en mode SaaS (*software as a service*), hébergés dans le *cloud* et disponibles par abonnement sur différents supports (ordinateurs, smartphones, tablettes). Cette virtualisation numérique appliquée aux outils bureautiques permet aux collaborateurs d'accéder, via Internet, à leur messagerie, aux documents et agendas partagés où qu'ils soient, 24 heures sur 24. Pour Hugo Martin, dirigeant de Parasite Design : "Avec les solutions de type Google Drive, tous les salariés sont interconnectés. C'est un gain en coût d'acquisition et en efficacité. J'ai par exemple réduit de moitié les mails reçus, puisque nous travaillons désormais sur des documents communs qui permettent d'interagir en temps réel."

**Les CCI, portes d'entrée du numérique**

"Les dirigeants ont compris l'enjeu de la transition numérique, mais face aux nombreuses sollicitations, ils ont besoin d'un accompagnement pour définir leur stratégie, poursuit Jean-Paul Mauduy. L'intérêt d'un conseiller est de connaître toute la palette des solutions existantes sur le territoire et de pouvoir les mettre en lien avec des prestataires qualifiés." Opter pour un diagnostic personnalisé permet notamment de formaliser ses besoins et d'identifier les dispositifs les plus adaptés. "Qu'il s'agisse d'élaborer le cahier des charges d'un site, de déployer un progiciel, nous apportons des solutions concrètes à mettre en place facilement par les dirigeants et leurs équipes", précise ainsi Candice Charnet, chef de projet numérique pour la CCI Saint-Etienne-Montbrison. Les CCI relaient également

**DRÔME**

© J. Delmarty

**Fingerprint Technologies, acteur de la transition numérique**

"Notre force ? Avoir su évoluer d'agence web à intégrateur de solutions digitales", annonce Nicole Sgro, directrice de Fingerprint Technologies. Dès ses débuts en 1998, l'entreprise de Romans-sur-Isère se différencie en hébergeant les sites qu'elle conçoit. Avec l'évolution numérique, elle multiplie les serveurs et les services pour aboutir, en 2008, à la construction de son propre data center. "Le déploiement de la fibre optique en Drôme Ardèche nous a permis de gagner en débit et d'étendre notre offre en devenant opérateur local du réseau." Si les clients, principalement des TPE et PME, n'externalisent pas encore l'ensemble de leurs systèmes d'information, ils plébiscitent les services de sauvegarde, gestion de messagerie, téléphonie et Internet. "Notre avantage concurrentiel ? Jouer la carte du service de proximité qui rassure." Résultat : le chiffre d'affaires a bondi de 700 k€ en 2009 à 2,55 M€ en 2014, avec 18 salariés. Un développement qui tend à se poursuivre avec l'élargissement du périmètre à l'Isère, la Savoie et la Haute-Savoie.

des dispositifs soutenus financièrement par la Région Rhône-Alpes et l'État, tels qu'Atouts Numériques, destiné aux TPE et SI-PME. Ce dernier inclut, de cinq à 18 mois, diagnostic, accompagnement par un conseiller et formations pour faire progresser les compétences des chefs de projet et salariés.

■■■



## ROANNE

### Achetezenroannais.fr : la bonne adresse !

Créée à l'initiative de la CCI Roanne-Loire Nord pour un investissement de 60 k€, la plate-forme achetezenroannais.fr permet à tous les commerçants installés dans la zone de chalandise de vendre leurs produits ou services et de gagner en visibilité sur Internet. Missionnée par la CCI pour piloter le projet, l'association Les Vitrines de Roanne annonce les premiers résultats par la voix de sa manageuse Magdalena Eslava : "Après trois mois d'existence, le site compte 50 commerçants, 4 000 produits, 15 000 visiteurs uniques et totalise un chiffre d'affaires de 5 500 €. Il renforce également l'attractivité des commerces de proximité, puisqu'on note le retour de clients ayant vu le produit sur le Net mais préférant l'acheter en magasin." L'intérêt de cet outil mutualisé ? Profiter, pour 29 € par mois, d'une formation à son utilisation, de son animation et son référencement. Dans un souci constant d'amélioration, un groupe de commerçants se réunit chaque mois pour évaluer les statistiques et décider des actions qui dynamiseront la plate-forme.

■■■ Autre défi du numérique : rester au fait des pratiques et des solutions. Afin de développer sa culture numérique et découvrir les tendances (référencement, web marketing, sécurité, etc.), chacun est invité à participer aux rendez-vous ponctuels ou réguliers proposés par les CCI. En Haute-Savoie, la CCI et ses partenaires (Gobelins l'école de l'image, l'IUT d'Annecy, l'IAE Savoie Mont-Blanc et Formasup) sont même à l'initiative de trois formations professionnelles en alternance, spécialisées dans le domaine du numérique, de l'image et de l'interactivité. Des rendez-vous ponctuels ou réguliers sont aussi organisés, comme les Morning du web. Le 18 juin, à la CCI Grenoble, les Rencontres Décideurs conçues par le Clust'R Numérique ont pour but de mettre en lumière les témoignages d'entrepreneurs ayant réussi leur transformation numérique. Le 17 septembre 2015, le salon L'Instant numérique réunit, à l'appel de la CCI Roanne-Loire Nord, l'ensemble de la filière digitale Rhône-Alpes Auvergne.

#### Pôles et pépinières accélérateurs de croissance

Pour favoriser la réussite des jeunes pousses du numérique et faciliter la transition des entreprises traditionnelles, les CCI s'impliquent aux côtés des acteurs locaux dans l'animation de structures dédiées, à l'instar de l'Espace Numérique Entreprises à Lyon, du Pôle Numérique dans la Drôme, des pépinières Numériparc dans le Roannais et E-Cité dans le Beaujolais. Dédiée au e-commerce, E-Cité héberge et accompagne les entreprises digital natives parmi lesquelles e-miroiterie.com. "Plus que des bureaux, nous partageons des expériences, souligne Stéphane Yvan, fondateur du site. Nous disposons aussi de moyens logis-

## SAVOIE

### Hubwiser lance sa V3 à la conquête des stations

Agence de communication tournée vers les stations, Hubwiser a développé un outil de promotion innovant : la V3 ou Visite Virtuelle en Vidéo. Grâce à ce widget, l'internaute se déplace sur un plan enrichi de vidéos (tournées à la première personne) et de nombreuses informations (noms des sommets, des pistes, des restaurants...) qu'il peut relayer sur les réseaux sociaux. "Le but ? Découvrir les lieux comme si on y était et engendrer le maximum de viralité, car le widget peut être inséré sur tout type de site, notamment ceux des tours opérateurs", souligne Guillaume Delage, dirigeant associé à Clara Quay-Thevenon. Commercialisé sous forme d'abonnement et déjà utilisé par La Plagne et Les Arcs, la V3 est administrée directement par les clients depuis l'interface de gestion. En phase de prospection, l'agence chambérienne (quatre personnes, CA : 137 k€) cible les stations et offices de tourisme. Objectifs : vendre une dizaine de widgets en 2015 et, à long terme, s'imposer comme une référence.



# RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE

tiques, dont un studio photo indispensable lorsque l'on vend ses produits sur le Net." En sus de la pépinière, la CCI a adossé d'autres actions (rendez-vous avec des experts du Web, ateliers, etc.) visant à développer plus largement la filière numérique sur le territoire.

## Des réseaux qui n'ont rien de virtuel

Le réseautage d'affaires mixe désormais le réel au Web. Au-delà des sites internationaux ou nationaux comme LinkedIn ou Viadeo, la Toile se tisse aussi en local. Les clubs rhônalpins Ecobiz, dont le concept a été imaginé, à l'origine, par la CCI de Grenoble et pilotés localement par les CCI Drôme, Grenoble, Nord-Isère et Saint-Étienne-Montbrison, se composent par exemple de communautés structurées autour d'un site. Cet outil interactif offre de multiples fonctionnalités aux adhérents pour qu'ils ne manquent rien de l'actualité économique, se saisissent d'opportunités mais aussi progressent dans leurs pratiques numériques. "Le club permet de confronter son usage du Web aux autres, de rencontrer des dirigeants ayant les mêmes problématiques. J'ai ainsi découvert des outils de gestion de contenus comme WordPress et pu réaliser moi-même un site fonctionnel", témoigne Cyril Sarrasi, propriétaire de l'Hôtel d'Angleterre et membre de Grenoble Ecobiz, premier réseau des entreprises de l'Isère.

Si les entreprises françaises plébiscitent les réseaux professionnels, elles tendent à délaisser les réseaux sociaux. Pourtant, "Facebook sert d'outil de veille et de vente, y compris à l'international puisque les messages sont automatiquement traduits", assure Hugo Martin, dirigeant de Parasite Design dont la page réunit plus de 10 000 fans. "Chaque année, nous dévoilons sur Facebook nos séries limitées et décrochons des ventes le jour même, jusqu'au Japon ! Dès que nous publions l'information, nos distributeurs locaux la partagent aux opticiens, qui la ■■■

**Si les entreprises françaises plébiscitent les réseaux professionnels, elles tendent à délaisser les réseaux sociaux**

## Zoom sur le e-commerce

En France, troisième marché européen du e-commerce, le chiffre d'affaires des *marketplaces* a progressé de 53 % en 2014. Selon une étude Xerfi, ce marché devrait peser 10 milliards d'euros à l'horizon 2018.



© P. Rony

## SAINT-ÉTIENNE

### Technic Confection : quand la visibilité fait gagner des marchés

En 2005, Nathalie et Jean-Michel Beauvironnet rachètent l'entreprise stéphanoise Technic Confection, spécialisée dans la fabrication de housses de protection sur mesure. "Nous n'avions pas les moyens de recruter un commercial, et la création d'un site web s'est imposée pour capter de nouveaux courants d'affaires, souligne Nathalie Beauvironnet. L'accompagnement et la méthodologie proposés par la conseillère numérique de la CCI ont permis la création d'un site efficace et bien référencé." Vitrine du savoir-faire de l'entreprise, le site en ligne depuis 2013 touche un large éventail de clients. Internet a ouvert des perspectives de marché insoupçonnées à la société historiquement tournée vers le médical, l'industrie ou la bagagerie. "Nous recevons des commandes de particuliers pour des enrouleurs de piscines, des housses pour salons de jardins... Avec une moyenne de deux demandes de devis par jour et une augmentation du chiffre d'affaires de 20 % en 2013, le site s'impose comme notre meilleur commercial !" Galvanisée par ces résultats, l'entreprise (six salariés, CA : 690k€) a doublé sa surface de production en 2014.

# RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE



## Verrine Nord-Isère, à l'assaut du national

Spécialisée dans l'étude et la réalisation de pièces plastiques (fabrication des moules puis injection) et désireuse d'être moins dépendante de la sous-traitance, la société Moule Nord-Isère lance en 2012 sa propre gamme de verrines. "Une diversification gagnante", assure le dirigeant Gilbert Chamoley, conforté par une croissance de 126 % par an et un chiffre d'affaires de 80 k€ (CA global : 265 k€, trois salariés). "Notre ambition ? Étoffer notre portefeuille clients, composé de traiteurs événementiels rhônalpins, au niveau national... Et cela passe par Internet !" Le programme Stratégie commerciale PME-PMI de la CCI a guidé le dirigeant dans la construction d'un site au nom de la marque Verrine Nord-Isère. Le catalogue, mis en ligne en mars 2015, s'enrichira d'une plate-forme e-commerce sur laquelle les professionnels passeront commande. "Avoir un site ne suffit évidemment pas, nous le ferons connaître lors de salons, par des campagnes e-mailing et Google AdWords". Anticipant les futures commandes, l'entreprise a investi de nouveaux locaux à Sainte-Blandine.

■■■ partagent à leurs clients... qui commandent. Avant, il aurait fallu de six mois à un an pour obtenir de tels résultats."

## Quand les parts de marché se gagnent en ligne

Être présent sur la Toile ne suffit plus. Tout projet web, site vitrine ou e-commerce, *B to B* ou *B to C*, doit générer des résultats, dégager du chiffre d'affaires ou amener des contacts qualifiés. Puissant levier de croissance, un site demande une stratégie numérique adaptée impliquant de connaître son potentiel marché en ligne, mais aussi d'investir en acquisition d'audience et de fidélisation clients (e-mailing, réseaux sociaux, référencement naturel ou Google AdWords...). Afin d'encourager cette transition, les CCI soutiennent le développement de plates-formes e-commerce mutualisées, dites marketplaces, telles que monpanierfute.fr dans l'Ain, achetezenroannais.com, ou AchatVille. Né à Grenoble en 2000, le dispositif se déploie dans 26 CCI, à l'image d'Achat-Grenoble.com, Achat-Loire.com ou Achat-Savoie.com. En rejoignant ces plates-formes, les commerçants bénéficient d'un outil facilement administrable, mais aussi d'une visibilité et d'un référencement meilleurs que sur un site individuel. Deux aspects essentiels, comme le rappelle Renaud Quintin de l'agence TNT, développeur du site achetezenroannais.fr : "Être absent de Google, c'est être absent du processus de décision. Si le

## L'Hôtel d'Angleterre relève le défi de l'e-réputation

Lorsqu'ils reprennent l'Hôtel d'Angleterre en 2012, Cilia et Cyril Sarrasi s'attachent à moderniser l'établissement situé au centre de Grenoble. "Plusieurs chantiers ont été lancés, mais l'informatique s'est imposée comme la priorité, insiste le dirigeant. Nous avons installé Availpro, un progiciel automatisant les échanges avec des sites devenus incontournables comme Booking ou Expedia, tout en optimisant les taux de réservation. Avant, un commercial faisait cela à plein temps !" Autre bouleversement dans le secteur du tourisme : l'e-réputation. Un travail de fond sur l'offre de services, mais aussi de forme, par l'utilisation de photos professionnelles, a permis à l'hôtel (CA : entre 1 M€ et 1,5 M€, huit salariés) de remonter son positionnement. Aujourd'hui, 900 avis s'affichent sur le site Booking qui draine 20 à 30 % des réservations. Conscient des enjeux liés au numérique, Cyril Sarrasi participe aussi aux ateliers de la Web Academy proposés chaque mois par le réseau Ecobiz, créé par la CCI de Grenoble. "L'occasion de glaner des conseils pratiques pour gagner en performance et en notoriété."

## GRENOBLE





# RHÔNE-ALPES ÉCONOMIE

consommateur trouve ce qu'il recherche en local, il viendra la plupart du temps acheter directement dans l'entreprise." Frédéric Dalau-dièvre, président de l'association des commerçants Les Vitrines de Roanne le constate : "En matière de e-commerce, la compétition avec les *pure players* a commencé. Soit nous laissons Amazon, Cdiscount ou Vente Privée prendre la totalité du marché, et devenir aux commerçants ce qu'est booking.com aux hôteliers, soit nous parvenons à proposer d'autres alternatives en misant sur nos atouts, l'accueil, la proximité et le service."

## Big Data et business model

GRC, ERP, trafic web... La richesse du numérique tient dans ses données massives, ou Big Data. Maîtriser ces flux d'informations qualitatifs par des solutions de capture, stockage et surtout d'analyse, apporte un puissant avantage concurrentiel. Ces outils décisionnels

quasi instantanés sont autant de leviers pour gagner en performance, affiner et orienter sa stratégie en temps réel. Part essentielle de la valeur ajoutée d'une entreprise, ces données impliquent des conséquences lourdes en cas de perte. "Plus de 50 % des clients qui perdent leurs données déposent le bilan dans les deux ans !", alerte Nicole Sgro, directrice de Fingerprint Technologies. Face aux risques de piratage, de vol ou même d'erreur humaine, la CCI de l'Ain propose d'établir un diagnostic de vulnérabilité en partenariat avec la gendarmerie et délivre des méthodes de sécurisation simples à mettre en place.

Le Big Data transforme également le modèle économique des entreprises en plaçant les usages au centre. "Connaître les comportements d'achats multicanaux des utilisateurs afin de les intégrer en amont, dès la conception ou la commercialisation de son offre, vous assure que le marché soit au rendez-vous en phase finale", assure Serge Imbert-Bouchard. La nouvelle donne du numérique redistribue donc les cartes de la croissance. Les PME n'ont plus qu'à prendre la main ! **R. Broz**



## HAUTE-SAVOIE

### Les éditions Tissot, de la transition à la transmission

Expertes en droit du travail, les éditions Tissot (CA : 10,7 M€) publient des ouvrages et développent des solutions métier en ligne pour les professionnels depuis plus de 40 ans. En 2007, elles passent leurs produits en version numérique. "Nous avons été précurseurs, note Jonathan Girard, e-business manager. Dans un contexte très concurrentiel, nous misons sur l'innovation numérique pour challenger les grands du secteur." Un pari réussi, avec une augmentation du trafic de 40 % entre 2013 et 2015 (près de 1,5 million de visites par mois) et le lancement d'une solution en mode SaaS, bdes-online.fr, permettant aux sociétés de remplir leurs bases de données économiques et sociales en ligne. Les effectifs reflètent cette stratégie : 12 des 50 salariés composent le pôle e-business de l'entreprise annécienne. "Un à deux étudiants en alternance renforcent le service. Il est essentiel d'accompagner les talents de demain pour construire un écosystème toujours plus dynamique, d'autant que nous bénéficions d'excellentes formations proposées par la CCI Haute-Savoie avec l'école des Gobelins ou l'IAE Savoie Mont-Blanc."

Ce dossier, édité par la Chambre de commerce et d'industrie de région Rhône-Alpes, est diffusé par neuf CCI rhônalpines : Grenoble, *Présences* (34 000 ex.), Haute-Savoie, *Impulsion* (31 500 ex.), Savoie, *Partenaires Savoie* (25 500 ex.), Ain, *Grand Angle 01* (22 000 ex.), Drôme, *L'Économie drômoise* (20 500 ex.), Nord Isère, *Nord-Isère économie* (14 400 ex.), Roanne Loire Nord, *Roanne éco* (8 500 ex.), Beaujolais, *Entreprendre en Beaujolais* (6 000 ex.), Saint-Étienne Montrizon, *CCI Le mag* (22 000 ex.).

Contact : Présences. Tél. : 04 76 28 28 76 - Le dossier est consultable en ligne sur : [www.rhone-alpes.cci.fr](http://www.rhone-alpes.cci.fr)



Appui aux entreprises

# 10 000 BONNES RAISONS DE VOUS FIER À VOTRE CCI

Développement commercial, appui en matière d'innovation et de compétitivité, accompagnement à l'export, recherche de financements, intelligence économique... les Chambres de Commerce et d'Industrie sont au service des entrepreneurs. Chaque année, **plus de 10 000 entreprises de Rhône-Alpes sont conseillées et accompagnées** dans leurs projets de développement par le réseau régional des CCI.

Réalisation : CCI de région Rhône-Alpes / Direction de la Communication - Créditation : © unitémobile - illustration : © copolia / fotolia.com - Mai 2015



► *Au service des entreprises et des territoires, la Chambre de Commerce et d'Industrie de région et les 11 CCI territoriales de Rhône-Alpes s'activent pour faire avancer toutes les envies d'entreprendre.*

