

# Continuer le combat

La crise n'est pas terminée, loin s'en faut. Certains guettent avec anxiété les prochains mois, lorsque les mesures prises par les pouvoirs publics ne joueront plus leur rôle d'amortisseur : prêts à rembourser, échéances à honorer, charges à payer... Ce n'est donc pas le moment de baisser la garde. C'est pourquoi votre CCI a décidé de sonder les entreprises qui lui semblaient les plus exposées afin de leur proposer son aide (plus de détails dans l'édito ci-dessous). Comme le précédent, ce deuxième volet de CCI Mag n°23 paraît sous forme de newsletter. Son but : vous armer contre la pandémie au moyen d'exemples, de témoignages, de comptes rendus d'initiatives et de renseignements pratiques.

## sommaire

- 3 Entreprises**
  - Dislaub
  - Ma P'tite Boutique
- 4 Commerce**
  - Place aux nouveaux commerçants
- 5 Ressources humaines**
  - Former et informer par temps de crise
- 7 Partenaires**
  - La Direccte
  - La FFB
- 8-9 En mouvement**
  - L'Aube s'engage dans l'industrie du masque
  - De nouvelles aides
  - La CCI vend des masques
  - Retour en présentiel à la CCI
  - La Région Grand Est voit plus loin
  - A Troyes, stationnement offert



## « La reprise est fragile »

**3 questions à Sylvain Convers,  
président de la CCI Troyes et Aube**

### Comment voyez-vous la situation évoluer dans l'Aube ?

La reprise est fragile. Tous les secteurs qui pouvaient reprendre l'ont fait, mais avec un volume d'activité tournant autour de 50 à 70 %. Dans le commerce, on n'observe pas d'engouement particulier chez les clients. Il y a davantage d'achats de nécessité (l'alimentaire par exemple) que d'achats plaisir. Dans le bâtiment, la distanciation physique et les difficultés d'approvisionnement sont des obstacles au redémarrage. Dans l'industrie subsiste une problématique de garde d'enfants qui rejaillit sur l'organisation du travail. Dans le textile, les ateliers craignent un trou de production le temps que les commerçants écoulent leurs stocks, avec un risque de report de la saison printemps-été 2020 en 2021.

### Reste-t-il d'autres écueils à éviter ?

Il ne faudrait pas que la crise sanitaire se transforme en crise économique durable, ni que les reports de charges soient un simple report de problèmes. L'Etat, qui a déjà beaucoup fait, doit imaginer de nouvelles mesures pour aider les entreprises à reconstituer leur fonds de roulement et franchir le cap. Nous proposons, entre autres, l'annulation pure et simple des charges sociales et fiscales sur une période adaptée, selon la durée d'arrêt d'activité de chaque secteur. A défaut de nouvelles mesures d'accompagnement, on assistera à un nombre important de redressements ou de liquidations judiciaires dans les six à douze mois. Autre sujet de préoccupation pour les jeunes, leurs familles, les établissements d'enseignement et les entreprises : l'apprentissage. Les entreprises pourront-elles prendre des jeunes à la rentrée ?

### Quelles réponses la CCI peut-elle apporter à son niveau ?

Outre les différentes mesures évoquées dans la précédente newsletter, nous venons d'adresser un questionnaire à plus d'un millier de petites entreprises aubois, en collaboration avec la chambre de métiers et de l'artisanat de l'Aube. Pour ce premier envoi, nous avons ciblé les secteurs les plus à risques, tels qu'ils ressortent des demandes de financement ou de report de charges des entreprises : commerce, construction, CHR... Ce questionnaire, qui n'a pas de finalité statistique, est à remplir sous forme de QCM sur quatre critères nous permettant de mesurer la fragilité de l'entreprise. Un conseiller de la CCI ou de la CMA, ou un intervenant parmi nos nombreux partenaires dans ce dossier rappellera dans les quinze jours les chefs d'entreprise qui nous ont répondu pour examiner avec eux les solutions les mieux adaptées à chaque situation. Dans les prochains jours, nous élargirons notre action de soutien à d'autres secteurs d'activité et aux moyennes entreprises.

## CCI Mag, le magazine de la chambre de commerce et d'industrie

1, boulevard Charles-Baltet - CS 60706  
10001 Troyes Cedex - Tél. 03 25 43 70 10  
Fax 03 25 43 70 43 - www.troyes.cci.fr

Directeur de publication : Jean-Philippe Cavalier  
Directrice de rédaction : Valérie Ramecourt-Adam  
Rédaction : Frédéric Marais  
(Agence Info) - Tél. : 06 09 38 22 28  
Crédits photos : Frédéric Marais, Adobe Stock, DR  
Conception et réalisation : Champagne Création à Reims - Tél. : 03 26 88 43 14  
Publicité : Valérie Ramecourt-Adam, CCI Troyes et Aube - Tél. : 03 25 43 70 10  
2<sup>e</sup> trimestre 2020  
Périodicité : trimestriel. N° d'ISSN : 2553-0321  
Tous droits de reproduction réservés.

# TOUJOURS AUX CÔTÉS DES ENTREPRENEURS



À tous nos clients, commerçants, TPE, PME qui subissent les conséquences de cette crise sans précédent :  
**vous pouvez compter sur notre soutien.**

En tant que banque créée par et pour les entrepreneurs, nos conseillers sont mobilisés partout en région pour vous accompagner avec des dispositifs exceptionnels comme notamment **le Prêt Garanti par l'État<sup>(1)</sup>** ou **le report de vos échéances de prêts professionnels<sup>(2)</sup>**.

Retrouvez l'ensemble de nos mesures sur **[bpalc.fr](http://bpalc.fr)** ou **contactez votre conseiller.**

**BANQUE POPULAIRE**  
**ALSACE LORRAINE CHAMPAGNE**



(1) Sous réserve des conditions d'éligibilité et de l'étude de votre dossier. (2) Après étude de votre dossier.



# Dislaub, aux sources du gel hydroalcoolique

Savez-vous que le gel ou la solution hydroalcoolique que vous utilisez contient peut-être de la betterave à sucre cultivée et transformée dans l'Aube ? La sucrerie d'Arcis produit de l'alcool à 92° tiré du jus sucré fermenté qui, après rectification, c'est-à-dire élimination de l'eau et des impuretés, est transformé en éthanol à 96°. Celui-là même qui entre dans la composition du gel ou de la solution hydroalcoolique. Cette opération est aussi réalisée par Dislaub, la distillerie du groupe Cristal Union implantée à Buchères. Et c'est peu de dire que la demande a explosé.

« Sur 120 000 litres d'alcool agricole produits chaque jour sur notre site, 100 000 ont été destinés à cet usage en période de pointe, alors que d'habitude cette activité est marginale », indique le directeur, Hubert Théréne. Cette production ne s'est pas faite au détriment d'autres, puisque en parallèle la demande s'est tarie dans certains débouchés comme la parfumerie ou les biocarburants. Du coup, l'activité de conditionnement de Dislaub a également explosé. « Elle a triplé en volume, en effectif et en temps de travail », souligne Hubert Théréne, avec la multiplication des contenants : bidons de 10 ou 20 l, fûts de 200 l et conteneurs de 1 000 l s'ajoutant aux citernes de 30 000 l. La raison : livrer, outre les industriels,

une multitude de petits faiseurs, tels que les centres hospitaliers, les Ehpad, les pharmacies, les centres d'incendie et de secours. L'alcool surfin produit à Buchères s'est donc retrouvé distribué dans la France entière pour finir sur les mains de nos compatriotes. C'est ce que le directeur de Dislaub appelle « *participer à l'effort national* ».



# Ma P'tite Boutique tisse sa Toile

La crise a coupé dans son élan le magasin de prêt-à-porter féminin et d'accessoires pour hommes et femmes de Saint-Parres-lès-Vaudes. Alors que la boutique reprise par Nathalie Bernardi fin 2018 regagnait des clients, les deux mois de confinement ont mis à mal son plan de développement sur trois ans. Mais avec des résultats supérieurs à ses objectifs avant fermeture, la commerçante repart vaillamment au combat, armée d'un masque et d'une visière. Elle a adapté son point de vente aux nouvelles règles sanitaires : limitation du nombre de clients, lavage des mains et port du masque obligatoires, sens de

circulation, siège en tissu remplacé par un pouf en PVC plus facile à désinfecter dans la cabine d'essayage, vêtements essayés passés à la vapeur et remis en rayon le lendemain, comptoir reculé pour gagner un peu de place dans un espace exigu (20 m<sup>2</sup>), possibilité pour une personne à risque de privatiser la boutique... Et surtout, Nathalie Bernardi mise sur le service et sur le Web pour conserver sa clientèle, voire en gagner une nouvelle. Avant le Covid-19, elle travaillait déjà avec un pressing troyen et un cordonnier de Bar-sur-Seine pour éviter aux autochtones de se déplacer. Ma P'tite Boutique fait aussi office de Point Relais pour Mondial Relay (envoi et retrait de colis). Et elle est de plus en plus présente sur les réseaux sociaux. On la voit sur Facebook (qui lui a assuré quelques commandes durant le confinement) et sur Instagram. Depuis mai, Nathalie Bernardi apparaît également sur Shop'in Barséquanais, un site vitrine et une appli proposés par la communauté de communes, qui prend en charge une partie des frais d'abonnement pendant trois ans. « C'est un système de click and collect, précise la commerçante. Il permet aux clientes de réserver un article dès qu'il est sorti. Cela peut aussi empêcher la clientèle locale de "s'échapper". »



Nathalie Bernardi.



# Place aux nouveaux commerçants

**La crise sanitaire a accentué une tendance de fond : le développement des achats sur Internet. Les commerçants doivent s'adapter à ce phénomène à l'heure où la présence physique en magasin devient problématique.**

## **Le constat général : le basculement numérique**

La période actuelle est marquée par une accélération de la transformation numérique de la société, de l'économie et du monde du travail. Cette mutation prend des formes variées : télétravail, visioconférence, webinaire, dématérialisation des démarches administratives, communication par tchat et par courriel, impression 3D, essor du numérique récréatif (jeux vidéo, streaming), émergence de nouvelles applications... Durant le confinement, l'usage des réseaux sociaux a augmenté de 60 % (avec l'arrivée notamment de 11 % de nouveaux adeptes) et celui de la messagerie instantanée de 30 % (WhatsApp, Messenger). Trois quarts des Français l'utilisent.

## **Le constat commercial : l'e-commerce explose**

Cette virtualisation des échanges touche bien sûr l'environnement commercial. On assiste à une explosion des achats en ligne. Amazon a battu des records de vente et pris des parts de marché aux commerçants. Le drive, le click and collect (l'article commandé en ligne est retiré en magasin) sont en plein essor. Bref, la vitrine s'est déportée de la rue vers l'écran d'ordinateur ou de téléphone. On ne parlera pas nécessairement d'une révolution, mais d'une évolution de nos modes de vie et de nos comportements d'achat.

## **La solution numérique : le cross canal**

Les commerçants doivent s'adapter à la nouvelle donne. Le numérique est devenu pour eux un outil indispensable. D'autant plus que les outils disponibles sont aujourd'hui plus faciles et accessibles à tous. Il faut privilégier ceux qui sont gratuits : Google My Business (pour mettre en avant son établissement), WhatsApp Business (catalogue pour présenter ses produits et services), Facebook, Instagram, LinkedIn... On peut bien sûr aussi créer un site vitrine, une boutique en ligne ou un service de click and collect,

lequel devient un nouveau standard de vente. C'est une illustration du cross canal, c'est-à-dire de l'utilisation par le client de plusieurs canaux d'information et de distribution.

## **La solution physique : une nouvelle expérience**

L'émergence du cross canal signifie que le commerce de proximité n'est pas mort (mais le commerce "old school", si) et qu'il existe une complémentarité entre achats physiques et achats numériques. Encore faut-il faire évoluer l'expérience shopping en tenant compte du fait que tout est devenu plus compliqué dans les boutiques : gestes barrières, distanciation physique, sens de circulation, nombre limité de clients, file d'attente... Alors pourquoi prendre des risques pour sa santé en venant faire ses courses ? Pour retrouver du contact humain, une vie sociale. Le commerçant doit donc tout mettre en œuvre pour que le point de vente soit ou redevienne vivant, qu'il soit beau, que l'on y trouve du conseil, que l'on y soit surpris (alors qu'Amazon ne laisse pas de place à la surprise). Il faut repenser le parcours client, faire vivre une expérience nouvelle aux consommateurs.



## **Deux webinaires**

Ce texte est une synthèse de deux webinaires proposés par la CCI au mois de mai :

- **“Comment se préparer à la reprise et comment mettre à profit le temps disponible ?”**, avec Pascale Varnier-Girardin de DEV Talents, et Gilles Burysek de Netopen
- **“Le digital comme relais de croissance durable pour les commerçants”**, avec Samuel Dumas de Transformation Digitale.Coach

Pour voir ou revoir ces webinaires : <https://www.youtube.com/user/CCITroyes>

# Former et informer par temps de crise

**Le monde d'après commence aujourd'hui. Pour l'aborder dans les meilleures conditions, il faut à la fois soigner la communication de son entreprise et préparer ses salariés à acquérir de nouvelles compétences.**



Nombre de TPE et de PME ont cessé de communiquer durant le confinement, ce qui rendra leur reprise d'autant plus longue et laborieuse. Car communiquer, c'est rester dans la tête des consommateurs. C'est informer, rassurer, attirer les clients. Trouver le ton juste est à cet égard capital pour ne pas rater sa cible : on évitera le ton humoristique, trop décalé ; on privilégiera plutôt la bienveillance, on cherchera à rassurer. Le choix des canaux de communication a aussi son importance. Certains ne sont plus d'actualité : salons, foires, événementiels, publicité au cinéma... Il faut en revanche communiquer sur le Web, en n'oubliant pas de mettre à jour son site (bandeau, slider d'accueil), en n'hésitant pas à intégrer des actus sur la reprise ou à tenter des formats innovants : live, sondage, article... On communiquera sur l'utilité de l'entreprise et de sa marque, on valorisera la proximité, l'authenticité, le made in France. Et quitte à faire sa promo sur les réseaux sociaux, autant réaliser de vraies campagnes de pub sur sa zone de chalandise, ce qui implique d'y allouer un vrai budget. Ne pas négliger non plus des outils comme Google My Business.

On pourra utiliser d'autres leviers tels que le référencement payant (achats de mots clés pour gagner rapidement en visibilité sur le Net) ; la newsletter, dont le retour sur investissement est intéressant en raison de son faible coût ; le parrainage, qui permet de

gagner de la clientèle sans gros investissements, tout en valorisant parrains et filleuls ; les médias locaux (journaux, télévisions) ou les groupes Facebook spécialisés tels que Le Petit Aubeois, Ça bouge dans Troyes ou Sortir dans l'Aube.

Ne pas oublier de communiquer en interne. Cela rassurera les collaborateurs, qui à leur tour rassureront les clients et seront les meilleurs ambassadeurs de l'entreprise.

## L'activité partielle, un temps utile

Et du coup, pourquoi ne pas former lesdits collaborateurs ? La période de chômage partiel peut être pour eux l'occasion d'acquérir de nouvelles compétences et des aptitudes utiles pour la reprise et la suite des événements. Cela les aidera à se projeter dans le futur et à se préparer pour répondre à de nouveaux besoins.

Les bénéfices de la formation sont nombreux : regain de motivation, employabilité renforcée, adaptation au poste, aide au repositionnement professionnel, mise en place de nouvelles perspectives...

Il faut notamment former les salariés à la révolution économique générée par le numérique, en leur apprenant à maîtriser les outils, à être sensibles à la sécurité d'accès aux données, à partager les bonnes pratiques, à mettre à jour régulièrement leurs connaissances. Mais pour cela, la formation présentielle n'est plus adaptée aux mutations en cours. Il faut passer au digital learning (sous ses différentes formes), dont on appréciera la rapidité de mise en œuvre, la personnalisation des parcours, la flexibilité, la traçabilité, la facilité d'évaluation, la modicité des coûts. Sachant que la formation à distance est reconnue par les Opco et que l'Agefice peut financer la formation des dirigeants. L'e-learning se pratiquera soit en recourant à un organisme de formation, soit en mettant en place sa propre plate-forme de formation numérique sur la base de formations déjà existantes ou propres à l'entreprise.

## Deux webinaires

Ce texte est une synthèse de deux webinaires proposés par la CCI au mois de mai :

- **“Comment se préparer à la reprise et comment mettre à profit le temps disponible ?”**, avec Pascale Varnier-Girardin de DEV Talents, et Gilles Burysek de Netopen
- **“Savoir communiquer pour assurer une bonne reprise d'activité”**, avec Emeline Foissey de l'agence Adverti

Pour voir ou revoir ces webinaires : <https://www.youtube.com/user/CCITroyes>



# CYLLENE

## UN SEUL INTERLOCUTEUR POUR TOUS VOS BESOINS

Cyllene Troyes (anciennement Alpix) conçoit, développe, déploie et maintient des solutions collaboratives, des solutions de gestion, des applications Webs ou mobiles, et des infrastructures réseaux et télécoms.

## QUELS SONT LES MÉTIERS DE CYLLENE TROYES ?



### INGÉNIERIE, RÉSEAUX ET TÉLÉCOMS

Serveurs, PC, sécurité, réseaux, wifi, téléphonie, cloud, infogérance et télécom



### SOLUTIONS DE GESTION

Logiciels de gestion pour les entreprises : comptabilité, paie, gestion commerciale, CRM, ERP



### SOLUTIONS DIGITALES

Développement web / mobile, Solutions collaboratives, LAD / RAD, Web marketing



### CYLLENE ACADEMY

Plus de 150 formations différentes pour les entreprises, les salariés et les demandeurs d'emplois

## LE GROUPE CYLLENE, OPÉRATEUR DE TRANSFORMATION DIGITALE

Cyllene s'illustre dans le domaine du numérique et de la gestion des données. A travers une palette d'offres inédites, Cyllene couvre le spectre complet du besoin client en termes de conseil, de définition d'architecture, d'hébergement, de cybersécurité, de déploiement de technologies applicatives et web, de data Intelligence, et de services managés.

Avec l'intégration d'Alpix, Cyllene regroupe désormais 400 collaborateurs et accompagne quotidiennement ses Clients dans leur transformation digitale avec un soucis du détail permanent et une exigence continue pour tendre vers l'excellence.



# Activité partielle, droit du travail : les priorités de la Direccte

Dès le 16 mars, les chemins des 32 agents de l'unité départementale de la Direccte dans l'Aube ont bifurqué vers le présentiel, le télétravail ou la mise en disponibilité.

Certaines activités ont été mises entre parenthèses (services à la personne, titres professionnels, main-d'œuvre étrangère, ruptures conventionnelles, etc.) pour lui permettre de se recentrer sur deux missions : l'activité partielle d'une part, pour laquelle 59 % des entreprises auboises (soit 61 % des salariés) ont présenté près de 4 900 demandes ; le droit du travail d'autre part, sur sollicitation des employeurs comme des salariés, à raison de 200 appels par semaine. Types de questions abordées : l'exercice du droit de retrait ou les conditions de reprise de l'activité. « *Dans le même temps il a fallu assimiler un flux très dense de textes* », souligne Armelle Léon, la responsable de l'unité territoriale. Une abondante actualité juridique, une avalanche de dispositifs qu'il a fallu communiquer et expliquer aux entreprises via les chambres consulaires et les branches professionnelles au travers de multiples réunions. « *Certaines entreprises ont également fait l'objet d'un suivi particulier* », précise Armelle Léon.

Les bureaux de la Direccte restent fermés au public, même si la vie commence à reprendre son cours. Les inspecteurs du travail sont de nouveau sur le terrain, et des contrôles vont être effectués auprès des entreprises bénéficiaires de l'activité partielle afin de détecter d'éventuels fraudeurs. L'administration s'attend aussi à une deuxième vague de demandes de chômage partiel au second semestre.



Armelle Léon.

## Quand le bâtiment va... un peu moins vite

« *Une gestion au physique et au mental* », résume Jonathan Budzin. La FFB Aube et son secrétaire général ont vécu six semaines intenses, rythmées par une cellule de crise mise en place en interne dès le 13 mars, avec un numéro de téléphone joignable 7j/7, de 7 h à 22 h, pour répondre aux angoisses et aux interrogations des 120 adhérents de la fédération auboise du bâtiment (soit 2 000 salariés). Aujourd'hui, c'est plutôt un sentiment de « *sérénité dans la résignation* » qui règne dans les rangs des entrepreneurs. Ils ont été en partie rassérénés par les mesures prises

et par la disponibilité des autorités locales, même si leur activité n'est encore qu'à 30 % de la normale et que l'on craint un contrecoup à la rentrée.

La FFB participe en parallèle à la cellule de crise de la CCI et au comité BTP installé par le préfet de l'Aube avec deux objectifs : redémarrer tous les chantiers et relancer les appels d'offres publics et privés.

Concernant ces derniers, trois "minicomités" ont également été constitués par la FFB Aube, le 1<sup>er</sup> avec les gros maîtres d'ouvrage (les bailleurs sociaux), le 2<sup>e</sup> avec Troyes Champagne Métropole, le Département et la Région, le 3<sup>e</sup> avec les maîtres d'ouvrage privés (les promoteurs immobiliers). But du jeu : leur faire signer une charte par laquelle ils s'engagent notamment à endosser une partie des 10 % de surcoût générés par la crise (forte baisse de la productivité, allongement des durées de location du matériel, coût de la désinfection, hausse du prix des matières premières, etc.). Un surcoût rédhibitoire quand on sait que la rentabilité moyenne d'une entreprise de BTP tourne autour de 2 ou 3 %. Autre source d'inquiétude pour la profession : le devenir du CFA. « *Qui va prendre des apprentis ?* », s'interroge Jonathan Budzin. *Et si l'on ne forme plus de jeunes, on devra faire face à une pénurie de main-d'œuvre dans les années à venir.* »



Jonathan Budzin.



## L'Aube s'engage dans l'industrie du masque

Les bonneteries aubois ne sont pas les seules entreprises du département à s'être mobilisées contre le Covid-19. L'une d'entre elles vient même de se singulariser en créant, selon sa propre expression, une « *usine de campagne* » (comme il existe des hôpitaux de campagne) : il s'agit de BioSerenity, que CCI Mag avait présentée à ses lecteurs dans son **numéro 20**. Le concepteur de vêtements médicaux connectés a lancé Sérénité Protection Santé, une marque dédiée à la production de masques chirurgicaux, de masques FFP2 et de surblouses pour les soignants. L'usine est hébergée dans les locaux de Levisys, sur le parc de la Technopole de l'Aube en Champagne. La production a démarré le 12 mai pour atteindre son plein régime à la mi-juin, et ce pour une durée de neuf mois dans un premier temps. A terme, 500 000 masques sortiront chaque jour des 11 lignes de production importées de Chine, tandis que la matière première vient de France et d'Allemagne. Elles emploieront 150 personnes en CDD, en intérim ou en prêt de personnel. L'usine fonctionnera 24h24, 7j7, en 3x8 en semaine et en 2x12 le week-end. La production couvrira en priorité les besoins du milieu médical à la demande de l'Etat, mais les entreprises et les organisations devraient pouvoir aussi en bénéficier, en complément de la filière d'approvisionnement et de redistribution mise en place par l'Upren (Union patronale de la région de Romilly et Nogent) en collaboration avec la CCI. On rappellera que l'usine a reçu la visite d'Agnès Pannier-Runacher, secrétaire d'Etat auprès du ministre de l'Economie et des Finances, le 25 mai dernier.



### La CCI vend des masques

La CCI Troyes et Aube dispose d'un volume important de masques chirurgicaux jetables qu'elle vend à prix coûtant aux entreprises aubois, soit 0,59 € HT l'unité (TVA à 5,5 %), par sachets de 50. Ces lots sont disponibles sous 24 à 48 heures après la commande. Le paiement s'effectue lors du retrait de la commande.

[Cliquer ici pour commander.](#)

Pour tout renseignement, contacter Sandrine Poncet-Tramut au 03 25 43 70 12,

[direction@troyes.cci.fr](mailto:direction@troyes.cci.fr)



## De nouvelles aides



### Les annulations ou reports de charges

- L'Agirc-Arrco permet aux entreprises confrontées à d'importantes difficultés de trésorerie de reporter tout ou partie du paiement de leurs cotisations de retraite complémentaire d'avril. [Cliquer sur le lien.](#)
- Les loyers et redevances d'occupation du domaine public dus aux bailleurs nationaux (Etat et opérateurs) sont annulés pour les TPE et PME du secteur du tourisme et de l'événementiel sportif pour la période de fermeture administrative. [Cliquer sur le lien.](#)

### Les aides financières directes

- L'Agirc-Arrco fait bénéficier les dirigeants salariés en grande difficulté financière d'une aide exceptionnelle pouvant aller jusqu'à 1 500 euros. [Cliquer sur le lien.](#)
- L'Assurance Maladie - Risques professionnels subventionne à hauteur de 50 % l'achat d'équipements de protection par les entreprises de moins de 50 salariés et par les travailleurs indépendants. [Cliquer sur le lien.](#)
- Le fonds de solidarité en faveur des entreprises a été prorogé en mai. [Cliquer sur le lien.](#)

### Les prêts et garanties financières

- L'accès au fonds Résistance Grand Est a été élargi aux entreprises fermées administrativement, à celles qui ont subi une baisse d'au moins 25 % de leur chiffre d'affaires (au lieu de 50 %) et à celles qui comptent jusqu'à 20 équivalents temps plein. D'autres conditions d'éligibilité à ces avances remboursables ont été étendues et certaines modalités assouplies. [Cliquer sur le lien.](#)
- Le prêt garanti par l'Etat (PGE) peut désormais être octroyé par une plate-forme de financement participatif (crowdfunding). [Cliquer sur le lien.](#)





## Retour en présentiel à la CCI

Pendant toute la durée du confinement, la CCI a gardé le lien avec ses ressortissants à travers d'une part sa ligne Covid-19, et d'autre part l'organisation de webinaires, ou séminaires à distance. Ces visioconférences se poursuivent jusqu'à nouvel ordre sur des thématiques variées, mais la CCI ayant rouvert physiquement ses portes le 12 mai et étant redevenue ainsi accessible au public sous certaines conditions (voir à ce sujet le **premier volet** de la newsletter CCI Mag), des réunions peuvent de nouveau s'y dérouler. C'est le cas notamment du cycle d'ateliers "Etes-vous prêt à vous lancer ?" sur la création d'entreprise, et des réunions d'information micro-entreprise sur le statut d'auto-entrepreneur. Pour connaître leur programmation, il suffit de consulter l'agenda qui figure en page d'accueil du **site de la CCI**.



### A Troyes, stationnement offert

Pour faciliter la reprise de l'activité commerciale, la Ville de Troyes a financé 10 000 chèques parking que les commerçants troyens pourront offrir à leurs clients. Ces chèques (valables jusqu'au 30 septembre) donnent droit à une heure de stationnement gratuite dans cinq parcs clos de la ville : 14-Juillet, Argence, Victor-Hugo, Casimir-Perier et Michel-Laclos (à la place de l'ancien commissariat de police).

Pour d'autres bons plans, on consultera avec intérêt le site des **Vitrines de Troyes** et son appli **Boutic** téléchargeable sur Google Play et l'App Store. Réductions, promotions, bons d'achats, offres ciblées, service de click and collect... Ne ratez rien des bonnes affaires à faire dans la cité tricasse.

## La Région Grand Est voit plus loin

La Région Grand Est a multiplié les initiatives pour faire face à la crise. Dans notre **précédente newsletter**, nous avons parlé du **Fonds Résistance Grand Est** destiné à renforcer la trésorerie des entreprises par le biais d'avances remboursables, et du **site de vente en ligne** de masques, de visières de protection et de gel hydroalcoolique dédié aux acteurs régionaux. Faute de pouvoir évoquer l'ensemble de ces initiatives, citons trois d'entre elles.

Le **Business Act Grand Est** est un plan de reprise post-Covid-19 lancé conjointement par l'Etat et la Région. Son objectif, repenser l'économie régionale à travers trois axes : la performance et la transformation industrielle, la transition écologique et énergétique, la transformation numérique. Des groupes thématiques, chapeautés par un groupe contact, sont chargés d'élaborer une feuille de route.

Les industriels, les chambres consulaires et les syndicats patronaux en sont parties prenantes. Leurs pistes, auxquelles s'ajouteront les contributions libres des internautes, seront examinées le 18 juin par l'assemblée régionale.

**Plus Forts Grand Est** est une plate-forme permettant aux entreprises de la région de proposer aux acteurs du territoire des produits ou des services innovants répondant à la crise. Elle fait le lien entre offreurs et apporteurs de solutions.

**Résilience Grand Est** est un appel à projets lancé par l'Etat et la Région autour de

différentes thématiques : de nouveaux modèles économiques (en lien notamment avec la bioéconomie), de nouvelles méthodes d'organisation du travail, l'aménagement des espaces, le renforcement de nos capacités en matière de santé et l'organisation des soins, l'agriculture et l'alimentation.





# La lettre jour


Édition économique, sociale, juridique, hebdomadaire  
habilitée à recevoir les annonces judiciaires et légales


**L'Est éclair**

**Chaque jeudi**

Votre rendez-vous  
économique, social et juridique

**Pour vous abonner,  
c'est très simple !**

 Téléphone service clients  
**03 66 890 406**  
(prix d'un appel local)  
de 8 h à 18 h du lundi au vendredi  
et de 8 h à 12 h le samedi

 Par internet :  
**abonnement@lest-eclair.fr**

Bulletin d'abonnement

Nom : ..... Prénom : .....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

E-mail : .....

Je souhaite m'abonner 1 an pour 57 €

Je souhaite recevoir la newsletter de la lettre du 7<sup>e</sup> jour

Bulletin à retourner à l'ordre de SAS L'Est éclair à l'adresse :  
SAS L'Est-éclair - Service clients - CS 10549 - 59023 Lille cedex



Orientation - Apprentissage

un service



**Vous êtes chefs d'entreprise,  
déposez vos offres d'apprentissage et de stages sur  
[www.apprentissage-grandest.fr](http://www.apprentissage-grandest.fr)**



Contact CCI Troyes et Aube : Lydia Bonnet • Tél : 03 25 43 70 22 • l.bonnet@troyes.cci.fr