

# L'heure est venue pour la CCIT d'imprimer sa marque

La Provence, 24/11

La Chambre de commerce et d'industrie complète son volet institutionnel par un volet business

Une révolution culturelle. C'est ainsi que l'on peut qualifier l'évolution qui amène la Chambre de commerce et d'industrie (CCI) à devenir désormais un cabinet conseil qui délivre des prestations à titre onéreux. De fait, ce sont une philosophie, un langage et une méthode de travail que les salariés doivent acquérir, pour devenir compétitifs, passant d'un service public au privé. Pour rappel, la chambre a licencié 12 personnes en trois ans et les 32 salariés actuels doivent "monter en compétence" dans le cadre de la Gestion prévisionnelle des emplois et de la compétence - les dépenses de personnel représentent 50 % du budget.

Une démarche dictée par une réduction de la Taxe pour frais de chambre engagée par le gouvernement, ainsi que le rappelle Daniel Margot, président de la CCI04. Ces produits payants sont désormais développés sous la marque Enjeux04 - du nom du magazine de la CCIT. Leurs axes ? Le développement et le financement des entreprises ; l'appui aux filières ; la formation professionnelle et études et informations économiques, avec l'observatoire Thais. Des produits marchands commercialisés et



Premier acte de la transformation de la CCI présidée par Daniel Margot : la transformation de ses locaux manosquins en centre d'affaires. Ils seront inaugurés le 27 novembre par le président de CCI France, Pierre Goguet. /PHOTO ÉRIC CAMOIN

**200 000 €**  
Le chiffre d'affaires 2020 attendu hors activité formation professionnelle

déployés en début d'année.

Par exemple, en matière d'appui aux filières - sont particulièrement identifiées les énergies renouvelables, le thermalisme et les senteurs et saveurs - l'aide à la rédaction au Document unique, comme la transmission d'entreprise sont ciblées. "Notre population de chefs d'entreprise est vieillissante: il faut qu'on l'accompagne car c'est une perte d'entreprises et d'emploi", tout comme les études de marché et de positionnement, ainsi que l'accompagnement des maîtres restaurateurs "en vue d'une montée en gamme et qui est menée avec les Hautes-Alpes" précise Daniel Margot. Ce catalogue est néanmoins encore

appelé à connaître des modifications dans la mesure où CCI France travaille à la construction d'une "offre de service unique" que toutes les CCI de l'Hexagone devront être en capacité de mettre à la disposition de leurs "clients".

### Développer le centre de formations

Un site internet dédié, indépendant du site institutionnel, vient d'être mis en ligne. "On est entré dans une démarche commerciale en nous spécialisant sur des produits sur lesquels nous voulons être des experts. On sera en concurrence avec d'autres professionnels mais nous serons au prix du marché" avertit Daniel Margot. "Il n'y a pas de distorsion de concurrence car il n'est pas possible d'affecter de la ressource", complète Alban Richaud, directeur général de la CCI.

Ce volet sera complété par la formation dont il est attendu qu'elle génère 1,5 million d'euros "de chiffre d'affaires tendanciel" pour stabiliser le CFA et l'EcoCampus. Car la réforme de la formation est également passée par là: "Le CFA dévolu aux activités tertiaires, jusqu'à présent financé par la taxe d'apprentissage et le Conseil régional, est désormais rémunéré au contrat, ce qui nous met en difficulté par rapport aux effectifs. Il est impératif de les majorer de 30 à 40 apprentis".

L'EcoCampus doit lui aussi changer d'échelle: "Ce ne sont pas les entreprises du département qui vont apporter des apprentis et seront demandeuses de ces formations. Il faut une logique régionale".

Car il y a urgence. Si la tendance se maintient, la part de la TFC de l'entité bas-alpine risque de passer de 1,947 mil-

lion à 1,6 million € sur un budget global de 4 millions. "Le défi n'est pas simple. On ne désespère pas que le gouvernement accompagne mieux les territoires ruraux". Et Daniel Margot d'annoncer sa présence au sein de la CCI France pour faire entendre sa voix. Par ailleurs, des échanges sont prévus avec l'UDE, l'Agence de développement et le réseau CréActeurs afin de déterminer une feuille de route de chacune des structures en vue d'une complémentarité. "Je ne sais pas si la CCI va pouvoir contrebalancer la baisse de la TFC par ses produits mais on a un bel outil qu'il faut désormais vendre et déployer" martèle son président.

La CCI a jusqu'au 31 mars pour adopter son budget primitif 2020.

Emmanuelle FABRE