

Ecrit par le 23 juillet 2024

3 ans après le début de la crise sanitaire, 94% des entreprises disposent d'une politique de télétravail



Les DRH ont tourné la page de la crise sanitaire et le télétravail est désormais devenu la norme au sein des entreprises avec des règles bien établies pour assurer le bon fonctionnement de l'organisation et répondre aux attentes des salariés et candidats. Optimistes en 2022, les DRH se montrent prudents en 2023 tout en faisant preuve de détermination. C'est ce que révèle la nouvelle édition du [Baromètre des DRH](#)* réalisée par [WTW](#), [ABV Group](#) et [RH&M](#).

« En 2023, les DRH doivent s'adapter à la volatilité croissante de l'environnement des entreprises et se focaliser sur la gestion de l'humain tout en ayant à cœur d'accompagner la transformation de leur organisation, souligne [Laurent Termignon](#), directeur de l'activité Work & Rewards chez WTW. Ils pilotent la contribution de leur fonction dans une double échelle de temps : le court terme avec le climat social, l'impact de l'inflation, les enjeux d'attractivité tout en l'inscrivant dans la durée sur les thématiques de la RSE, du climat voire de la question du partage de la création de valeur. Plus que jamais, les DRH

Ecrit par le 23 juillet 2024

confirment ainsi leur rôle à la fois stratégique et opérationnel dans la conduite des entreprises. »

Changement du rapport au temps

« Le rapport au temps a changé. Les temps stratégiques et opérationnels se sont réduits ; le temps des organisations se réduit aujourd'hui, ajoute [Damien Riso](#), directeur associé d'AVB Group. Les salariés s'adaptent et attendent des entreprises qu'elles s'adaptent en retour. Si 80% des DRH font de la maîtrise des coûts un enjeu extrêmement important, ils mettent aussi en valeur que la transformation des entreprises passe par cette gestion de l'humain. Et cette édition 2023 du Baromètre des DRH témoigne de ces changements ! »

Parmi les principaux enseignements de cette édition :

- Pour 83% des DRH (vs 93% en 2022), soutenir et accompagner la transformation de l'entreprise reste la première priorité de leur fonction et même une priorité absolue pour 62% d'entre eux. Dans un marché du travail dynamique, rendre plus attractive leur entreprise arrive en deuxième position (52%), suivi par l'amélioration de l'expérience salarié qui reste capitale pour 39% (vs 53%) des DRH.
- La transformation de l'entreprise passe pour 64% des répondants (vs 78%) par la mise en place d'une organisation favorisant l'innovation et l'agilité. La dématérialisation des tâches et la robotisation (44% vs 46%), ainsi que la mise en place d'une démarche de Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels (GEPP) ou de Strategic Workforce Planning (44% vs 52%) arrivent ensuite. A 40%, la redéfinition de la culture d'entreprise connaît une augmentation de 7 points par rapport à 2022.
- En matière de RSE, Diversité et Inclusion, les DRH se mobilisent toujours en tout premier lieu sur la qualité de vie au travail et le bien-être des collaborateurs (85% vs 87%). La promotion de l'inclusion, l'équité et la diversité (77% vs 83%) reste également une priorité absolue. L'amélioration de la transparence et de la gouvernance (46% vs 38%) occupe la 3ème position.
- Trois thématiques occupent une place privilégiée dans la politique de gestion des talents, considérées chacune comme très importantes par 88% des DRH : l'engagement et la fidélisation des collaborateurs, l'attractivité et la marque employeur, ainsi que le développement des compétences. Dans un contexte de marché de l'emploi dynamique et concurrentiel, les DRH ont à cœur de faire progresser l'expérience de leurs salariés et de l'inscrire dans la durée.
- En termes de politique de rémunération, en lien avec le contexte inflationniste et l'impact sur le pouvoir d'achat, 74% des DRH considèrent la gestion du salaire de base comme la priorité de l'année 2023, un score en forte progression (62% en 2022) ; la part variable et la rémunération de la performance (64% vs 63%) passe en deuxième position, suivi de près par l'équité de traitement entre les salariés (64%). L'égalité Femmes / Hommes (57% vs 64%) et la rémunération des compétences ou des métiers en tension (53% vs 74%), demeurent présentes dans les préoccupations de plus de la moitié des DRH mais avec des scores inférieurs. Pour faire face aux conséquences de l'inflation sur la rémunération, 74% des DRH envisagent le ciblage sur les populations critiques.

Ecrit par le 23 juillet 2024

- Concernant l'efficacité de la fonction RH, la qualité du dialogue social reste l'enjeu majeur pour les DRH, en baisse néanmoins de 7 points (70% vs 77%). Les priorités se portent ensuite sur l'évolution de la fonction RH, notamment sur le volet digital pour les deux tiers des répondants, avec l'évolution du SIRH (stable à 67%), l'analyse des données RH (65% vs 61%), et la digitalisation des processus RH (60% vs 63%). Le recrutement (76% vs 75%) est pour les DRH le processus RH à digitaliser en priorité.
- L'absentéisme impacte l'engagement des collaborateurs selon 75% des DRH mais aussi l'organisation et la gestion des ressources (62%), et génère des risques psychosociaux (62%). Pour le réduire, les DRH privilégient l'amélioration de l'environnement de travail (71%), l'écoute des salariés (69%), la prévention (64%), ainsi que la formation et la sensibilisation des managers (56%).
- Pour 2023, les DRH anticipent clairement une croissance moins forte du recrutement même si elle reste en tête des réponses (47% vs 61% en 2022). Les anticipations économiques pourraient être la première cause de ce ralentissement attendu du recrutement.
- 94% des PME, ETI et Grandes Entreprises disposent d'une politique ou d'un ensemble de principes pour organiser le télétravail ; 54% des entreprises l'ont définie en 2020 ou avant, 40% en 2021 et 2022. Seules 6% des organisations n'ont déployé aucune mesure.
- Selon les DRH, le télétravail permet d'améliorer l'attractivité de l'entreprise (87% vs 82%), et de favoriser un meilleur équilibre de vie pour les salariés (79% vs 81%). Ces résultats montrent que ce mode de travail s'installe durablement comme facteur d'attraction et de rétention.
- Cependant pour 87% des DRH, le télétravail n'apporte rien à la collaboration (lien social, esprit d'équipe, innovation collective...), voire la dégrade. En outre, s'ils sont 32% à affirmer que cette pratique a permis d'améliorer la productivité, 62% estiment que son impact est très faible.
- Pour 59% des participants, la politique est de deux jours de travail à distance par semaine alors que 17% proposent 3 jours. Seuls 12% n'envisagent qu'une journée alors que 8% ont opté pour 5 jours. La semaine condensée en quatre jours, plus contraignante à mettre en place, fait peu partie des mesures prises (3%).
- 96% des entreprises ont pris position concernant l'indemnisation ou non des salariés en télétravail. Ainsi, si 50% (vs 51%) d'entre elles n'ont pas prévu d'indemniser leurs télétravailleurs, 46% (vs 35%) ont l'intention d'instaurer une compensation.
- Selon les DRH, la situation géopolitique (34%) et les phénomènes de grande démission et de quiet quitting ou démission silencieuse (30%) sont les thématiques qui influencent le plus le climat de l'entreprise en 2023.

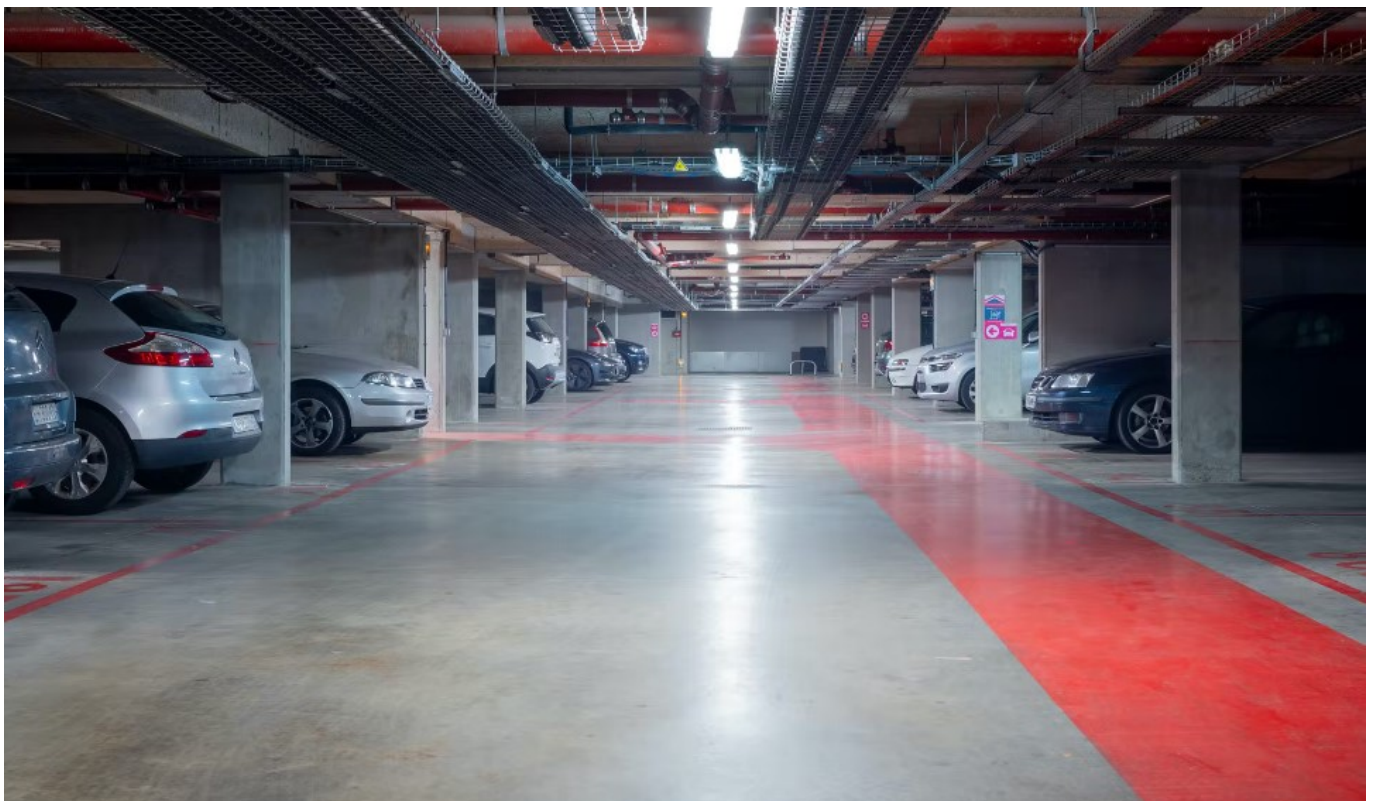
« Comme nous pouvons le constater à la lecture des résultats 2023 du Baromètre des DRH, les injonctions sont grandissantes pour les DRH, tenus plus que jamais de résoudre l'équation développement économique et développement des femmes et hommes de l'entreprise, dans un monde subissant de grandes ruptures. Nous commençons seulement à comprendre que nous vivons dans un monde 'VUCA' (Volatile et incertain, complexe et ambigu), et le monde glisse tout schuss vers un univers

Ecrit par le 23 juillet 2024

'BANI' (Brittle -fragile-, anxieux, non linéaire et incompréhensible). Les enjeux en sont d'autant plus lourds de conséquences, le champ d'actions du DRH plus étendu et ses responsabilités plus grandes » conclut [Delphine Lancel](#), directrice associée du groupe RH&M.

* *Méthodologie : L'édition 2023 du Baromètre des DRH a été menée du 1 décembre 2022 au 31 janvier 2023 à l'aide d'un questionnaire en ligne auquel 108 DRH d'entreprises de toutes tailles et industries confondues ont répondu.*

Le Vaucluse 21e département le plus cher de France pour le stationnement des entreprises



Selon le dernier baromètre de [Zenpark](#), spécialiste de la location de places de stationnement, le Vaucluse serait le 21^e département le plus cher de France pour le stationnement des entreprises.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Ainsi avec un coût annuel estimé de 202 343€ pour 100 places ou 149 734€ pour 74 places, le Vaucluse apparaît en 4^e position régionale derrière, les Alpes-Maritimes, le Var et les Bouches-du-Rhône. Dans le grand Sud, notre département affiche un montant de charges quasi-identique à l'Hérault mais significativement supérieur à ceux des départements limitrophes (voir tableau ci-dessous).

Au niveau national, sur les 61 départements dans lesquels Zenpark a pu recueillir des données, c'est à Paris que les places sont les plus chers (643 807€ de charges annuelles pour 100 places). Sans surprise, la capitale devance très largement les Hauts-de-Seine (380 057€). Arrivent ensuite la Corse-du-Sud (345 307€), le Val-de-Marne (258 807€), les Alpes-Maritimes (252 343€), la Seine-Saint-Denis (243 807€), la Haute-Savoie (237 565€), le Var (236 093€), les Pyrénées-Atlantiques (228 460€) et enfin le Rhône (225 065€) qui clôture ce top 10.

Classement	Département	Charges totales annuelles pour 100 places	Charges totales annuelles pour 74 places
5	Alpes-Maritimes	252 343€	186 734€
8	Var	236 093€	174 709€
12	Bouches-du-Rhône	218 593€	161 759€
21	Vaucluse	202 343€	149 734€
23	Hérault	201 229€	148 910€
25	Alpes-de-Haute-Provence	201 093€	148 809€
40	Drôme	190 065€	140 648€
41	Gard	187 479€	138 735€
54	Ardèche	178 815€	132 323€

© [Zenpark](#)

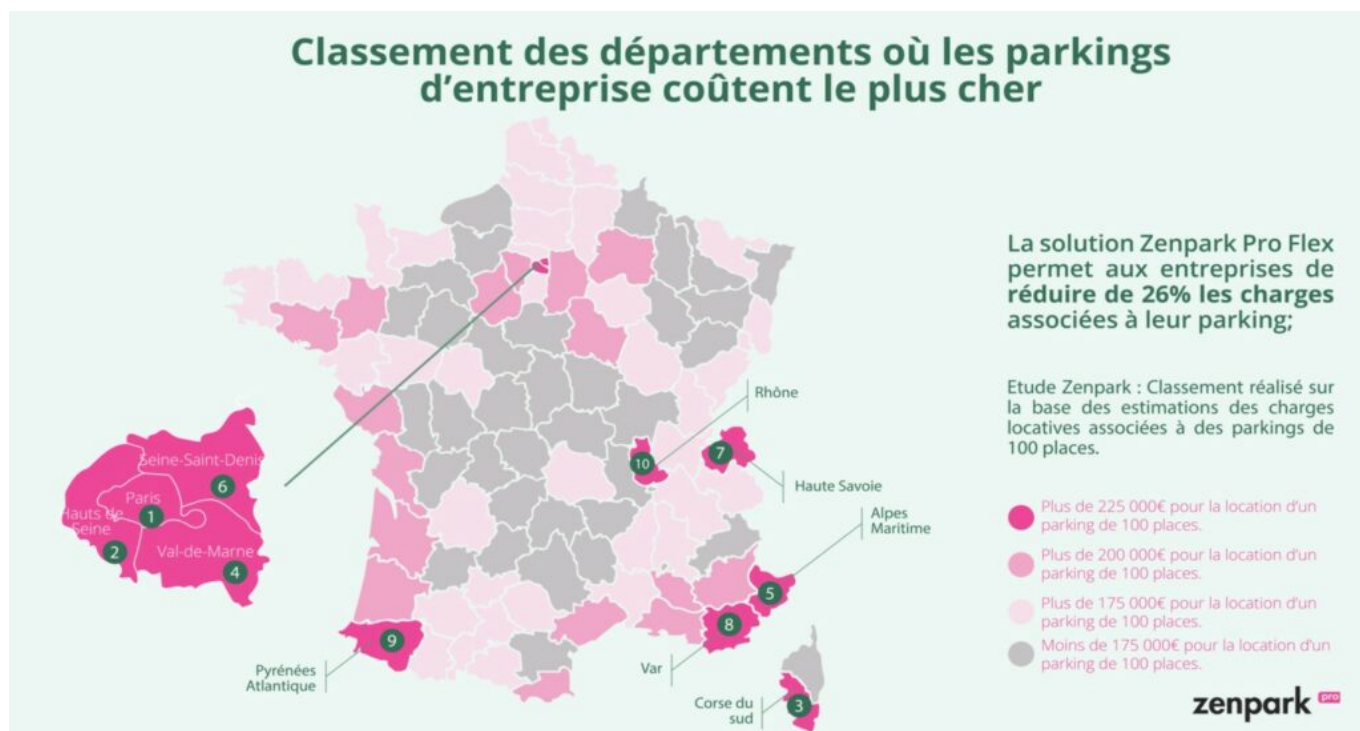
Des prix qui ne cessent de croître

« Le prix du stationnement ne cesse de croître en France, à mesure que les places en voiries s'engorgent, explique Zenpark qui a aussi développé [Zenpark pro](#), une solution de stationnement pour les professionnels. Ainsi, pour les entreprises, la gestion d'un parking représente un investissement financier de plus en plus considérable. Pour autant, cela reste un atout d'attractivité et de bien-être salarié nécessaire et différenciant pour attirer les talents. »

« La garantie de trouver une place de stationnement gratuite à proximité de son bureau participe donc fortement au bien-être des salariés. »

« En effet, poursuit l'étude de Zenpark, selon [l'Insee](#), 77% des salariés en France utilisent leur véhicule personnel pour se rendre sur leur lieu de travail, pour une distance comprise entre 5 et 15 kilomètres, et 85% entre 25 et 30 kilomètres, alors même que rien ne contraint les entreprises à mettre à disposition des places de parking pour les salariés. La garantie de trouver une place de stationnement gratuite à proximité de son bureau participe donc fortement au bien-être des salariés. Cet avantage salarial est souvent débattu à l'occasion des négociations annuelles obligatoires. »

Ecrit par le 23 juillet 2024



Optimisation des emplacements de stationnement

« Afin de limiter le budget associé à la gestion locative, les entreprises peuvent réduire le nombre de places de leur parking en les partageant plus efficacement entre les salariés, assure les équipes de Zenpark. Il existe en effet des solutions logicielles de mutualisation des places qui permettent de diminuer le nombre de places à louer, tout en garantissant une place à chaque salarié. »

Pour cela, il est ainsi possible de transformer un parking d'entreprise en parking collaboratif pour réduire les coûts.

« Une [solution de parking collaboratif telle que Flex](#) permet de réaliser des économies financières en limitant le nombre de places de stationnement, poursuivent les auteurs du baromètre. Grâce à des outils digitaux adaptés et simples d'utilisation, Flex permet de piloter un parking d'entreprise en toute simplicité, d'optimiser l'usage des places de stationnement, et de simplifier l'accès à tous les collaborateurs de l'entreprise. Concrètement, les salariés réservent leur place depuis leur ordinateur ou leur smartphone, puis ils ouvrent l'accès au parking via une application mobile, un badge, un digicode, ou encore leur plaque d'immatriculation. Depuis son espace en ligne, le gestionnaire du parking accède à la liste des utilisateurs, des places disponibles et occupées en temps réel, des données d'occupation, et gère les accès des salariés en un clic. »

En mutualisant plus efficacement ses places, une entreprise de 100 salariés où chaque salarié dispose d'une place de stationnement pourrait économiser 26 places et donc proposer non plus 100 places, mais 74, soit une économie de 26% en moyenne. Une place de stationnement pouvant ainsi être utilisée par 1,3 salariés.

Méthodologie

Écrit par le 23 juillet 2024

Pour établir ce classement, Zenpark a établi une étude macro sur les coûts de possession d'un parking d'entreprise à la location. Cette estimation s'appuie sur :

- Les charges locatives estimées à partir des annonces publiées sur les principaux sites de diffusion, entre septembre 2021 et août 2022. Ils correspondent aux prix affichés avant toute négociation et transaction et peuvent différer des valeurs de marché. Elles prennent en compte le coût de location, ainsi que les charges de copropriété associées.
- Les coûts moyens d'assurance d'après une étude du comparateur en ligne [Ooreka](#) (anciennement comprendrechoisir.com) datant de 2019.
- La Cotisation foncière des entreprises (CFE) qui correspond à l'impôt local dû par toute entreprise et personne exerçant une activité professionnelle non salariée.

La base d'imposition à la CFE est constituée par la valeur locative des biens passibles d'une taxe foncière utilisés par l'entreprise pour les besoins de son activité professionnelle. Ces biens doivent être à la disposition de l'entreprise pour être compris dans la base d'imposition à la CFE : c'est le cas lorsque l'entreprise est propriétaire de ces biens ou locataire (sauf exceptions).

L.G.

Aviron : pour le président du comité vauclusien, il faut « faire connaître, communiquer et démontrer »

Ecrit par le 23 juillet 2024



A l'aube des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, [Gilles Bonnassieux](#), président du comité départemental d'aviron en Vaucluse, souhaite mettre en avant ce sport qui n'est, selon lui, pas médiatisé en dehors des JO.

« L'aviron est un sport qui a une forte notoriété, mais qui est très peu visible. On en parle une fois tous les quatre ans pendant les Jeux Olympiques », explique [Gilles Bonnassieux](#), président du comité départemental d'aviron en Vaucluse (CD84). Ce comité, qui s'articule autour des clubs d'Avignon et de Caderousse, a pour vocation la promotion de ce sport nautique et de le faire découvrir à de nouveaux pratiquants : adultes, jeunes, étudiants, parcours santé...

Le comité souhaite mieux prendre en compte le contexte territorial, économique et social dans lequel il s'inscrit : un besoin de solidarité et de bien-être individuel accentué par la crise sanitaire et une préoccupation environnementale de plus en plus prégnante. « Post-pandémie, il y a une attente des gens de retourner dehors et de pratiquer une activité physique. Si on prend tous les avantages de l'aviron, cela coche toutes les cases. » déclare le président du comité aux 254 adhérents (2021-2022).

Au vu de ces éléments, le comité départemental souhaite mettre en place une stratégie pour promouvoir la pratique de l'aviron au sein du département de Vaucluse : faire connaître, communiquer et démontrer, tel est le plan de Gilles Bonnassieux. La première étape de cette stratégie de promotion est de s'adresser en priorité à un public adulte, touché par la pandémie et qui souhaite reprendre l'activité physique. Pour le président du comité, viser ce public « est le choix de la facilité. Il faut juste leur donner le dernier un coup de pouce pour qu'ils franchissent le pas ».

Un sport complet et ouvert à tous

Écrit par le 23 juillet 2024

« L’Aviron est un sport complet », explique Gilles Bonnassieux. « Ce n’est pas traumatisant pour les articulations, c’est bon pour le cœur et c’est surtout un sport convivial » poursuit-il. Tout le monde peut s’y mettre et pour les personnes en perte d’autonomie, sédentaires ou éloignées d’une pratique physique, atteintes de maladies métaboliques, cardiovasculaires ou de cancers et/ou en rémission, un programme spécial a été pensé : Aviron Santé.

En plein air, été comme hiver, sur rivière, lac ou en mer, en solo, à deux, quatre ou huit, mixte ou non, l’aviron est un sport exigeant, mais complet, tant pour une pratique de loisir que pour de la compétition, même si pour Gilles Bonnassieux, l’entrée dans ce sport, principalement des jeunes, doit passer par le plaisir : « la médaille Olympique est le Graal, mais ce n’est pas comme ça qu’on rentre dans ce sport, ce n’est pas comme ça que vous allez attirer les jeunes ».

Ecrit par le 23 juillet 2024



Prototype de bateau solo développé par l'entreprise ATG Technologies © Aviron en Vaucluse

Pour permettre la découverte de ce sport, au coût matériel important, un prototype de bateau une place a été développé par l'entreprise [ATG Technologies](#) (Agroparc) et mit en pratique durant plusieurs évènements comme lors de la journée autour du handicap organisée à la plaine des sports d'Avignon. Cela permet aux curieux d'établir un premier contact avec ce sport, même si Gilles Bonnassieux confie que ces premiers contacts se transforment rarement en inscription.

« Aujourd'hui, on ne vit que sur les subventions »

Écrit par le 23 juillet 2024

« L'objectif numéro deux, après avoir communiqué auprès des adultes, est de trouver les bons moyens au niveau du département pour aller chercher les jeunes pour qu'ils se mettent au sport et, dans mon cas, à l'aviron » confie le président du comité. « Aujourd'hui, on ne vit que sur les subventions. On a un budget qui est de l'ordre de 12 000 € et qui mon outil pour la promotion, pour la démonstration de l'aviron. » Mais cela ne suffit pas, confie Gilles Bonnassieux qui souhaite trouver des entreprises vauclusiennes partageant sa même conviction de remettre les adultes et jeunes au sport.

Pour l'heure, le président du comité compte poursuivre son partenariat avec ATG Technologies (Agroparc) et [BigBird Communication](#) (Morières), entreprise de communication à l'origine de la vidéo ci-dessus, tout en poursuivant sa recherche de mécènes.

Iron Bodyfit : l'entreprise qui place le bien-être de ses adhérents au premier plan

Ecrit par le 23 juillet 2024



Iron Bodyfit, dont le siège se situe à Avignon, est spécialisée dans l'électro-myo-stimulation (EMS), qui consiste à envoyer des impulsions électriques au corps pour stimuler les muscles. Au-delà des bienfaits sur la forme physique, l'entreprise promet une réelle forme de bien-être pour ses adhérents.

Avignon Nord. Une première pièce qui sert d'accueil, mais aussi de salon où les adhérents peuvent prendre une boisson chaude. Derrière, la 'salle de travail' où seulement trois machines d'électro-myo-stimulation (EMS) sont disposées les unes à côté des autres. Sur le côté, un dernier espace vestiaire et douche. La musique résonne en rythme avec la voix du coach. Lorsque l'on rentre dans le studio Iron Bodyfit, il ne faut pas s'attendre à une salle de sport classique.

Seulement une centaine de mètres carrés, et ce, pour tous les studios de l'enseigne. « Les studios sont imaginés et aménagés comme des 'cocons' pour que les clients s'y sentent privilégiés, explique [Thierry Douvier](#), directeur France d'Iron Bodyfit. On ne se compare absolument pas à une salle de sport. » Les

Ecrit par le 23 juillet 2024

studios fonctionnent d'ailleurs selon les codes d'un institut de beauté et non d'une salle de sport.

Une entreprise jeune et florissante

Fondée en 2015 par [Hadri Jaffal](#) et [Johan Ghu](#), Iron Bodyfit a été parmi les premières entreprises à proposer l'EMS en France et a été la première à développer un système de franchise pour ce concept. Très vite, l'entreprise a connu un essor et a ouvert de nouvelles franchises, d'abord en France, puis à l'international.

Aujourd'hui, l'Hexagone comptabilise 115 studios. L'objectif serait d'atteindre 145 d'ici la fin de l'année, et 300 d'ici trois ans. L'entreprise compte aujourd'hui une quarantaine de studios en dehors de la France métropolitaine, à la Réunion, en Suisse, en Belgique, au Maroc, au Canada, en Côte d'Ivoire, ou encore à Dubaï. Et de nouvelles franchises sont d'ores et déjà en cours d'ouverture au Royaume-Uni, en Espagne et aux États-Unis.

En 2022, l'entreprise avignonnaise a enregistré un chiffre d'affaires de 23,5 millions d'euros, ce qui représente une croissance de +40% par rapport à l'année précédente. Iron Bodyfit vise le même taux de croissance pour l'année 2023. « On est en position pour atteindre les 28 ou 29 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2023, grâce au développement de nouveaux studios et le développement aux seins des studios déjà ouverts », développe Thierry Douvier. C'est ainsi que l'entreprise s'est hissée à la place du leader de l'EMS en France, sur un marché qui est encore en plein développement.

Le bien-être avant tout

Une valeur importante de la société, c'est de faire passer le bien-être des adhérents en premier. Et par 'bien-être', Iron Bodyfit ne parle pas seulement de forme physique, mais aussi psychologique, ce pourquoi l'enseigne ne se compare pas aux salles de sport classiques. « Les adhérents nous répètent souvent qu'ils ne rateraient une séance pour rien au monde parce que ça leur fait du bien et ça leur permet d'oublier les tracas du quotidien, qu'ils proviennent du foyer ou du travail », affirme [Romain Secchiaroli](#), franchisé Avignon Nord et Montélimar, et développeur de réseau France/Espagne.

Thierry Douvier, le directeur France de l'entreprise, lui-même en atteste. « J'avais besoin de me sortir la tête du travail, et en plus, j'avais de très grosses douleurs au dos, explique-t-il. J'ai tout essayé et ça ne passait pas. » C'est alors qu'il entend parler de l'EMS par un proche. Profitant de la séance offerte, il s'est rendu compte que ses douleurs avaient grandement diminué au bout de cette séance et a décidé de prendre un abonnement. Anciennement directeur régional de Conforama, ce n'est que bien plus tard que Thierry a rejoint l'équipe d'Iron Bodyfit, appréciant grandement les valeurs de l'entreprise. « Quoiqu'il arrive je fais ma séance chaque semaine, et aujourd'hui, le mal de dos c'est quelque chose que je ne connais plus », conclut-il.

25 minutes par semaine

Ainsi, l'EMS peut avoir de nombreux bienfaits. Il peut agir sur les maux de dos, il permet également de

Ecrit par le 23 juillet 2024

travailler sur la perte de poids, le renforcement musculaire ou encore le raffermissement.

Une séance dure 25 minutes, et correspond à quatre heures de renforcement musculaire classique. Ainsi, une séance par semaine suffit, l'enseigne n'en propose pas davantage. L'adhérent s'équipe d'un gilet, de bandeaux au niveau des fessiers, des cuisses, des biceps et des triceps, et l'électrostimulation permet de travailler sur huit groupes musculaires en même temps, peu importe le mouvement effectué et quel muscle est visé avec ce mouvement.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, l'EMS ne représente aucun danger, il n'y a aucun risque de prendre un choc électrique, comme en atteste Romain Secchiaroli. « J'ai fait un arrêt cardiaque à 24 ans, et aujourd'hui, je ne loupe aucune séance, explique-t-il. L'activité sportive via l'EMS est très bonne parce qu'elle n'est pas impactante, pas de choc, pas de poids, pas d'équipement, on ne travaille qu'avec le poids du corps. »

Des séances intimistes

En plus d'être formés à la pratique de l'EMS, les coachs d'Iron Bodyfit sont formés à être à l'écoute des adhérents. L'objectif étant que ces derniers se sentent privilégiés. C'est pourquoi tous les studios de l'enseigne sont aménagés plus ou moins de la même façon et qu'ils ne peuvent accueillir que trois adhérents à la fois. Une configuration qu'Iron Bodyfit ne compte pas changer afin de garder une certaine intimité.

« Il faut que les 25 minutes par semaine soient un moment de bonheur et de libération, développe le franchisé Avignon Nord. C'est pour ça qu'on entretient des relations très proches avec nos adhérents. On connaît leur vie, leurs soucis, on va même à leur mariage, ils sont invités à nos soirées Iron Bodyfit, etc. » Cette proximité, elle rentre dans la liste des valeurs de l'entreprise, et elle permet de réellement travailler sur la notion de bien-être que prône Iron Bodyfit.

Ecrit par le 23 juillet 2024



©Iron Bodyfit Avignon Nord

Une pratique pour tous

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, l'EMS ne s'adresse pas nécessairement aux sportifs. Tout le monde peut se tourner vers cette pratique parce que tout le monde ne peut pas passer une heure ou plus, plusieurs fois par semaine, à faire du sport.

« Nos adhérents les plus jeunes ont 18 ans et d'autres ont plus de 85 ans », explique Thierry Douvier. Les femmes représentent d'ailleurs environ 75% de ces adhérents.

Les perspectives d'évolution

Pour le moment, la société avignonnaise se concentre surtout sur le développement en France et à l'international avec l'ouverture de nouvelles franchises. Au-delà du développement, Iron Bodyfit souhaite bien structurer l'entreprise et notamment accompagner au mieux les franchisés en leur apportant des solutions à leurs problématiques afin qu'ils n'aient qu'un seul objectif : se focaliser sur le client.

L'entreprise souhaite également se concentrer sur le développement au sein des studios. Elle a d'ailleurs développé Iron Nutrition, avec une gamme de produits complémentaires pour accompagner la perte de poids et un suivi de conseil en nutrition apporté par un expert. D'autres services autour du bien-être sont

Ecrit par le 23 juillet 2024

en cours de réflexion, tout en sachant que l'EMS est et restera le cœur de métier d'Iron Bodyfit. Si la machine est déjà bien en route depuis 2015, l'entreprise compte bien continuer de populariser la pratique à travers le monde.

[Ecoulez Laurent Garcia, rédacteur en chef de l'Echo du Mardi dans "la nouvelle eco" du mardi sur France Bleu Vaucluse : "Création d'enseignes, notre territoire ne manque pas de franchises"](#)

Soundivine : l'entreprise pontétienne qui lie les milieux discordants du son et du vin

Ecrit par le 23 juillet 2024



Le son et le vin, deux univers qui n'ont aucun lien et qui pourtant se rejoignent au Pontet. En 2022 y est née l'entreprise [Soundivine](#). Fondée par [Audrey](#) et [Cédric Benoit](#), et leur associé [Matthieu Llorca](#), elle propose à la vente une enceinte bluetooth à l'apparence d'une caisse de magnum.

De disque-jockey à fondateur de Soundivine, Cédric Benoit a toujours évolué dans le milieu de la musique. En parallèle de sa carrière de DJ, il a notamment eu un magasin de disques et de matériels de sonorisation pendant plus de 20 ans, il a monté une entreprise d'événementiel et de sonorisation appelée [Audiorent](#), qui est encore en activité aujourd'hui avec sa femme Audrey Benoit. Avec un père ayant toujours eu des entreprises au Pontet, il était évident pour Cédric de continuer dans cette lignée-là.

Et la création d'entreprise ne s'arrête pas là. En 2020 naît l'idée de Soundivine. Passionné de musique, mais aussi de vin, Cédric Benoit tient une évidence. « L'idée de créer ce magnum musical est venue un peu toute seule, explique-t-il. J'en ai même rêvé, ça m'a paru évident de rapprocher mes deux passions. »

Ecrit par le 23 juillet 2024

Un succès déjà marqué

Pour le moment, l'entreprise pontétienne ne propose que l'enceinte magnum. Les perspectives d'évolution de l'entreprise résident surtout dans la personnalisation de ce produit déjà existant. Par exemple, Soundivine a fait personnaliser 200 enceintes pour l'émission Le Late Show, présentée par Alain Chabat sur la chaîne télévisée TF1.



© Soundivine

Il y a également la possibilité de faire une gravure à 360°, comme ça a été le cas pour la marque de vêtements marseillaise [Sessùn](#) avec qui Soundivine a collaboré. « On sort un peu du côté vin, parce qu'on ne voit plus seulement une caisse de magnum mais presque un objet d'art, et les possibilités sont infinies », développe le fondateur.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Ecrit par le 23 juillet 2024

Ecrit par le 23 juillet 2024

Ecrit par le 23 juillet 2024



Ecrit par le 23 juillet 2024

Ecrit par le 23 juillet 2024

Ecrit par le 23 juillet 2024

Ecrit par le 23 juillet 2024



Ecrit par le 23 juillet 2024

©Sessùn/Soundivine

Le secteur du vin emballé

Si avec ces deux collaborations, Soundivine semble s'être éloigné du milieu viticole, il en est tout autre. L'entreprise a travaillé avec de nombreux domaines viticoles de la Vallée du Rhône qui ont commandé leur propre enceinte. Un équipement sonore en adéquation avec leur activité professionnelle. Parmi les domaines qui s'en sont déjà équipés, on compte notamment le Domaine Usseglio à Châteauneuf-du-Pape, le Domaine de Verquière à Sablet, ou encore le Château La Verrerie à Puget.

L'entreprise a également pu se faire connaître sur des événements liés au vin tels que Millévin, la fête des vins des Côtes du Rhône, ou encore le salon Vinexpo à Paris. Pour ce dernier, Soundivine a non seulement organisé une soirée, mais l'entreprise a aussi été partenaire de l'événement. L'objectif étant d'étendre les ventes et collaboration à d'autres régions que la Vallée du Rhône comme la Champagne ou encore la Bourgogne.

Un marché en hausse

Soundivine compte bien conquérir les quatre coins de la France, mais aussi d'autres secteurs que celui du vin. « Maintenant, on va essayer de se diriger vers les concept stores, ou encore les magasins de décoration, mais aussi le milieu de l'hôtellerie », explique Cédric Benoit.

Pas de projet de boutique Soundivine pour le moment, mais le magnum est distribué par l'entreprise [Son-Vidéo.com](#), qui possède 17 boutiques. À l'avenir, l'enceinte pourrait peut-être intégrer des grandes enseignes telles que Darty ou La Fnac, rien n'est encore sûr. Ce qui est sûr, en revanche, c'est que le marché de l'enceinte bluetooth explose depuis la pandémie de Covid-19. Tous les foyers se sont équipés pendant ces dernières années afin de bénéficier d'un son de qualité à la maison. Ainsi, Soundivine a toute sa place aux côtés de ses concurrents.

Une qualité haut de gamme

JBL, Marshall, Sonos, ou encore Bose, ce ne sont pas les marques d'enceintes bluetooth qui manquent. Le magnum de Soundivine, lui, figure parmi les appareils les plus performants, en termes de qualité de son. Grâce à son passé déjà bien ancré dans le milieu de la musique, Cédric Benoit a pu se faire une liste de contacts qui se sont avérés d'une grande aide dans l'élaboration de ce projet.

L'équipe de Soundivine travaille notamment avec des ingénieurs acoustiques qui ont eux même travaillé pour des grandes marques. Le résultat ? Une enceinte avec une autonomie de 12 heures, affichant un son de 88 décibels. Le tout sous la forme originale et moderne d'une caisse de magnum en bois brut en pin, ornée de cuir et de métal cuivré. De quoi livrer une expérience musicale envoi-rante.

Ecrit par le 23 juillet 2024

Europe, Parité hommes-femmes dans l'entreprise ? C'est pas gagné



«Améliorer l'équilibre hommes-femmes dans les conseils d'administration des entreprises figure en tête de l'agenda politique européen depuis plus de dix ans », relève Sonia Falconieri, maître en finance à la Baye Business School. Les initiatives réglementaires en matière d'équilibre entre les sexes que les pays ont adopté pour s'attaquer à ce dossier se répartissent en deux grandes catégories : volontaire (Royaume-Uni, Danemark, Finlande, entre autres) contre quotas (France, Italie et Belgique, entre autres).

Les recherches visant à démontrer le coût du déséquilibre entre les sexes dans les conseils d'administration des entreprises se sont multipliées ces dernières années. La plupart d'entre elles se concentrant sur l'impact d'une plus grande présence féminine sur les performances des entreprises. Le lien de causalité entre la diversité des sexes et la performance des entreprises est très difficile à établir et les conclusions ne sont pas unanimes.

Les entreprises performantes en présence féminine

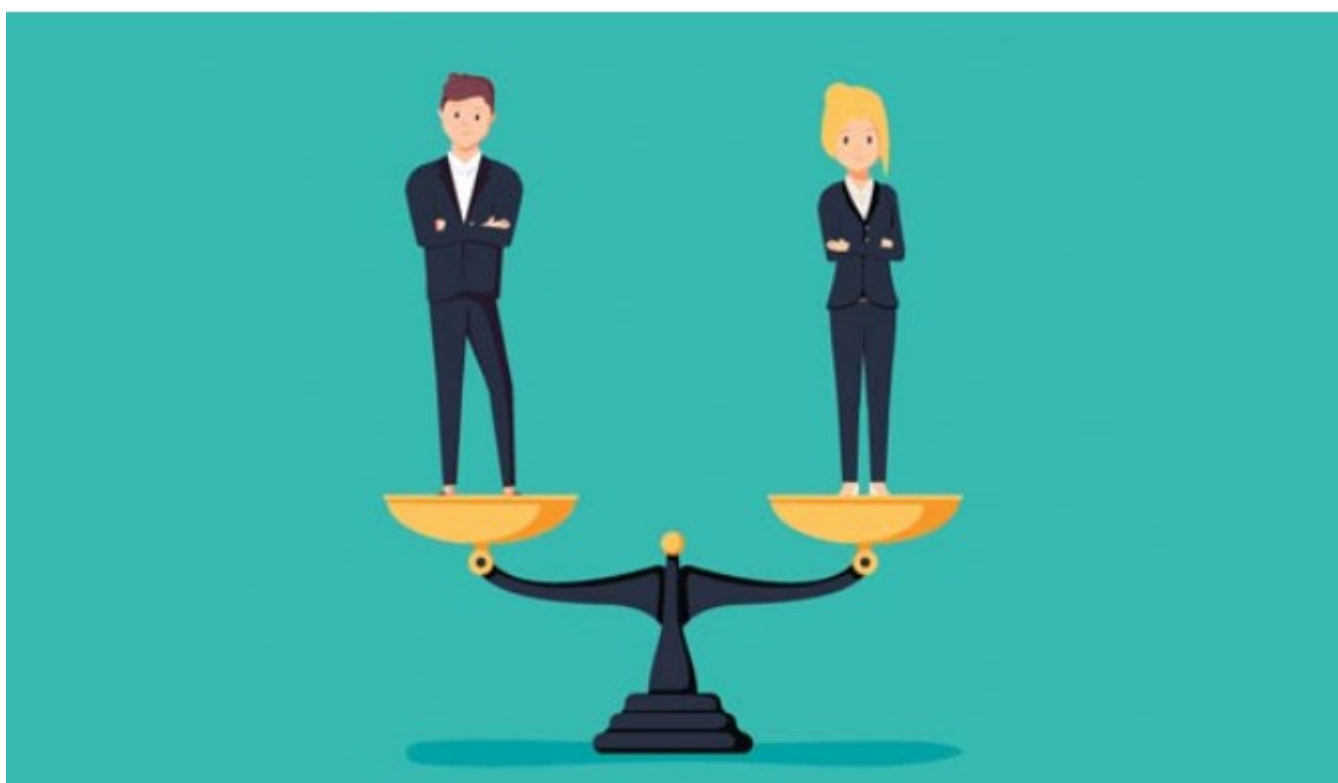
Toutefois, les données actuelles suggèrent qu'une plus grande présence féminine ne nuit pas aux performances des entreprises. Plus intéressant encore, des recherches approfondies ont mis en évidence des différences de comportement substantielles entre les administrateurs masculins et féminins. Les

Écrit par le 23 juillet 2024

conseils d'administration où les femmes sont plus représentées sont moins susceptibles d'être impliqués dans des malversations, sont plus sensibles aux questions de RSE/ESG et innovent davantage.

A la recherche d'un équilibre

De grands progrès ont été réalisés depuis l'introduction des premières initiatives en matière d'équilibre entre les sexes en 2011. En 2010, la moyenne de femmes dans les conseils d'administration des plus grandes entreprises de l'UE s'élevait à 11,9 %, après avoir augmenté de seulement 3,6 % depuis 2003. Entre 2011 et 2016, où la plupart des pays de l'UE ont adopté certaines initiatives en matière d'équilibre entre les sexes, le ratio a augmenté de 12,1 % pour atteindre 23,9 % et s'élève aujourd'hui à 32,2 %.



DR

Des progrès non-homogènes

Cependant, les progrès n'ont pas été homogènes à travers l'Europe, et si les quotas suscitent encore quelques froncements de sourcils, les recherches montrent qu'ils ont réussi à augmenter la représentation féminine dans les conseils d'administration plus rapidement que les réglementations volontaires, sans nuire à l'efficacité des conseils. À ce titre, je pense que la directive européenne « Women on boards » récemment adoptée, qui impose un quota de 40 % de femmes dans les conseils d'administration de toutes les sociétés cotées de l'UE à atteindre d'ici 2026, représente une étape importante pour garantir que les disparités entre les États membres soient enfin corrigées.

Les femmes peu présentes dans les postes de direction

Ecrit par le 23 juillet 2024

Malgré les progrès accomplis, il reste encore du travail à faire, notamment pour accroître la présence des femmes aux postes de direction. Les chiffres à cet égard restent décevants. Un article récent de Forbes souligne le fait que 10 % des PDG des entreprises du classement Fortune 500 sont désormais des femmes et, bien qu'il s'agisse d'un petit pas en avant, 90 % des PDG sont encore des hommes.

Peu de femmes PDG

La situation est tout aussi sombre, si ce n'est pire, en Europe où, seuls 8,2% des PDG sont des femmes dans les plus grandes entreprises, soit une augmentation de seulement 5,7% depuis 2012. De même, seuls 8% des présidents de conseil d'administration sont des femmes. Il faut en faire plus pour soutenir les femmes dans le processus de promotion et dans le haut de l'échelle des entreprises.

Problème de transparence

N'oublions pas que toutes les initiatives existantes en matière d'équilibre entre les sexes concernent les entreprises cotées en bourse (sauf en France où le quota de 40 % s'étend à toutes les entreprises privées de plus de 500 salariés). La situation des entreprises qui n'entrent pas dans le champ d'application des initiatives existantes en matière d'équilibre entre les sexes est beaucoup moins transparente, mais certaines données montrent que les progrès restent très lents.

Des Conseils d'administration encore 100% mâles

Il y a quelques jours, [FTSE Women Leaders Review](#) de 2023 a publié pour la première fois une enquête portant sur 50 des plus grandes entreprises privées britanniques (dont le chiffre d'affaires est supérieur à 1 milliard et qui emploient 4 000 personnes ou plus). Les données recueillies montrent que, parmi ces 50 entreprises, 19 (soit 38 %) ont encore soit un conseil d'administration entièrement masculin, soit un seul administrateur féminin. Il est donc impératif de suivre les progrès réalisés par les grandes entreprises privées afin de s'assurer que l'équilibre entre les sexes progresse et afin d'éviter l'arbitrage réglementaire. »

MH

Ecrit par le 23 juillet 2024



DR

Permanence à Sorgues : des conseillers France Rénov' pour vous accompagner dans vos projets de rénovation

Ecrit par le 23 juillet 2024



avec



**France
Rénov'**

Le service public pour mieux
rénover mon habitat

Tous les 3^e mardis du mois, des conseillers France Rénov' de l'Alte tiennent une permanence à Sorgues pour informer et accompagner les particuliers et les petites entreprises dans leurs projets de rénovation.

Vous êtes un particulier ou une petite entreprise et vous souhaitez réaliser des économies d'énergie et améliorer le confort de votre logement ou de votre local ? Des spécialistes de la rénovation de l'Alte sont là pour vous orienter vers les aides financières mobilisables, les solutions techniques et des professionnels qualifiés.

En effet, une permanence se tient à Sorgues tous les 3^e mardis du mois, dans la Salle du Château Gentilly, de 9h à 12h, suivant le planning suivant :

- Mardi 21 février
- Mardi 21 mars
- Mardi 23 mai
- Mardi 20 juin

Pour prendre rendez-vous, connectez-vous sur www.alte-provence.com > contacter un conseiller France Rénov' puis remplissez le formulaire de contact.

Pour plus de renseignements, contactez le 04 90 74 09 18.

J.R.

Un chiffre d'affaires record pour Delta Plus

Ecrit par le 23 juillet 2024

en 2022



Si le groupe Delta plus, dont le siège se situe à Apt, enregistrait un chiffre d'affaires record de 344,2 millions d'euros pour l'année 2021, l'entreprise bat encore un record en 2022 avec un chiffre d'affaires s'élevant à 420,2 millions d'euros.

La société aptésienne, spécialisée dans les équipements de protection individuelle, affiche une croissance +22,1% en 2022, avec un chiffre d'affaires qui a augmenté de 76 millions d'euros. Cette hausse s'explique notamment par [les acquisitions de différentes sociétés](#) à travers le monde telles que Maspica en Italie, Safety Link en Australie, ou encore Drypro au Mexique.

Le chiffre d'affaires consolidé, quant à lui, a progressé de +2,9% en 2022, soit 10,1 millions d'euros. Le chiffre d'affaires en Europe, qui s'élève à 216 millions d'euros et a observé une croissance de +29,8%, a été supérieur en 2022 à celui hors Europe, qui lui s'élève à 204,2 millions d'euros et a progressé de +14,9%.

Ecrit par le 23 juillet 2024

En 2023, Delta plus souhaite confirmer une croissance organique positive du chiffre d'affaires, consolider l'intégration des trois entreprises achetées en 2022, défendre le niveau de rentabilité opérationnelle dans un contexte défavorable, mais aussi confirmer la solidité de la structure financière du groupe pendant cette période d'incertitude.

V.A.

Egide affiche un chiffre d'affaires en hausse en 2022



Le groupe **Egide**, dont le siège se situe à Bollène, enregistre un chiffre d'affaires de 33,81 millions d'euros en 2022. Si les entreprises du groupe Santier et Egide USA ont connu des difficultés, Egide a tout de même su s'imposer en tant que leader sur le marché de l'imagerie thermique en Europe, en Asie, et au Moyen-Orient.

[Au premier semestre de l'année 2022, le groupe bollénois Egide affichait un chiffre d'affaires 16,02 millions d'euros](#), ce qui était plus bas qu'un an auparavant mais plus haut que le second semestre de l'année 2021. Ainsi, le groupe a réalisé 17,79 millions d'euros de chiffre d'affaires au second semestre de

Ecrit par le 23 juillet 2024

2022, ce qui comptabilise un total de 33,81 millions d'euros sur l'année. Un chiffre d'affaires en hausse de +4% par rapport à 2021, et ce, malgré [une perte opérationnelle de près de 1,3 millions d'euros au premier semestre](#).

Egide SA a fait une bonne année en croissance de +8,9%, ce qui a confirmé sa position de leader sur le marché de l'imagerie thermique pour les secteurs de la défense et de la surveillance en Europe, en Asie, ainsi qu'au Moyen-Orient. Egide USA est en baisse de -16,9% par rapport à 2021, notamment à cause des retards de fabrication dus aux difficultés d'approvisionnement et de personnel. Ces difficultés ont également pesé sur Santier qui est en baisse de -3,1% par rapport à 2021.

En 2023, comme toutes les entreprises, le groupe Egide va devoir faire face à la flambée des prix de l'énergie et des matières premières, ainsi qu'aux conséquences industrielles et sociales incertaines. Au vu de l'amélioration de l'activité au cours du second semestre de 2022, Egide est plutôt confiant quant à 2023, sachant que le carnet de commandes est à plus de 60% du budget 2023.

V.A.