

Condamnation par la Chine

Les marques Chanel, Louis Vuitton, Prada, Burberry et Gucci ont poursuivi en justice pour contrefaçon le « Marché de la soie » de Pékin, haut lieu de vente de produits contrefaits. Le 19 décembre, la société, qui dirige le marché, a été condamnée par le tribunal intermédiaire de Pékin à payer 200 000 yuans (24 800 USD) de dommages et intérêts. C'est la première fois qu'une cour chinoise condamne pour contrefaçon une entreprise nationale. Par cet arrêt, la justice chinoise reconnaît la responsabilité du propriétaire des lieux dans le non-respect des marques déposées même si les dommages et intérêts versés sont de faibles montants par rapport à ce que demandaient les marques (300 000 dollars). La partie condamnée a décidé de faire appel de cette décision car, selon leur avocat, aucune loi chinoise ne rend responsable une société pour les biens contrefaits vendus par des privés qui louent des stands. Cette décision est donc pour le moment isolée et symbolique mais il s'agit néanmoins d'un grand pas dans la lutte pour la protection de la propriété intellectuelle en Chine et démontre une volonté des autorités de ce pays à lutter contre le fléau de la contrefaçon. Sources : Expertise textile, février 2006.

2005, bon cru pour les exportations

D'après l'analyse réalisée par Evelyne Chaballier, directrice des études économiques et prospectives de l'IFM, l'année 2005 a été favorable pour l'exportation de la mode française. « Au sein de l'Union Européenne, la

progression a été notable dans les pays du Sud (Espagne, + 17,3 % ; Portugal, + 19,6 % ; Italie, + 20 %) ainsi qu'au Royaume-Uni (6,5 %), en Belgique (+ 11,2 %) et aux Pays-Bas. En dehors de l'UE, les exportations vers les Etats-Unis se sont de nouveau accélérées (+ 8,6 % en valeur par rapport aux 11 premiers mois de l'année 2004), tandis que le rythme de croissance vers la Russie reste spectaculaire (+ 30,1 % après + 63,8 % en 2004). Le Liban, l'Arabie Saoudite, les Emirats Arabes Unis ainsi que Hong Kong et la Corée du Sud ont constitué également des marchés d'exportation en sensible croissance pour la mode française. En revanche, le Japon (- 10,3 %), l'Allemagne (-10,8 %) et la Suisse (- 1,6 %) qui comptent parmi les dix principaux clients de la France, se sont révélés difficiles. Le marché allemand souffre d'une panne de consommation et de l'orientation des consommatrices vers des produits bas prix. De son côté, le marché japonais est en pleine mutation sous l'effet des transformations de la distribution et des attitudes de consommation des nouvelles générations plus autonomes vis-à-vis des marques : les produits français devront s'adapter à ce nouvel environnement concurrentiel », révèle-t-elle.

Un site pour les working girls

www.so-paris.com, c'est l'une des dernières boutiques en ligne dédiée aux working-girls. Avec plus de 2 millions de femmes cadres en France, So Paris qui à l'origine est une marque de maroquinerie s'impose désormais

sur une niche de marché qu'est celui des lignes business pour femmes. A ce jour, quatre collections sont proposées sur le site : Funny Flower, Urban Touch, Just Chic et Pretty et toutes ont choisi de jouer la carte des couleurs.

Transmission d'entreprises

Depuis 10 ans, les reprises d'entreprises diminuent régulièrement : 49 673 en 1994, 40 802 en 2005. Dans le même temps, du fait du baby-boom, le nombre d'entreprises à transmettre augmente. 500 000 dans les 10 ans à venir. Les principaux blocages des futurs cédants sont après enquête : problème de valorisation de l'entreprise (20 %), ne sait pas comment s'y prendre (16 %), peur de perte de confidentialité (14 %), absence d'un conseil fiable (14 %). Quant aux futurs repreneurs interrogés, ils ont relevé les difficultés suivantes : ne sait pas comment s'y prendre (18 %), opacité sur la démarche (16 %), manque de capitaux personnels (15 %), n'arrive pas à trouver une entreprise cible (13 %). Partant de ces constats, une mission d'informations devenait urgente. Ainsi est née la Caravane des Entrepreneurs, une manifestation itinérante dans toute la France qui a pour objectif de fournir le mode d'emploi des reprises et transmissions d'entreprises aux futurs cédants et aux candidats repreneurs. Durant ces journées, chaque visiteur est accueilli individuellement par un consultant en entrepreneuriat et orienté vers des professionnels de la reprise et transmission pour des conseils personnalisés. Des conférences et tables ron-

des sont également organisées. Pour connaître la liste des manifestations en France : www.caravanedesentrepreneurs.com ou www.forces.fr.

Guide du recrutement

La CCIP Délégation de Paris vient de publier un guide du recrutement. Spécialement conçu pour les dirigeants de TPE et PME de la capitale, il se veut avant tout un outil pratique pour les aider à optimiser la gestion de leurs ressources humaines. Ce guide dresse un panorama des étapes clés pour accompagner les chefs d'entreprise et les décideurs RH dans leur démarche de recrutement, de la définition du besoin à l'intégration d'un nouveau candidat. Il intègre également un volet juridique important pour donner les repères essentiels en matière de réglementation relative aux contrats de travail (CDI, CDD, CNE), d'alternance (contrat d'apprentissage ou de professionnalisation) et d'aides à l'embauche. Au sommaire : diagnostic du besoin, recherche de candidats, choix du contrat de travail le mieux adapté, aides et formalités d'embauche, modèles de contrats, rémunération et charges sociales, etc.

Un studio photo depuis son PC

Photosimile Mini, c'est le tout nouveau procédé imaginé par Packshot.fr qui permet à un non professionnel de l'image de réaliser simplement et rapidement des clichés numériques de qualité pour fiches produits, sites web, catalogues, etc. Connecté à votre ordinateur, ce système reproduit le contexte d'un studio photo en miniature. Un logiciel de traitement des images est également disponible.

8 C+ ACCESSOIRES - AVRIL 2006/N° 105