N°12 août / septembre 2009
Gratuit

info Métiers

la revue de la chambre de métiers et de l'artisanat - Nouvelle-Calédonie

Fiche info
Savoir calculer ses prix

Vos questions nos réponses
Question de Monsieur Patil,
chef d'entreprise artisanale en maçonnerie

Savoir-faire
Magalie Munier et Fabrice Baron
Le linge sale en famille

Fabienne Hassan,
La reine des vitrines

Ça vous concerne

Le client, votre partenaire

Chambre de Métiers et de l'Artisanat
Nouvelle-Calédonie

Actu CMA 4

Ça vous concerne 7
Le client, votre partenaire

Fiche info 14
- **Savoir calculer ses prix**

Vos questions nos réponses 16
- **Question de Monsieur Patil,** chef d'entreprise artisanale en maçonnerie
- **Nos permanences**
- **Bourse des entreprises**

Savoir-faire 18
- **Magalie Munier et Fabrice Baron** Le linge sale en famille
- **Fabienne Hassan, décoratrice-étalagiste** La reine des vitrines

Bon à savoir 22
Salaires minimums, valeur du point et jours fériés chômés par secteurs et conventions collectives - Echéances fiscales

Chouchoutez vos clients !

Sans client, point d'artisan. Le service de proximité, c'est le cœur-même de votre métier, que vous ayez « pignon sur rue » - votre client étant le consommateur calédonien, ou bien que vous soyez sous-traitant - votre client est alors un professionnel comme vous. Dans certains métiers, prendre soins de ses clients est une évidence car le contact humain y est quotidien : chauffeurs de taxi, coiffeurs, esthéticiennes, boulangers… ont une relation très forte avec leur clientèle. Pour d'autres corps de métiers, notamment dans les secteurs de la Production et du Bâtiment, ce contact est moins systématique et peut paraître à « l'homme de l'art » moins important. Erreur ! Car un client satisfait peut vous en faire gagner dix. C'est pourquoi la relation clientèle est un volet de votre activité qu'il vous faut travailler, au même titre que votre savoir-faire ou votre gestion. Comment conquérir de nouveaux clients, répondre à leur demande, les fidéliser ou traiter d'éventuels mécontents ? Notre dossier détaille ces étapes-clés, qui doivent guider votre action commerciale. Car le client est bien une ressource, une richesse … qui se gère et se fructifie. Chouchoutez ses clients, c'est la première marche vers le succès !

Le Président
Jean-Claude MERLET

Où sommes-nous ?

Chambre de métiers et de l'artisanat de Nouvelle-Calédonie
10 avenue James Cook - BP 4186
98846 Nouméa Cedex - Tel : 28 23 37 Fax : 28 27 29
Courriel : cma@cma.nc - Internet : www.cma.nc

Antennes

Poindimié
Patrick Leblais
BP 155 - 98822
Tél. : 42 74 82
Fax : 42 74 11
poindimie@cma.nc

Koné
Soukaïna Pesce
BP 641 - 98860
Tél. : 47 30 14
Fax : 47 30 17
kone@cma.nc

Koumac
Arielle Pindon
BP 127 - 98850
Tél. : 47 68 56
Fax : 47 63 64
koumac@cma.nc

"Info Métiers" est une publication de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Nouvelle-Calédonie - Tél. : 28 23 37
Directeur de publication : *Jean-Claude Merlet*
Coordination : *Laure Le Gall*
Rédaction : *Christine Ragaj*
Maquette / mise en page : *Valérie Berger*
Publicité : *Editions Rond Point 78 28 24 / Fax 288 008*
Impression : *Artypo* - ***Tirage :*** *9 800 exemplaires*
ISSN : *1958 - 5411*

Imprimé sur un papier respectant la norme : Forest Stewardship Council FSC

Environnement

Durablement vôtre

Vous souhaitez réduire vos consommations d'énergie ? Investir dans un matériel moins polluant ? Trier et gérer vos déchets ? Vous renseigner sur les normes de sécurité ou environnementales qui concernent votre activité ? Contacter notre conseillère en développement durable, Laure Lacheretz. Cette jeune ingénieur de 28 ans formée à l'école des Mines d'Albi, est spécialisée dans la branche éco-industrie. Après six mois passés dans un bureau d'études, elle a été chargée par l'Ademe de suivre la gestion des déchets et la surveillance de la qualité de l'air en Calédonie. Elle a ensuite migré à la Dimenc pour instruire les dossiers ICPE (installations classées pour la protection de l'environnement) et inspecter les sites concernés par cette réglementation. A la CMA, elle va pouvoir vous apporter ses conseils pour vous accompagner dans vos projets Alors, n'hésitez pas !

Contact : 28 23 37
Courriel : laure.lacheretz@cma.nc

TSS, MODE D'EMPLOI

Taxe !!

Impôt indirect sur la consommation, la TSS (Taxe de solidarité sur les services) représente 5% des prestations de service relevant d'une activité économique. L'entreprise facture et perçoit la taxe avant de la reverser aux services fiscaux. A ce titre, son montant doit apparaître sur la facture.
Pour savoir si votre activité relève ou ne relève pas de la TSS, vous pouvez contacter le service de la fiscalité professionnelle au 25 75 60.

Les apprentis sur le pied de guerre

Les apprentis du centre de formation vont être fortement mis à contribution dans les jours à venir. Le samedi 8 août, les élèves des sections coiffure et esthétique vont ainsi participer à l'élection de Miss Mont-Dore en coiffant et en maquillant les dix candidates.
A noter qu'un élu de la Chambre, en l'occurrence Mme Martinez, fait cette année partie du jury.
Autre date, autre participation active, le 27 août, les apprentis de coiffure profiteront du Jeudi de l'Art (Nouméa Art) pour monter sur le podium et pour présenter leurs créations.
Rendez-vous Place des Cocotiers entre 18h40 et 19h.

Avis aux importateurs

**Depuis le 15 juillet 2009, des dispositions de contrôle portant sur les véhicules, les conteneurs, les caisses, les palettes en bois et les bois de calage sont appliquées.
Ces contrôles portent sur des éléments documentaires (présentation des manifestes de navires de commerce et déclaration sanitaire sur la propreté des conteneurs) ainsi que sur le contrôle physique des conteneurs et véhicules, en fonction des éléments mentionnés dans les documents sanitaires.
Pour plus d'informations, contacter les services du Sivap, au 24 37 45.**

Votre passeport pour les îles, svp

**« Avoir un ordinateur, c'est bien, mais je ne sais pas m'en servir ! » ; « Je ne comprends rien à tout ça, ce n'est pas pour moi ! » ; « Internet, c'est trop compliqué et je ne sais pas comment chercher »....
Le passeport pour l'économie numérique est là pour vous aider à passer le cap ! Deux sessions de formation sur le « BA-ba de l'informatique et de l'internet» et « La gestion informatisée de mon entreprise » vont être proposées dans les semaines qui viennent à Lifou.**

**Rappelons que le Passeport pour l'économie numérique s'adresse à vous, chefs ou créateurs d'entreprise artisanale de moins de dix salariés ainsi qu'à vos apprentis. Il permet de vous initier, gratuitement, aux outils et aux usages du numérique pour votre entreprise. Ensuite, passeport en poche, vous pouvez bénéficier d'avantages chez nos fournisseurs ou dans notre Centre de formation. Profitez en !
Contact et inscriptions : Caroline Koziura, tél. 28 23 37.**

Chantier vert

Vous êtes sensibilisés au respect de l'environnement ? Alors, la démarche « Chantier vert » vous concerne directement car elle vise à améliorer les pratiques sur les chantiers. Elaboré en partenariat avec le Gouvernement, les trois provinces, la CMA, la CCI, la ville de Nouméa, la SIC, le BTP-NC et Scal-Air, ce document de référence est proposé à l'ensemble des maîtres d'ouvrage, professionnels et artisans du BTP. Pour tout savoir sur son contenu, les contacts et relais de cette initiative ainsi que sur les modalités d'adhésion, il suffit de se rendre à l'adresse suivante : http://www2.ademe.fr/servlet/getDoc?id=17891

Réunion de chantier

Pour mieux comprendre la démarche des chantiers verts, des réunions d'information sur les modalités d'application sont organisées pour les entreprises du bâtiment dans toutes les communes. C'est bientôt, et c'est pour vous !

- La Foa, au centre culturel, le 6 août à 16h
- Koné, à la Chambre de métiers, le 11 août à 16h
- Koumac, à la Chambre de métiers le 12 août à 16h
- Poindimié, à l'antenne de la CCI, le 13 août à 10h
- Bourail, à l'antenne de la CCI, le 20 août à 16h.
- Nouméa, CMA salle Bessières, le 27 août à 17h.

D'autres réunions auront lieu sur Nouméa, renseignez vous auprès de Laure lacheretz, au 28 23 37.

Le 19 août, tous aux urnes !

La Chambre vous en parle depuis des mois, le temps d'élire vos représentants est aujourd'hui arrivé. Le mercredi 19 août, tout chef d'entreprise et conjoint collaborateur exerçant une activité artisanale et inscrit sur les listes électorales du pays pourra voter pour les candidats éligibles dans son secteur d'activité. Vingt-quatre représentants (3 pour l'alimentation, 12 pour le bâtiment, 4 pour la production et 5 pour les services) seront ainsi désignés à l'issue d'un seul suffrage. Vous pouvez voter par correspondance (les plis doivent arriver à la poste de Nouméa, le 19 août, à 15h au plus tard) ou en vous rendant au bureau de vote installé à la mairie de Nouméa et ouvert de 8h à 18h.

Pour tout renseignement, appeler le 28 23 37 ou écrire à repertoire@cma.nc

Vous souhaitez faire connaître votre entreprise ou valoriser vos services ou vos produits et attirer de nouveaux clients sur Internet ? La nouvelle formation « Créer ma page web » s'adresse à vous. Au cours de cette formation d'une durée de 20h, vous apprendrez à créer votre page web (via un site hébergeant des pages « blog ») et à communiquer directement et rapidement avec votre clientèle en publiant articles, photos et autres informations concernant l'entreprise.

Déstockage !

L'Espace communication reçoit régulièrement des revues professionnelles de grande qualité mises à votre disposition. Mais la salle de consultation a beau être spacieuse, il arrive un moment où il faut faire de la place pour les nouveaux numéros. Hormis les articles d'actualité, il y a toujours quelque chose à lire d'intéressant dans ces revues, y compris dans les numéros anciens. Venez donc vous servir, l'espace com' déstocke gratuitement !

L'AGENDA DES FORMATIONS

Inscrivez vous dès maintenant pour les formations, ateliers et stages qui vous intéressent ! Au centre de formation Lucien Mainguet. Les sessions de formation se déroulent en soirée, à partir de 17h00.
Renseignements et inscription :
Virginie Ethève au 25 97 40 ou formation@cma.nc

Six thèmes sont proposés dans le cadre de la formation continue

Devis facture EUREKA
10 heures, 20 000 XPF ; du 10 au 13 août ou du 12 au 15 octobre. Indispensable pour utiliser le logiciel EUREKA.

Gestion d'entreprise
20 heures ; 20 000 XPF ; du 28 septembre au 9 octobre. Recommandé aux créateurs et dirigeants d'entreprise.

Droit du travail
16 heures ; 20 000 XPF ; du 31 août au 10 septembre. Pour tout savoir, de l'embauche à la rupture du contrat de travail en passant par les rémunérations et les formalités.

Mieux vendre
20 heures ; 20 000 XPF ; du 17 au 27 août. Pour se faire connaître, attirer et fidéliser ses clients.

Initiation Informatique Word-Excel
(niveau1) : 16 heures ; 18 000 XPF ; du 28 septembre au 8 octobre. *Pour les débutants en informatique.*

Transport routier de personnes
38 heures ; 40 000 XPF du 7 au 11 septembre. Indispensable pour pouvoir prétendre à l'attestation de capacité professionnelle auprès de la DITTT.

Créer ma page web
20 heures, 20 000 XPF, du 7 au 17 sept de 17h00 à 19h30, du lundi soir au jeudi soir, sur deux semaines. Pour faire connaitre votre entreprise sur Internet.

Retoucher et gérer mes photos
10 heures, 15 000 XPF, du 24 au 27 août ou du 31 août au 03 sept (à confirmer) de 17h à 19h30, du lundi soir au jeudi soir, sur 1 semaine. Complémentaire de la formation "créer ma page web", pour une valorisation de votre entreprise en image.

Des Stages de gestion sont prévus au mois de septembre prochainement sur Koné et Ouégoa.

Pour connaître les horaires et vous inscrire, contactez nos antennes de Koné (47 30 14) et Koumac (41 68 56)

C'est pour vous, et c'est près de chez vous !

LE PASSEPORT POUR L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

C'est simple, rapide et gratuit !

Inscrivez-vous à une ou plusieurs de ces sessions en téléphonant dans votre antenne. Découvrez Internet et les outils informatiques utiles pour votre entreprise, puis bénéficiez des avantages réservés aux détenteurs du Passeport : guide pour l'achat de votre matériel, remise de 10 % avec l'un de nos cinq fournisseurs partenaires et, en cas de besoin, une solution de financement avec l'ADIE.

Nouméa
Tél. : 28 41 42

B.A-BA Informatique et Internet

Lundi	10/08/09	16h-18h
Lundi	24/08/09	16h-18h
Lundi	7/09/09	16h-18h

Informatiser ma gestion d'entreprise

Lundi	3/08/09	16h-17h
Lundi	17/08/09	16h-17h
Lundi	31/08/09	16h-17h
Jeudi	3/09/09	16h-17h
Jeudi	10/09/09	16h-17h

La recherche d'informations sur internet

Jeudi	6/08/09	16h-17h30
Jeudi	20/08/09	16h-17h30
Lundi	14/09/09	16h-17h30

Mon entreprise sur le web

Jeudi	27/08/09	16h-17h
Jeudi	17/09/09	16h-17h
Lundi	28/09/09	16h-17h

Poindimié
Tél. : 42 74 82

B.A-BA Informatique et Internet

Mardi	1/09/09	9h-11h

Informatiser ma gestion d'entreprise

Jeudi		9h-10h
Mercredi	2/09/09	9h-10h

Koné
Tél. : 47 30 14

B.A-BA Informatique et Internet

Mercredi	19/08/09	16h-18h
Mardi	22/09/09	16h-18h

Informatiser ma gestion d'entreprise

Jeudi	20/08/09	16h-17h
Mercredi	23/09/09	16h-17h

Koumac
Tél. : 47 68 56

B.A-BA Informatique et Internet

Lundi	3/08/09	16h-18h
Mercredi	9/09/09	16h-18h

Informatiser ma gestion d'entreprise

Mardi	4/08/09	16h-17h
Jeudi	10/09/09	16h-17h

Ok, vous êtes un professionnel reconnu pour votre savoir-faire.
Ok, votre carnet de commandes affiche complet.
Mais avez-vous pensé que tout pouvait s'arrêter un jour faute, simplement, de n'avoir pas su ou pas voulu communiquer sur la qualité de votre travail et sur votre compétence ? Dans un pays où la demande a longtemps été nettement supérieure à l'offre, où il n'était pas indispensable de partir à la pêche aux nouveaux clients, la situation est en train de changer. La notion même de concurrence a fait son apparition et aurait même tendance à se développer, laissant sur le bord du chemin ceux et celles qui n'ont pas soigné leur relation clientèle En parlant de l'artisan, on avait coutume de penser « professionnellement vôtre ».
Il faut maintenant y ajouter « commercialement vôtre ».

Le client, votre partenaire

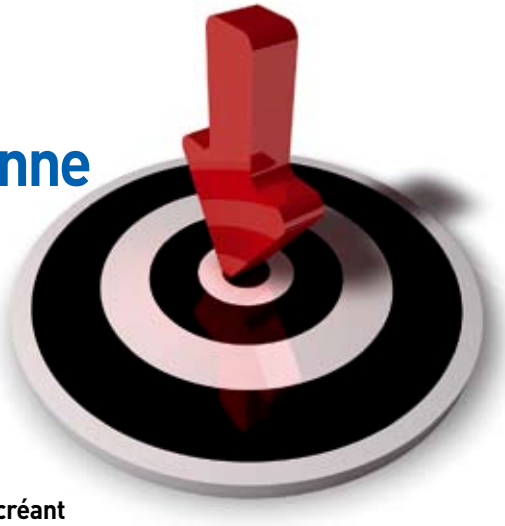
Commercialement vôtre

A une époque où le client potentiel croule sous les offres, l'artisan doit plus que jamais soigner ses relations commerciales. Cela passe par une bonne connaissance de ses clients, mais aussi et surtout par une écoute attentive de ses attentes. Etat des lieux et début de solutions pour ceux qui ne se sont pas encore pliés à la mode du « tout communication ».

« Moi, ce que je sais faire, c'est travailler. Le reste… » Cette remarque, on l'entend invariablement quand on interroge un artisan sur sa politique de relations commerciales. « On passe déjà beaucoup de temps sur les chantiers, explique Eddy, peintre de son état. Alors, tout ce qui relève du bureau vient après. Les journées ne sont pas extensibles.» Et pourtant. Le temps est passé du client qui restait chez vous ad vitam aeternam, quoi qu'il arrive. Aujourd'hui, ce dernier n'a que l'embarras du choix. Et il va au mieux offrant, n'hésitant pas à passer de l'un à l'autre professionnel sans aucune hésitation, et en n'allant pas forcément vers celui qui pratique les meilleurs prix, mais vers celui qui saura l'écouter. « Les clients vont toujours vers l'enseigne la plus visible, même si ce n'est pas la meilleure, explique un spécialiste marketing de la place. Plus une entreprise parle d'elle ou fait parler d'elle, plus elle est perçue comme dynamique et donc crédible. » Et c'est là que le bât blesse.

Les secrets d'une bonne communication

Voici quelques conseils pour réussir à faire passer votre message et surtout à convaincre les clients potentiels…



En terme de stratégie

- **Démarquez-vous de la concurrence en vous créant une identité propre : vous n'êtes pas seulement boulanger, vous êtes le seul à livrer des pains au chocolat !**
- **Adressez-vous aux bonnes personnes : définissez la cible qui correspond à vos objectifs**
- **Soyez cohérent et respectez partout la même identité visuelle : un seul nom, un seul logo, un seul message partout**

En terme de message

- **Adaptez votre message à la clientèle et au support**
- **Hiérarchisez l'information : du plus important au moins important**
- **Utilisez des formules positives et des verbes d'action : ainsi, au lieu de dire « Ne ratez pas cette occasion », dites « Profitez de cette occasion**
- **Ne cherchez pas à tout mettre, identifiez juste le meilleur de votre entreprise**
- **Terminez toujours votre message par le moyen de vous contacter.**

Faites votre pub !

Car traditionnellement, l'artisan se positionne avant tout comme un professionnel qui connaît son métier. Point barre. Absolument pas comme un communiquant. Il considère le plus souvent que la maitrise de son art suffit à le faire connaître. Erreur ! Avec l'émergence des nouvelles techniques de communication, le client attend plus qu'une simple inscription sur l'annuaire téléphonique ou sur Internet. Il souhaite que vous l'écoutiez, que vous compreniez son besoin, que vous le lui fassiez savoir en expliquant les travaux et réalisations que vous allez effectuer, et enfin que vous répondiez en respectant vos engagements. Que ce soit en termes de délais, de devis, de qualité de service ou de travail, tout ça fonctionnant encore mieux si vous parvenez à vous démarquer de vos concurrents. Tout un art… « La « communication » n'est pas réservée aux seules grandes entreprises qui y consacrent un budget spécifique, explique un professionnel de la communication d'entreprise. Et elle ne doit pas être forcément grandiose pour être efficace. »

Jouez la transparence

Communiquer, cela commence par savoir parler de son métier et de ce que l'on fait. Le client n'est pas sensé maitriser toutes les arcanes de votre profession… Vous devez donc prendre le temps de clarifier avec lui ce qu'il veut et lui expliquer un minimum comment vous allez procéder. En clair, vous vous attacherez à définir les attentes de votre interlocuteur afin de pouvoir les traduire de façon plus technique. N'oubliez jamais que vous gagnerez la confiance de nouveaux clients en jouant la transparence, le dialogue permanent et le respect des engagements. Et qu'un client satisfait peut en faire gagner dix autres. Surtout en Calédonie où le bouche à oreille fonctionne remarquablement bien, en bien comme en mal d'ailleurs. Vous le savez tous, un client satisfait reste la meilleure publicité qui soit alors qu'a contrario, un insatisfait peut « saper » le travail que vous effectuez sur votre relation clientèle, d'où l'importance de savoir traiter les mécontents (Lire par ailleurs)… Le mieux est encore de ne faire que des heureux et de les fidéliser. Parce qu'enrichir son fichier clientèle coute cher, demande de l'énergie et du temps et que conserver ceux déjà existants est d'autant plus facile la relation de confiance n'est plus à créer, mais seulement à entretenir.

Soignez le contact et l'accueil personnalisé

Il y a aussi la manière de recevoir le client. Quand il vient chez vous ou que vous allez chez lui, il attend un accueil convivial et surtout personnalisé. En fait, tout est dans la relation que vous allez réussir à établir et surtout à pérenniser. En conseillant, mais aussi en gratifiant les plus fidèles de petits cadeaux (invitations à des événements promotionnels comme les salons) qui vont contribuer à les conserver. Tout se passe avec les clients comme avec les banques (lire notre dossier du précédent numéro) ou avec les fournisseurs : le dialogue est primordial. Contrairement à une pensée communément répandue, l'échange avec le client est un temps productif à court ou à moyen terme. Vous ne devez jamais oublier que le relationnel est la base

même du commerce. Et qu'à ce titre, vous devez choisir le message que vous souhaitez faire passer.

Rassurez !

Pour convaincre, il vous faudra insister sur votre savoir-faire personnel, mais aussi sur celui de vos salariés ainsi que sur les réalisations de l'entreprise en montrant par exemple des réalisations passées via un book papier ou une visite d'anciens chantiers. N'hésitez pas non plus à mettre en avant vos qualifications en affichant par exemple vos diplômes, vos certificats de formation professionnelle continue dans votre atelier, ainsi que les coupure de presse parlant de votre entreprise. Insistez sur vos certifications, récompenses et autre prix obtenus ainsi que sur tous les aspects techniques concernant les pratiques, la connaissance des règles et obligations professionnelles et à la gestion de l'entreprise. En clair, faites en sorte d'apparaitre aux yeux du client comme irréprochable pour le convaincre qu'il a tout intérêt à travailler avec vous.

Cela passe par une certaine efficacité… Répondre à la demande vite et bien, avec un devis clair et précis, c'est à la fois démontrer sa disponibilité et sa considération pour le client, et sa capacité à réaliser un travail bien fait.

Les dix commandements de l'artisan commercialement efficace

Fidéliser ses clients coûte quatre à cinq fois moins cher que d'en conquérir de nouveaux. Pour cela, des méthodes existent pour inciter sa clientèle à ne pas aller voir ailleurs. Quelques règles d'or…

- **Une écoute attentive, tu apporteras**
- **Le dialogue, tu choisiras**
- **Les demandes de conseils et de devis, tu satisferas**
- **Les tarifs et la proximité, tu privilégieras**
- **Le client, tu fidéliseras**
- **La diplomatie, tu adopteras**
- **Les réclamations, tu étudieras**
- **Les contacts et attentions, tu favoriseras**
- **Le client fidèle, tu bichonneras**
- **Les sondages de satisfaction, tu multiplieras**

Démarquez-vous

Valorisez votre image

Pour se faire connaître, il est important d'être clairement identifié. Cela passe par une charte graphique qui permettra de définir votre logo (ses couleurs, sa position sur vos papiers à en-tête, documents officiels et autres plaquettes) ainsi que les polices de caractère et les règles de mise en page de vos différents documents. Un client sera ainsi capable de vous reconnaître. Sur les chantiers comme dans les différentes campagnes de publicité que vous lancerez.

Une formation pour mieux vendre

Nouveauté, cette année, la Chambre propose une formation « Mieux vendre ». Objectif : vous permettre d'acquérir des méthodes et techniques commerciales pour faire connaître vos activités, votre entreprise et pour mieux vous vendre. Cette formation de vingt heures s'adresse à toute personne désireuse de faire connaître son entreprise, d'attirer et de fidéliser ses clients. Elle est dispensée de 17h à 20h, du lundi au jeudi, sur deux semaines. Au programme, comment trouver des clients, comment les accueillir et les prendre en charge, mais aussi l'art de la négociation, la gestion des situations délicates et la fidélisation des clients.
Pour tout renseignement, contacter Virginie Ethève, au 25 97 40.

Doit-on toujours dire oui ?

Convaincre un client ne veut pas nécessairement dire qu'il vous faut tout accepter de lui. Au contraire, Apprendre à dire « non » en donnant une solution de rechange, en innovant, et en étant force de proposition, ne peut que le rassurer sur vos engagements. En termes de prestations comme en termes de délais de réalisation. Epoque oblige, le client calédonien est de plus en plus exigeant et a tendance à discuter les prix. En restant ferme sur cette question, vous lui prouverez que le devis a été élaboré avec méthode, que votre travail vaut le prix auquel vous l'avez évalué. Surtout, ne cédez pas à la tentation de la remise immédiate pour emporter le marché. Tout ce que vous risquez d'obtenir, c'est que le client se serve de ce nouveau tarif pour aller en négocier un plus faible chez votre ou vos concurrents. En termes de négociation commerciale, une seule règle reste immuable : le client veut être rassuré. Il vous faut donc instaurer un véritable lien de confiance. En défendant votre savoir-faire certes, mais aussi sa valeur commerciale et le service après-vente que vous pouvez lui proposer.

Profitez de l'aide à la promotion commerciale

Tout ceci, non seulement ne s'improvise pas, mais représente un coût financier.
La province Sud l'a compris qui a mis en place, dès 2005, une aide à la promotion commerciale.
En 2008, sur 100 dossiers instruits, 25 ont bénéficié de cette aide qui consiste notamment à prendre en charge une partie des frais de communication commerciale.
Très peu connue des entrepreneurs calédoniens, cette subvention s'adresse aux petites et moyennes structures et peut représenter jusqu'à 50% du montant des investissements à réaliser, plafonné à cinq millions de francs, renouvelable tous les deux ans après l'octroi de la première aide.
Un coup de pouce financier qui, au même titre que les notions de marketing qu'on pourra lui inculquer, ne doivent pas vous faire oublier l'aspect financier et administratif de la relation commerciale.

Gérer les clients exigeants

Etre confronté à des clients exigeants ou mécontents est un phénomène normal dans la vie d'une entreprise. Mais dans ces moments-là, le risque de les perdre est élevé. Pour arriver à transformer un incident en atout commercial, voici quelques conseils…
D'abord, il convient de savoir à quel type de client mécontent vous avez à faire. Est-ce un affectif, un procédurier, un opportuniste ou un sincère ? La réponse à donner ne sera pas la même pour chacun. Trois règles s'imposent pourtant pour tous : quoi qu'il arrive, vous devrez être à l'écoute, rester positif et surtout proposer une solution qui vous satisfasse tous les deux. Une solution qui passe nécessairement par un geste commercial… « Un mauvais arrangement vaut mieux qu'un bon procès qui cristallise le mécontentement », ont coutume de dire les spécialistes.
Deux cas de figure sont possibles. Tout d'abord, l'entreprise reconnaît ses torts face au client. Elle lui propose alors de remplacer le produit défectueux (ou le service) par un nouveau, un autre produit équivalent, un avoir ou des avantages.
Quand ce n'est pas possible de prouver qui, de l'entreprise ou du client, est à l'origine du problème, vous devez faire preuve de bienveillance et effectuer tout de même un geste commercial, en mettant en place une traçabilité des réclamations permettant de repérer les éventuels opportunistes. Ceci dit, il est parfois impossible de répondre à l'attente du client par un geste commercial. Il faut alors être en mesure de lui en expliquer les raisons (limites, contraintes, règlements, procédures…).

Créer un fichier client

Un bon fichier clients n'est pas une simple liste de noms et d'adresses. Pour qu'il soit efficacement exploitable, il doit être enrichi de l'historique de vos relations avec vos clients, ainsi que d'informations les concernant. Saisissez donc toutes les occasions de le renseigner pour faire progressivement de votre fichier clients une véritable base de données, permettant des sélections précises et des actions efficaces.
Il existe deux types d'informations pour constituer simplement votre fichier :
- Les données « descriptives » de vos clients (prénom, nom, adresse…)
- Les données « personnelles/comportementales » (date de naissance, profession, catégorie de revenu, situation familiale, propriétaire/locataire…)
Pour autant, inutile d'accumuler les renseignements, surtout au début de la constitution du fichier. Mieux vaut commencer par quelques éléments puis ensuite enrichir progressivement avec les critères que vous considérerez comme les plus pertinents.

Saisissez toutes les occasions pour faire progressivement de votre fichier clients une véritable base de données …

Fiche info

Savoir calculer ses prix

Sur quelles bases calculer ses prix ? Combien et comment facturer ? Pour vous permettre de personnaliser vos prix, la CMA a mis au point une méthode de calcul. Suivez ce guide !

Les trois bases de vos prix

Pour être à la fois compétitif et rentable, savoir calculer ses prix est la base d'une bonne gestion. Un prix juste vous permettra de couvrir vos charges et de dégager une marge bénéficiaire, et il constituera un élément décisif dans le choix du client !

Trois éléments sont à prendre en compte dans le calcul de vos prix. A partir d'un exemple, découvrez cette méthode de calcul.

LES TEMPS D'EXECUTION

Pour calculer vos prix, il vous faut en premier lieu savoir quel temps est nécessaire pour vous et vos salariés, pour réaliser un ouvrage ou une tache…

Exemple : le temps d'exécution pour réaliser un ouvrage ou une tâche

Un mur d'agglos de 15x20x40 de 9,41 m^2 a été réalisé en une journée de 8 heures par l'artisan et son ouvrier, soit 16h de main d'œuvre au total

Ces temps d'exécution sont toujours ramenés a l'unité de mise en œuvre de l'ouvrage : le mètre cube, le mètre carré, le mètre linéaire,...

Le temps d'exécution au m^2

16 ÷ 9,41 = 1,70 heures/m^2 pour 2 intervenants
soit 0,85 heure /m2
(1,70 ÷ 2)
pour chaque intervenant

Attention !
Ces temps sont exprimés en centièmes d'heure. Pour les obtenir en minutes, des tables de conversions sont disponibles dans « les prix indicatifs du bâtiment » à la CMA

Des centièmes d'heure au temps en minutes

0,85 heures correspond à 51 minutes

Il faut donc 51 minutes à un intervenant pour réaliser 1 m^2 de mur d'agglos

Ces temps d'exécution, ramenés à l'unité, vont être ensuite multipliés par le prix horaire de l'artisan ou de l'ouvrier, afin de déterminer le prix de la pose ou de la prestation.

LE COÛT DE LA MAIN-D'ŒUVRE

Le prix horaire ne s'applique pas au hasard, ni uniquement en fonction des prix pratiqués sur le marché. Il doit tenir compte des charges de l'entreprise pour permettre à l'artisan de couvrir ses coûts et de dégager une marge bénéficiaire. Le coût horaire de l'artisan peut donc varier d'une entreprise à une autre selon les charges qu'elle supporte : salariés, investissements, cotisations sociales…

Prix de l'heure artisan

Le prix de l'heure artisan doit prendre en compte votre qualification et votre expérience professionnelle, les investissements réalisés, les charges de votre entreprise, le temps consacré à la gestion et le temps improductif (déplacements…), ainsi que de vos cotisations sociales en tant que travailleur indépendant.

Tous ces éléments vous permettront de calculer un montant qui, ramené à l'heure, vous permettra, pour chaque heure facturée, de couvrir vos charges tout en vous rémunérant en tant que chef d'entreprise.

Prix de l'heure ouvrier

Pour calculer le coût horaire de votre salarié, vous devez tenir compte de son salaire brut,

des charges sociales qui y sont liées, mais également intégrer un coefficient de charges de structure et un coefficient de marge bénéficiaire. En effet, le coût horaire de l'ouvrier doit vous permettre de couvrir les charges salariales, mais également une partie des charges de votre entreprise et participer à sa marge bénéficiaire.
Le détail de la méthode de calcul du coût horaire est disponible à la CMA.

Exemple : le prix unitaire de main d'oeuvre au m²

Avec un prix fictif de 3 000 XPF/heure pour l'artisan et de 1 700 XPF/heure pour l'ouvrier,

Artisan :
0,85 heures x 3000 XPF
= 2 550 XPF/m²

Ouvrier :
0,85 heures x 1700 XPF
= 1 445 XPF/m²

A ce prix unitaire de main d'œuvre, il faut ajouter le coût des fournitures.

LE COÛT DES FOURNITURES

Les matériaux ou fournitures constituent la troisième base de vos prix.
Au-delà du prix d'achat des fournitures, il faut compter les frais de transport, de stockage et de manutention (lorsqu'ils existent). Ces frais peuvent être globalisés dans un coefficient : 1,2 en moyenne.
Le coût des fournitures est ramené à l'unité de mise en œuvre : le mètre cube, le mètre carré, le mètre linéaire... puis multiplié par la quantité de fournitures nécessaire pour la réalisation de cette unité. Ce coût de fourniture au m² est enfin multiplié par le coefficient relatif aux autres frais.
Cela vous donne votre coût unitaire de fourniture.

Exemple : le coût unitaire de fourniture au m²

Si pour 1 m², il faut 13 agglos à 100 XPF pièce :
(13 x100) x 1,2
= 1 560 XPF/m²

Vous avez maintenant tous les éléments pour fixer votre juste prix et établir un devis sur la base d'un coût global unitaire

Exemple : les prix sur votre devis

Prix pose et fourniture pour 9,41 m² de mur d'agglos nécessitant l'intervention d'un artisan et de son ouvrier :

Prix unitaire pose :
2 550 + 1 445
= 3 995 XPF/m²

Prix unitaire fourniture :
1 560 XPF/m²

Coût total unitaire
= 5 555 XPF/ m²

Coût global prestation
= 5 555 XPF/ m² x 9,41 m²
= 52 273 XPF HT.

Pour les activités qui y sont assujetties, n'oubliez pas d'appliquer la TSS lorsque c'est nécessaire.

Des outils pour vous aider

La méthode de calcul de prix

La Chambre de métiers et de l'artisanat vous propose une méthode pour calculer et personnaliser vos prix, dans dix métiers du bâtiment :

- Maçonnerie gros-œuvre
- Menuiserie et charpente en bois
- Peinture
- Revêtement de sols
- Electricité
- Plomberie/Couverture
- Cloisons et plafonds en plaque de plâtre
- Métallerie
- Nettoyage de locaux
- Entretien espaces verts

Cette méthode de calcul est consultable à l'espace communication et dans vos antennes de la CMA.

Le logiciel Eureka devis-factures

Votre CMA a conçu le logiciel Eureka devis-factures qui répond spécifiquement aux besoins des artisans.
Très simple d'utilisation, ce logiciel permet de :
- calculer vos propres prix
- réaliser des devis et des factures conformes à la réglementation
- suivre les règlements de vos clients

A Nouméa et dans nos antennes, vous pouvez aussi consulter gratuitement nos conseillers pour être accompagné dans le calcul de vos prix. N'hésitez pas à prendre rendez-vous !

Siège à Nouméa
Tél : 28 23 37
Fax : 28 27 29
Courriel : eco@cma.nc
Site Internet : www.cma.nc

Antennes
Kone
Tél :47 30 14
Fax : 47 30 17
kone@cma.nc

Koumac
Tél : 47 68 56
Fax : 47 63 64
koumac@cma.nc

Poindimie
Tél :42 74 82
Fax : 42 74 11
poindimie@cma.nc

Vos questions nos réponses

Question

Question de Monsieur Patil, chef d'entreprise artisanale en maçonnerie

« Il arrive souvent que les clients essaient de nous imposer des prix, en nous comparant à nos concurrents. Comment justifier et défendre nos prix, tout en ne risquant pas de perdre le marché ?

Réponse de la CMA-NC

En tant que chef d'entreprise et professionnel du métier, c'est en effet à vous de proposer un devis à votre client. Il est primordial de bien connaître la composition de votre prix (coût unitaire, coût fourniture) et de connaître votre marge de rémunération, afin de savoir dans quelle mesure ce prix peut être discuté avec le client tout en restant rentable pour votre entreprise. Plus votre devis sera détaillé (coût unitaire, quantités, coûts des fournitures…), plus vous afficherez le sérieux de votre proposition.

Enfin, pour justifier votre coût unitaire, vous pouvez mettre en avant la qualité de vos prestations, de votre équipe de travail, le temps de réalisation des travaux, et tous les atouts qui accompagnent l'image de votre entreprise.

NOS PERMANENCES la CMA proche de vous

En Province Sud :

Christian FUZIVALA :
- La Foa : 6 aout et 3 septembre
- Bourail : 20 aout et 17 septembre

Caroline Koziura :
- Mont-Dore (Visites d'entreprises le vendredi matin) : 21 août, 04 septembre, 11 septembre

En Province Nord :

Bélinda MATHELON :
- Voh : 23 septembre 2009
- Poya : 26 août 2009

Soukaïna PESCE :
- Pouembout à la Maison de l'Entreprise : tous les mardis matin de 8h00 à 11h30, les vendredis toute la journée.

Arielle PINDON :
- Ouegoa, le 12 août
- Poum, le 16 septembre

Patrick LEBLAIS
- Pouébo 4 août
- Kouaoua 25 août
- Hienghène 8 septembre
- Houaïlou 29 septembre

En Province des Iles Loyauté :

Caroline Koziura
- Lifou : Lundi 24 août
- Maré :Lundi 31 août Réunion d'information auprès des artisans du bâtiment
- Lifou : Lundi 14 septembre

Visites sur demande : Caroline Koziura 28 23 37

Bourse des entreprises

TRANSMETTRE, REPRENDRE UNE ENTREPRISE LA CMA À VOS COTÉS !

Le service économique de la CMA vous guide dans vos démarches de cession et de reprise. Sur l'ensemble du Territoire, nos animateurs peuvent vous aiguiller gratuitement. Conseils personnalisés, discrétion, et expertise : nous sommes à votre écoute et à votre service. Vous souhaitez transmettre votre entreprise ? Nous vous accompagnons avec une démarche sur mesure : « le diagnostic transmission ». Pour faire le point sur les atouts, les faiblesses et la valeur de votre activité, et pour anticiper sur son évolution afin de céder votre entreprise dans les meilleures conditions.

À VENDRE

NOUMEA

COIFFURE MIXTE
SARL - Salon aménagé - Clientèle très fidélisée - Représentation de grandes marques – Potentiel de développement de l'activité (avec 2 salariés) - Prix : 9 U
Date de création : 1990

MENUISERIE EBENISTERIE
Atelier de menuiserie aménagé vend tout le matériel nécessaire à l'activité - Local aménagé de 150 m^2 - Possibilité d'achat du local (19,5 U) ou de location (130 000 F.CFP / mois)
Prix : 8,7 U (Stock, machines, petit outillage et aménagement compris)
Date de création : 2000

COIFFURE MIXTE
SARL - Bien localisée - Représentation de grandes marques -Bonne rentabilité actuelle - Clientèle fidélisée - Potentiel de développement lié au quartier - Prix : 12 U
Date de création : 1994

COIFFURE MIXTE
SARL - Clientèle très fidélisée Locaux très bien situés - Excellente rentabilité - Prix : 28 U
Date de création : 1970

HORLOGERIE
EI - Clientèle très fidélisée - Bonne rentabilité - Bail commercial permettant l'extension de l'activité
Prix : 8,2 U
Date de création : 1987

KOUMAC

MENUISERIE BATIMENT
EI - Local aménagé, situé en zone artisanale - Matériel entretenu Clientèle de proximité - Bonne rentabilité - Potentiel de développement - Location du local (220 000 F.CFP par mois) ou possibilité de vente globale local + habitation + fonds artisanal (50 millions de F.CFP) - Prix : 7,5 U
Date de création : 1968

LA FOA

RENOVATION BATIMENT AGENCEMENT
EI vend dock (90 m_), terrain (20,8 a) et logement d'habitation (F3 Bis), ainsi que tout le matériel et le petit outillage nécessaires à l'activité Potentiel de développement de l'activité et d'aménagement des locaux - ZIZA de MEARE
Prix : 27 U
Date de création : 2004

POINDIMIE

COIFFURE MIXTE
EI - Salon aménagé, bien situé - Clientèle fidélisée, de proximité Représentation de 2 grandes marques - Potentiel de développement, commercial - Prix : 2,5 U
Date de création : 2004

PROVINCES SUD ET ILES

MENUISERIE PVC
SARL - Activité de production - Matériel récent - Affaire bien gérée - Fort potentiel de développement Bail commercial renouvelé en
Prix : 24 U (Stock compris)
Date de création : 2007

DUMBEA

BOUCHERIE
SARL - Boucherie en supermarché, local de 140 m^2 - Bonne rentabilité
Prix : 58 U
Date de création : 1989

PROVINCES SUD et NORD

CONSTRUCTION METALLIQUE
EURL - Entreprise très réactive Investissements récents dans du matériel et de l'outillage
Prix : 50 U
Date de création : 1970

Pour tout complément d'information, contacter Caroline Koziura
Service Economique - Tél : 28 23 37
Email : caroline.koziura@cma.nc

Magalie Munier et Fabrice Baron

Le linge sale en famille

Avant l'apparition de la machine à laver, dans la seconde moitié du XXe siècle, c'était la lavandière (en référence à l'odeur de lavande qui se dégageait du linge fraichement lavé, repassé et empilé dans l'armoire) qui lavait le linge.
Elle commençait par le faire tremper dans l'eau du lavoir dont chaque village était équipé et où, à l'instar du café pour les hommes, les langues allaient bon train. Puis, elle lui faisait subir un premier savonnage avant de l'ébouillanter et de le laver une nouvelle fois à l'eau courante à l'aide d'un battoir en bois, d'une brosse et d'un gros savon. Venaient ensuite les étapes d'essorage et de séchage. Au fil du temps, le métier s'est heureusement adouci pour celles qui en ont fait leur métier. Mais il a conservé quelques règles pratiques de base. A la question de savoir comment réussir un bon lavage, Magalie Munier répond sans hésitation : *« Il faut bien trier le linge avant de le laver et choisir la température adéquate. »*
Quant à la satisfaction du client, elle tient en deux mots : application et efficacité. *« Le linge doit être plié avant que le client ne le prenne. Et surtout être prêt dans les délais impartis. »*
Pour ce qui est du repassage, *« le secret est dans la table, glisse Fabrice Baron. Une bonne table aspirante, de la rigueur et le tour est joué ! »*

Leur parcours

Quand ils sont arrivés en Calédonie, en 1999, directement de métropole, Magalie Munier et Fabrice Baron ont tout de suite mis le cap sur le Nord. Question de philosophie. *« On ne pouvait pas aller plus loin et on ne se voyait pas du tout vivre à la ville. On a choisi de vivre à Voh et de travailler à Koné. »* Dans un premier temps, Fabrice fait ce qu'il connaît le mieux : la mécanique. Puis, très vite, l'envie de changer de voie le pousse à regarder ailleurs. *« Trente ans de mécanique, j'en avais assez. Comme il n'y avait pas de laverie dans le secteur, nous avons décidé de nous lancer, Magalie et moi. »* Nous sommes en 2001. A l'époque, Magalie gère la petite société seule pendant que son compagnon lance le concept de balades touristiques en 4x4 dans la Chaine. *« Je partais de Koné et j'emmenais les touristes jusqu'au Cœur de Voh. »* L'aventure durera quatre ans. *« Il n'y avait pas assez de monde, ce n'était pas rentable. »* Fabrice Baron décide alors de se consacrer à la laverie qui, entretemps, a connu un bel essor. *« Au départ, on avait surtout des gens des tribus qui n'avaient pas d'électricité et donc pas de machines à laver. Et, au fur et à mesure, la clientèle a changé. On a vu arriver beaucoup d'expatriés, de cadres qui travaillaient sur l'usine du Nord et qui avaient besoin de chemises bien repassées. »* Aujourd'hui installé à Fombano, à Koné, le couple va déménager à Pouembout, dans l'un des quatre locaux commerciaux de la toute nouvelle résidence Oléa, en face du château Grimigni. Et il entend bien poursuivre son ascension. *« Beaucoup de nos clients sont devenus nos amis. Ils viennent pour leur linge, mais aussi pour discuter et passer un bon moment. »*

Fabienne Hassan, décoratrice-étalagiste

La reine des vitrines

Elle crée dans vos vitrines un monde imaginaire qui incite les clients à entrer chez vous. Fabienne Hassan est décoratrice-étalagiste depuis vingt ans maintenant. Son métier, méconnu en Calédonie, est en train de se faire une place. Rencontre.

Le XX^{ème} siècle a presque canonisé la place occupée par le décorateur, personnalité chargée d'orchestrer les décors des demeures élégantes et leurs aménagements intérieurs dans les plus infimes détails. L'activité émerge et se cristallise au cours du XIX^{ème} siècle. Elle rivalise alors avec les architectes qui restent encore maîtres du décor, le décorateur se contentant de parachever, par la distribution des pièces, le choix des couleurs, l'emplacement du mobilier et l'exposition de collections d'objets d'art, l'affirmation d'un style. Au fil des décennies et des évolutions de la société, la profession s'est enrichie. Le décorateur-étalagiste a fait son apparition. Avec pour mission de *« mettre en valeur des produits dans le but de les vendre »*, explique Fabienne Hassan qui a fait de la décoration de vitrines sa spécialité : *« Pour qu'une vitrine soit efficace, il faut qu'elle soit en accord avec les produits vendus et surtout avec la clientèle. »* Les notions de service, d'écoute et de créativité sont donc très importantes pour réussir à *« créer, dans un tout petit espace, un monde d'illusion qui fasse rêver et qui suscite une émotion »*. Il faut en moyenne une demi-journée pour aménager une vitrine, sachant que celle-ci devra être renouvelée tous les deux mois. *« On doit réussir à capter l'œil du passant tout en définissant le magasin. »* Pour atteindre son but, Fabienne a un secret. *« Je n'impose jamais rien. Je propose seulement. Même si il y a une petite période d'observation au début, une relation de confiance finit par s'établir. »*

Son parcours

Du plus loin qu'elle se souvienne, Fabienne Hassan a toujours aimé bricoler. *« Je fabriquais des maisons pour mes poupées, se souvient-elle. Toujours des choses en volume, avec des matériaux que je récupérais un peu partout. »* C'est tout naturellement que la jeune fille originaire de Limoges suit un Bac arts plastiques avant d'enchaîner sur une première année de fac d'histoire de l'art. *« Mais c'était trop théorique pour moi. Je voulais pratiquer un métier manuel. »* Elle entre alors à l'école de la Chambre de commerce et d'industrie de Bordeaux où elle obtient, après deux ans d'études, son diplôme de décoratrice-étalagiste. *« J'aime ce métier parce qu'il se situe entre la publicité et la décoration. Et parce qu'il est à la fois artistique et commercial. »* La jeune femme trouve de suite du travail à La Rochelle, d'abord comme salariée, puis comme travailleur indépendant. Et intervient aussi bien auprès d'artisans (instituts de beauté, coiffeurs, pâtissiers…) que de commerçants (bijouteries, pharmaciens, opticiens…) et même de prestataires de service. En 2006, elle quitte la métropole pour suivre l'amour de sa vie en Calédonie. Depuis, elle se fait progressivement un nom chez les artisans et les commerçants peu habitués jusqu'à maintenant à se vendre. *« La vitrine est un véritable espace commercial qu'il faut mettre en valeur pour attirer l'œil du client dans un premier temps, et pour le faire entrer dans sa boutique dans un second. »* Le message est en train de passer. Fabienne Hassan, qui a assuré la décoration d'une partie des stands du salon de l'esthétique, y est pour beaucoup. Notamment parce qu'elle a su rester humble et à l'écoute de ses clients.

Bon à savoir

Salaires minimums, valeur du point et jours fériés et chômés pour les mois d'août et septembre 2009 par secteur et conventions collectives

A compter du 1er février 2009
Salaire minimum garanti (SMG)
742,39 F par heure
125 464 F par mois (base 169 H)

A compter du 1er février 2009
Salaire minimum agricole garanti (SMAG) 2009
631,03 F par heure
106 644 F par mois (base 169 H)

A compter du 1er novembre 2007
Boulangerie pâtisserie
Valeur du point : **783 F**

A compter du 1er février 2009
Industrie
Valeur du point : **721 F**
Jour férié et chômé : 15 août

A compter du 1er janvier 2009
Industries extractives mines et carrières
Valeur du point : **680 F**

A compter du 1er avril 2009
Coiffure
Valeur du point : **855 F**

A compter du 1er janvier 2008
Esthétique
Valeur du point : **1 038 F**
A compter du 1er janvier 2008
Transports sanitaires terrestres
Valeur du point : **1033 F**

A compter du 1er janvier 2009
Bâtiment et travaux publics
Valeur du point : **821 F**
Jour férié et chômé : 15 août

A compter du 1er janvier 2009
Commerce et divers
Valeur du point : **724 F**

Les fêtes légales suivantes sont des jours fériés, ces jours ne sont pas forcément chômés : 1er janvier, lundi de Pâques, 1er mai, 8 mai, Ascension, lundi de Pentecôte, 14 juillet, 15 août, 24 septembre, 1ernovembre, 11 novembre et 25 décembre.

Le code du travail de Nouvelle-Calédonie est en vigueur depuis le 1er mai 2008. Vous pouvez le consulter à l'espace communication ou en ligne sur le site de la Direction du Travail : www.dtnc.gouv.nc , ainsi que les accords de votre branche d'activité et les grilles de salaires minimum.

Echéances fiscales
Période : août / septembre
(les dates indiquées sont les dates d'exigibilité par la paierie du Territoire)

Avant le ....

10 AOUT
Paiement des cotisations de la mutuelle du commerce pour le mois de juillet 2009

31 AOUT
Paiement du 1e acompte de l'impôt sur les sociétés 2009 pour les entreprises clôturant leurs compte au 31/01
Paiement du 2ème acompte de l'impôt sur les sociétés 2009 pour les entreprises clôturant leurs compte au 30/09
Déclaration et paiement du solde de l'impôt sur les sociétés 2009 pour les entreprises ayant clôturé leurs comptes au 30/04

10 SEPTEMBRE
Paiement des cotisations de la mutuelle du commerce pour le mois de août 2009

30 SEPTEMBRE
Paiement du 1e acompte de l'impôt sur les sociétés 2009 pour les entreprises clôturant leurs compte au 29/02
Paiement du 2ème acompte de l'impôt sur les sociétés 2009 pour les entreprises clôturant leurs compte au 31/10
Déclaration et paiement du solde de l'impôt sur les sociétés 2009 pour les entreprises ayant clôturé leurs comptes au 31/05

Magazine économique de Nouvelle-Calédonie

La presse économique à votre disposition
L'espace communication reçoit l'ensemble de la presse économique de Nouvelle-Calédonie que vous pouvez venir consulter librement

Espace Communication ouvert du lundi au vendredi de 7h30 à11h30 et de 13h00 à 16h30.
Contact : Tonina Lanchon - Tél. : 28 23 37