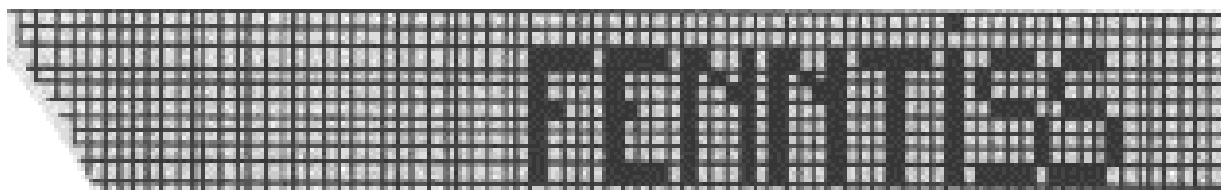


1.



## TABLE DES MATIERES

ENVOI DU 20 Décembre 2010

Pages

<b>REUNIONS</b>	Medef Assemblée Permanente.....	2
<b>ECO</b>	Statistiques textiles.....	3
	Tricheries délais de paiement.....	3
	EcoFolio taxe sur le papier.....	3
<b>SOCIAL</b>	Indemnités journalières.....	4
	Plafond de la Sécurité Sociale.....	4
	Handicapés.....	4
	Commission paritaire.....	4-5
	Planning formations 1 <sup>er</sup> semestre 2011.....	6-9



# REUNIONS



## ASSEMBLEE PERMANENTE

14 décembre 2010

Laurence Parisot informe l'Assemblée de ce que le Conseil Exécutif du Medef a reçu la veille le Gouverneur de la Banque de France pour discuter de l'avenir de l'Euro très important pour nos entreprises . Le Gouverneur évoque la crise, les dettes des Etats, le manque de gouvernance économique européenne et le non respect des critères . Mais il ne serait pas sérieux de vouloir sortir de l'euro, ce qui conduirait à une forte hausse des taux d'intérêt, à une dépréciation de notre monnaie et, la dette actuelle restant en euros, un effet important sur son coût . Il faut montrer sa confiance dans l'euro et disloquer la démagogie économique ambiante dans certains milieux (par exemple le retour à la retraite à 60 ans) . Le Medef appuiera fortement cette position dans la campagne présidentielle qui est, de fait, déjà ouverte .

La Présidente énumère, ensuite, les mesures du PLF et du PLFSS qui coûteront 9 milliards d'euros aux entreprises et la réduction de la déductibilité de l'ISS des investissements effectués dans les PME qui avait permis d'apporter annuellement 1 milliard d'euros aux TPE et PME .

Au niveau social le Medef veut garder le lien avec les syndicats pour développer la négociation paritaire et éviter de se voir imposer des dispositions sociales par le Gouvernement . Les rencontres individuelles dans ce sens ont déjà été entamées avec les syndicats dans une ambiance assez détendue ; seule la CGT reste conflictuelle et menaçante, les discussions devant porter essentiellement sur les salaires et la pénibilité. La CGT n'accepte pas que le Medef ait refusé la mise en place de délégués syndicaux pour les TPE et semble mettre en place un ordre de bataille pour le prosélytisme dans les TPE .

Bruno Lucas se félicite des résultats des élections des Chambres de Commerce où, malgré une participation toujours aussi faible des entreprises, il apparaît qu'au moins 20 Chambres de Commerce Régionales sur 22 seront présidées par un élu du Medef

Au niveau social, Benoît Roger-Vasselín repart du gros travail effectué pour recevoir tous les n  des syndicats de salariés pendant 2 heures . Ces contacts ont été francs et directs sauf avec la CGT . A part les suites de la loi sur les retraites les discussions portent sur le paritarisme, la modification du dialogue social avec une simplification des formalités, la vie au travail avec le refus par le Medef de la pénibilité à remplacer par le "bien être au travail" .

La discussion générale sur les PLF et PLFSS a été caractérisée par l'obsession du Parlement de la reconstitution des recettes fiscales sans toucher aux particuliers, donc sur les entreprises . Le Medef a obtenu de limiter à 10 milliards au lieu de 15 la surcharge : réduction de l'ISF sur les investissements dans les PME seulement de 75 à 50%, taxation des retraites d'entreprises à 7% seulement jusqu'à 500 mois et 14% au-delà et quelques autres . Les économies obtenues par le Medef se chiffrent à 4,5 milliards d'euros



# ECO

---

## STATISTIQUES TEXTILES

### CUMUL EN VALEUR COMPARAISON JANVIER-OCTOBRE 2010 / JANVIER-OCTOBRE 2009

Edité en décembre par l'IFTH

ENT +0.2 +0.3 -1.7 +6.0 +2.8 -5.1 -3.0 -0.4

LINGE DE MAISON +1.9 +2.6 ... -3.7 +10.1 +1.0 -6.8 -2.2

TISSU AU MÈTRE -3.7 -2.4 ... -7.2 ... -0.2 ... -2.0

MERCERIE-LAINE -4.3 +0.4 ... -6.5 -8.7 +0.7 ... -0.5

TOTAL TEXTILE -1.3 +1.7 ... -3.8 +4.9 +0.9 -6.8 -2.0

TOTAL TEXTILE-HABILLEMENT +0.2 +0.3 -1.7 +5.4 +2.9 -3.4 -3.8 -0.5

CUMUL A PRIX CONSTANTS +0.5 +0.9 -1.4 +6.3 +2.3 -2.9 -3.4 +0.0

\*le signe ... signifie égalité

---

## TRICHERIES DELAIS DE PAIEMENT

### BONNES PRATIQUES OFFICIELLES CLIENTS-FOURNISSEURS

A l'occasion de sa visite au Midest 2010, salon de la sous-traitance industrielle, le ministre de l'industrie a présenté le nouveau Guide pour la qualité des relations contractuelles clients – fournisseurs, qui illustre différents comportements abusifs ou mauvaises pratiques d'entreprises qui sont régulièrement constatés.

Outre les dérives relatives à la commande (3), la relation contractuelle (14), le prix (6), la réception et la facturation (5) et la propriété intellectuelle (3), il explicite 7 détournements des règles relatives aux délais de paiement :

- le non respect des délais de paiement fixés par la LME. Ainsi, bien que non conforme à l'esprit de la loi, la pratique des paiements à 60 jours fin de mois, voire 90 jours perdure bien souvent ;
- le décalage des émissions de factures et des bons de commande, par rapport à la date réelle de livraison ou d'enlèvement ;
- le contournement de la loi française par des commandes passées de l'étranger, alors que la livraison est en France ; ■ la mise en place des stocks de consignation dans le but de contourner la loi, le point de départ du délai de paiement n'étant pas la date de livraison par le sous-traitant dans l'entrepôt mais celle à laquelle le donneur d'ordre vient prendre les objets ;
- la pratique de taux d'escomptes excessifs en contrepartie du respect des délais de paiement ;
- l'application d'une retenue déraisonnable pour litige ;
- le défaut d'information du fournisseur en cas de litige et retard volontaire dans le traitement d'un litige.

Ce Guide pour la « qualité des relations contractuelles clients-fournisseurs » est tenu à votre disposition par CODINF 7, square Gabriel Fauré 75017 Paris

A demander par Téléphone 01 55 65 04 00 ou par e.mail [codinf@codinf.fr](mailto:codinf@codinf.fr)

---

## **ECOFOILIO LA TAXE SUR LE PAPIER**

**Depuis le 1er janvier 2010**, l'article L. 541-10-1 du Code de l'environnement vise le périmètre des «imprimés papiers» et celui des «papiers à usage graphique destinés à être imprimés».

Pour une meilleure compréhension, nous les désignerons dans la suite du document par les termes de «papiers imprimés» et «papiers à copier, enveloppes et pochettes postales». De plus, afin de faciliter la distinction de ces deux périmètres, le dispositif prévoit une dénomination différente du «contributeur» en fonction du périmètre :

### **Papiers imprimés**

Tout document en papier dont le grammage est inférieur ou égal à 224 g/m<sup>2</sup> et ayant fait l'objet d'une impression commandée par un donneur d'ordre : prospectus, imprimés publicitaires ou plaquettes, les magazines dits «de marques », les envois de correspondances, les catalogues, les publications d'annonces .

### **Donneur d'ordre**

C'est la personne à l'origine de la politique générale promotionnelle, d'annonce, d'information ou commerciale, ou au nom ou sous l'appellation de laquelle cette politique a été menée . Les donneurs d'ordre ne contribuent auprès d'EcoFolio que pour les papiers imprimés réalisés à partir de bobines ou de «feuilles» à usage industriel imprimées

### **Metteur sur le marché**

C'est la personne qui, à titre professionnel, soit fabrique, soit importe, ou introduit en France des papiers à copier (papiers vierges de toute impression, de dimensions inférieures ou équivalentes au format A3+, conditionnés et destinés à être imprimés ou copiés, de grammage inférieur ou égal à 224 g/m<sup>2</sup>), des enveloppes ou des pochettes postales (de grammage inférieur ou égal à 224 g/m<sup>2</sup>,. Dans le cas de papiers à copier, enveloppes ou pochettes postales vendus sous la seule marque d'un revendeur, celui-ci est considéré comme le metteur sur le marché .

### **Contribution**

Les entités ayant émis, durant l'année 2010, **5 tonnes cumulées** ou plus de papiers doivent en faire la déclaration avant le 28 février 2011 pour paiement avant le 30 avril en se faisant immatriculer chez :

EcoFolio 60 rue Saint Lazare 75009 Paris  
Infocentre 01 53 32 28 70  
[contact@EcoFolio.fr](mailto:contact@EcoFolio.fr)



## SOCIAL

---

### INDEMNITES JOURNALIERES

Une circulaire DSS du 25 novembre 2010 vient préciser le nouveau mode de calcul des indemnités journalières dues au titre de la maladie, de la maternité et des accidents du travail ou maladies professionnelles . Celles-ci qui étaient calculées sur la base de 360 jours seront calculées sur la base de 365 jours à compter du 1<sup>er</sup> décembre 2010 .

La même disposition s'appliquera aux indemnités dues à certains travailleurs indépendants au titre de la maladie et de la maternité.

---

### PLAFOND SECURITE SOCIALE

Le plafond de la Sécurité Sociale pour 2011 a été fixé à 2 946 € par un arrêté du 26 novembre 2010.

---

### HANDICAPES

Pour la mise en œuvre des exigences d'emploi de handicapés pour 2011 le site de l'AGEFIPH donne des conseils pratiques notamment pour l'aide et la formation des salariés chargés de recevoir et d'accompagner des handicapés : [www.agefiph.fr/toutes aides](http://www.agefiph.fr/toutes_aides)

---

### COMMISSION PARITAIRE

La commission paritaire s'est réunie le 17 novembre 2010 sur les sujets suivants :

#### Révision de l'accord sur les seniors

Mme Magnier présente le projet remis en séance

La CGT souhaite

- Rajouter le domaine d'action : « amélioration des conditions de travail et prévention des situations de pénibilité »
- Rajouter des dispositions sur le congé de fin de carrière et l'aménagement du temps de travail sans perte de salaire
- Supprimer le domaine d'action «recrutement des salariés âgés »

La CFDT souhaite

- Revoir la formulation sur le DIF car favoriser l'accès des seniors au DIF risque de pénaliser celui des jeunes
- Prévoir la rémunération du tutorat

Force Ouvrière fait observer que

- Il faudrait relever l'objectif de maintien dans l'emploi des seniors afin que celui-ci soit au moins égal au pourcentage existant actuellement
- Il conviendrait de prévoir un objectif chiffré de tuteurs par entreprise plus élevé : par exemple un tuteur par entreprise de 50 à 150 salariés, 2 par entreprise de 150 à 300
- Sur le nombre de tuteurs formés par la plaquette, ce n'est pas la plaquette qui va former les tuteurs mais il faut prévoir un réel objectif de tuteurs à former

La CGC n'a pas eu le temps de lire l'accord précisément mais la présentation générale ne lui va pas et il faudrait la modifier

La représentante des employeurs n'ayant pas de mandat pour prendre position sur ces points au nom de l'ensemble de la délégation patronale ce point est remis à l'ordre du jour de la prochaine réunion

#### Audition des organismes de prévoyance

La commission paritaire auditionne les organismes suivants : Malakoff-Médéric, Aprionis, UNPMF, Réunica

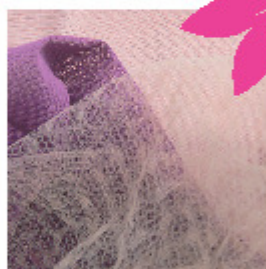
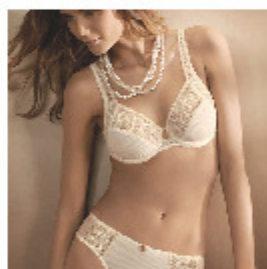
La CGT rappelle qu'elle n'a pas validé le cahier des charges et qu'elle n'est pas d'accord avec la franchise de 90 jours continus qui y est prévue pour l'incapacité .

Les organisations syndicales demandent que les organismes tarifient la garantie incapacité en relais des obligations légales et conventionnelles

La prochaine réunion est fixée au 12 janvier avec à l'ordre du jour :

- Seniors
- Salaires et classifications
- Choix du ou des organismes de prévoyance

PLANNING DES  
Formations



1<sup>er</sup> SEMESTRE 2011

**EXPERTISE  
TEXTILE**  
FORMATIONS • MISSIONS  
PUBLICATIONS



Toutes les thématiques développées peuvent être adaptées, selon vos besoins, pour des **formations en intra**.

**27 JANVIER • Promotion des ventes**

Maîtriser les réglementations spécifiques à la promotion des ventes par le prix, par l'objet ou par le jeu. Seront notamment abordées les problématiques nées du développement du e-commerce et du m-commerce.

**3 FÉVRIER • Classement tarifaire douanier des produits du textile-habillement**

Maîtriser les règles applicables au classement tarifaire, connaître les outils à la disposition des opérateurs et acquérir les réflexes nécessaires pour s'assurer d'un bon classement.

**15 & 16 FÉVRIER • Connaissances fondamentales du textile-habillement**

Acquérir le vocabulaire technique de base, connaître les différentes étapes de la filière (matières premières, filature, tricotage, tissage, ennoblement, coupe et confection) et savoir apprécier la qualité d'un produit.

**17 FÉVRIER • E-merchandising de mode**

Maîtriser les techniques de l'e-merchandising, augmenter l'attractivité des sites de e-commerce des marques et enseignes de mode pour créer du trafic, vendre plus et fidéliser ses cyberclients.

**1 MARS • Traçabilité des produits textiles**

Savoir prouver les allégations relatives à un produit textile (matières premières utilisées, propriétés revendiquées...) et connaître les différentes méthodes permettant d'organiser sa traçabilité. Seront présentés les cas spécifiques du coton issu de l'agriculture biologique et de la viscose de bambou.

**3 MARS • Réseaux sociaux, les nouveaux business boosters**

Sélectionner les bons réseaux sociaux en fonction des canaux et objectifs, maîtriser le mode d'emploi de ces réseaux pour mieux exporter ses produits textile-habillement et améliorer sa communication.

**8 MARS • Audits sociaux, monitoring et relations fournisseurs**

Intégrer le développement durable dans sa politique d'achats avec des fournisseurs internationaux et être en mesure d'analyser les différents moyens de contrôle et leurs résultats.

**10 MARS • Théâtralisation des vitrines**

Comprendre les phénomènes de perception visuelle et comportements des chaland face à une vitrine, maîtriser les règles de construction visuelle et comprendre l'impact de la vitrine sur l'indice de fréquentation.

**17 & 18 MARS • Lutter contre la démarque inconnue**

Intégrer de nouveaux réflexes et comportements, mettre en place un plan d'actions de lutte contre la démarque inconnue et savoir mobiliser ses équipes.

**24 MARS • Optimiser ses achats**

Améliorer les outils de mesure et de suivi de la performance achat, maîtriser les différentes étapes de la mise en place d'un tableau de bord, et pérenniser ses marges en élaborant un coût complet d'achat à l'international.

Retrouvez les programmes détaillés  
de nos formations sur :  
[www.ja-federation.com](http://www.ja-federation.com)

### **24 MARS • Étiquetage des produits du textile-habillement**

Maîtriser l'étiquetage des produits : composition, taille, entretien et origine, au regard de la législation française, communautaire et de certains pays d'exportation.

### **29 MARS • M-commerce**

Appréhender les enjeux du m-commerce et l'impact sur son activité, identifier les perspectives de développement de ce marché et savoir adapter sa stratégie e-commerce.

### **31 MARS • Toxicité des produits du textile-habillement et règlement Reach**

Connaitre les obligations en France, dans l'Union européenne et dans certains pays d'exportation, en matière de substances toxiques (colorants azoïques, formaldéhyde, métaux lourds...), ainsi que les dispositions du règlement REACH applicables au secteur Textile-Habillement.

### **5 AVRIL • Négocier avec les Chinois**

Comprendre la mentalité chinoise, décrypter les réactions des interlocuteurs, maîtriser les étapes de la négociation et éviter les erreurs de comportements et les pièges.

### **7 & 8 AVRIL • Manager ses équipes commerciales**

Réussir le pilotage de ses équipes commerciales, et définir les outils et méthodes pour faire évoluer ses collaborateurs en termes de compétences commerciales.

### **12 AVRIL • Filière du coton biologique et équitable**

Intégrer les dynamiques éthique, biologique et équitable dans les domaines du textile et de la mode, et être opérationnel dans son entreprise avec l'utilisation d'outils pratiques.

### **13 AVRIL • La mode enfantine : tendances et marchés**

Comprendre les spécificités de la segmentation du marché de la mode enfantine en France et en Europe, anticiper les comportements d'achats relatifs aux événements incontournables de l'enfance et appréhender le processus spécifique d'élaboration du plan de collection.

### **14 AVRIL (MATIN) • Sécurité des vêtements pour enfants**

Maîtriser les exigences applicables en terme de sécurité des produits textiles destinés aux enfants et anticiper les évolutions en la matière.

### **3 MAI • Sourcing textile-habillement en sortie de crise**

Savoir appréhender les risques liés à ses fournisseurs, savoir rééquilibrer ses volumes importés, et savoir réduire ses coûts d'achats et sécuriser ses produits clés en sortie de crise.

### **5 MAI • Règles d'origine des produits du textile-habillement**

Maîtriser les règles d'origine des produits par une analyse de la législation communautaire et des cas pratiques, et connaître les dernières évolutions des cumul : Ron Eurored, SFC.

### **10 & 11 MAI • Connaissances fondamentales du textile-habillement**

Acquérir le vocabulaire technique de base, connaître les différentes étapes de la filière (matières premières, filature, tricotage, tissage, ennoblement, coupe et confection) et savoir apprécier la qualité d'un produit.

### **12 & 13 MAI • Recruter et intégrer un nouveau collaborateur**

Réussir le recrutement et l'intégration d'un nouveau collaborateur au sein de son équipe, et savoir préparer un recrutement et repérer les enjeux d'une intégration réussie.

#### **17 MAI • Eco-conception des points de vente**

Identifier les éléments à prendre en compte dans le cadre d'une démarche d'éco-conception d'un point de vente, et apprendre à gérer de façon durable un magasin ou un réseau de boutiques.

#### **19 MAI • Textiles innovants**

Identifier les nouvelles fibres et différents traitements conférant de nouvelles fonctionnalités (confort, douceur, beauté, protection, performances...) aux textiles.

#### **24 MAI • Répondre à des appels d'offres internationaux**

Comprendre les mécanismes et le fonctionnement des appels d'offres à l'international, optimiser vos recherches pour détecter les appels d'offres textiles, et acquérir la démarche et les outils pour concevoir votre offre en anticipant les risques.

#### **26 MAI • Valoriser ses produits textiles par l'ennoblissement**

Maîtriser la différence entre impression, teinture, apprêt, enduction, connaître la valeur ajoutée apportée par ces traitements sur les textiles, prendre une longueur d'avance sur la concurrence en améliorant la qualité et l'esthétique de ses vêtements par un choix éclairé des traitements d'ennoblissement appliqués.

#### **7 JUIN • Toxicité des produits du textile-habillement et règlement Reach**

Connaître les obligations en France, dans l'Union européenne et dans certains pays d'exportation, en matière de substances toxiques (colorants azoïques, formaldéhyde, métaux lourds...) ainsi que les dispositions du règlement REACH applicables au secteur Textile-Habillement.

#### **9 JUIN • Nouveaux concepts de distribution**

Identifier les concepts émergents en matière de distribution d'habillement par un état des lieux des formes de distribution innovantes, une analyse du processus de développement d'un nouveau concept et une approche prospective du secteur.

#### **21 JUIN • Optimiser ses achats**

Formation destinée aux acheteurs confirmés. Identifier ses principaux partenaires de sourcing, maîtriser les différentes étapes de la négociation lors de ses achats et améliorer le management de la supply-chain logistique, douanes, qualité...)

#### **23 JUIN • Savoir communiquer avec les médias à l'international**

Construire un discours équilibré et pertinent, maîtriser les règles d'or d'un communiqué de presse percutant, affronter un interview avec sérénité et efficacité, savoir déjouer les questions pièges.

#### **28 JUIN • Étiquetage des produits du textile-habillement**

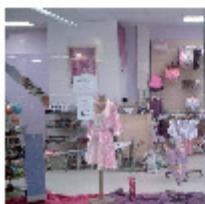
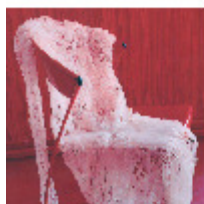
Maîtriser l'étiquetage des produits : composition, taille, entretien et origine, au regard de la législation française, communautaire et de certains pays d'exportation.

#### **30 JUIN • Workshop merchandising de mode : réseaux de boutiques et marques**

Comprendre les principes de base du merchandising de mode et ses implications au niveau opérationnel, savoir théoriser l'offre produits et mesurer la performance de sa politique merchandising. Mise en pratique au travers d'études de cas spécifiques.

#### **7 & 8 JUILLET • Améliorer la fidélisation clients**

Développer les relations avec ses clients dans un objectif d'amélioration de la performance commerciale, apprendre à mettre en place un plan de fidélisation clients et évaluer les actions, et savoir mobiliser son équipe pour la mise en place du plan d'actions.



**LA  
FÉDÉRATION**  
de la mode de la région

27-29 rue de Neuilly - 92110 Cligny - France  
tél. +33 (0)1 47 46 46 22 30-31 - +33 (0)1 47 46 46 23

[www.la-federation.com](http://www.la-federation.com)

[contact@la-federation.com](mailto:contact@la-federation.com)

0607 - 01 47 46 46 22 30 - 4746 0710

organisme de formation - 11 02 11 01 002