



## LES CLÉS DE LA RÉUSSITE

STRATÉGIE



Franchise. Rejoindre un réseau vous permet de bénéficier du savoir-faire éprouvé d'un franchiseur, d'accompagnement et de publicité. En revanche, vous devrez investir dans l'enseigne et adopter "l'esprit réseau" pour évoluer sereinement.

# La franchise vous permet de gagner en notoriété

**U**n mariage de raison(s). C'est ainsi que les spécialistes qualifient la relation entre un franchiseur et son franchisé, réglementée par la loi Doubin de 1989. « *Le franchiseur définit le concept et la stratégie du réseau, tandis que le franchisé en est l'ambassadeur sur le terrain, auprès du client final* », résume Chantal Zimmer, déléguée générale de la Fédération française de la franchise (FFF). Pour un artisan indépendant, rejoindre un réseau présente donc des avantages : bénéficier d'un concept et d'un modèle économique, d'outils de travail (logiciel de gestion, matériel métier, méthodologie, outils de communication et d'identification), d'un accompagnement lors du lancement et de formation continue. Et le secteur attire. Les franchises n'ont cessé de se développer dans le bâtiment : la FFF comptait 26 réseaux en 2008, contre 35 aujourd'hui, avec plus de 1 073 franchisés. Qu'il s'agisse de menuiserie, d'énergies renouvelables, de pose de gouttières, de

revêtements de sols ou de murs, de nombreux métiers sont concernés. Avant de vous lancer, étudiez soigneusement le réseau convoité : certains préfèrent des candidats au profil commercial ou de gestion, plutôt que des artisans. C'est le cas par exemple de Soleil en Tête (énergies renouvelables) ou Help Confort (dépannage à domicile).

**Prévoir l'investissement**  
Basic System, spécialiste en rénovation de sols et de plafonds, accueille un tiers d'artisans parmi ses nouveaux entrants. « *Ils sont motivés par le transfert de savoir-faire, puisque nous déployons dix techniques, dont certaines brevetées*, explique Éric Bonnot, p-dg du réseau. Grâce à notre communication, via Internet notamment, nous apportons des affaires aux adhérents sans qu'ils aient besoin de prospecter ». Cependant, avant de vous lancer, étudiez soigneusement l'organigramme du franchiseur : qui sont les fondateurs, quel est leur parcours ? Quelle est l'ancienneté

du réseau, comment a-t-il grandi ? Qui sera votre interlocuteur au quotidien ? « *Le franchiseur doit remettre un document d'information précontractuel (DIP) au candidat, précisant le rôle et les engagements de chacun* », souligne Chantal

au réseau, l'achat de fournitures, le véhicule, etc. À titre d'exemple, intégrer Basic System requiert 49 000 euros d'investissement global. Chaque franchisé verse ensuite une redevance générale calculée en pourcentage du chiffre d'affaires, plus

une participation aux frais de publicité.

Mais surtout, entrer dans un réseau implique d'adhérer aux méthodes de l'enseigne et de les appliquer à la lettre, au risque d'en-

traîner la rupture du contrat. Enfin, vous pouvez évoluer au sein d'un réseau : en participant à diverses commissions (communication, achats), voire en formant de nouveaux adhérents. En moyenne, un contrat de franchise vous engage sur une période de cinq ans. ■

OLGA STANCEVIC



Zimmer qui conseille de soumettre ce DIP à un spécialiste, expert-comptable ou avocat par exemple. N'oubliez pas non plus que rejoindre un réseau a un coût : vous devez prévoir un tiers d'apport personnel dans un investissement dit "global", comprenant le droit d'entrée



### TÉMOIGNAGE

**Serge Schandel, gérant de Basic System Sud-Est à Nîmes**

Peintre de formation, Serge Schandel a exercé son activité durant 30 ans, avant de rejoindre la franchise Basic System en 2004. « J'ai découvert l'enseigne en me renseignant pour des clients. Le concept m'a

plu et j'ai rejoint le réseau tout en continuant mon activité de peintre en bâtiment. » Aujourd'hui, il ne dirige plus que sa franchise Basic System, avec deux salariés. « Je ne souffre plus de la concurrence, alors que le métier de peintre est saturé ». L'artisan apprécie de pouvoir s'appuyer sur la franchise pour toute question pratique, pour

la communication, le savoir-faire, l'élargissement du portefeuille de clients. Il travaille notamment pour l'enseigne Casino, qu'il aurait été difficile de démarcher sans le réseau. À deux ans de la retraite, Serge Schandel estime également que son affaire actuelle sera plus facile à transmettre que sa précédente entreprise.

## GESTION



**Financement.** Si la conjoncture économique reste incertaine en ce début d'année, les prêts professionnels ne sont pas pour autant inaccessibles. Les délais sont certes plus longs, mais les banques prêtent toujours. Alors armez-vous de courage et allez frapper à la porte de votre banque.

# Sachez convaincre votre banquier

**V**ous ne savez pas comment vous y prendre pour demander un prêt à votre banquier ? Soyez franc et précis dans vos explications. Et n'oubliez jamais que le secret d'une bonne relation avec son banquier, c'est justement... d'en avoir une !

Tout d'abord, quel que soit le projet envisagé (création de société, reprise d'entreprise, achat de matériel...), vous devez réfléchir à toutes les questions que votre banquier va se poser. « Il va chercher à voir les forces comme les faiblesses éventuelles de votre projet, explique Florent Lamoureux, directeur du marché des professionnels à la Caisse d'Épargne-BPCE. Il s'agit pour lui de vérifier que votre projet tient la route. Vous devrez lui prouver votre détermination. » En effet, c'est lui qui sera votre premier interlocuteur professionnel. Fini le regard bienveillant de la famille ou des amis. Votre projet se concrétise, attention à ne pas perdre de temps dans des tergiversations. C'est un luxe que ni vous, ni votre banquier ne pouvez vous permettre. Attendez donc d'avoir un projet abouti pour pousser la porte de votre banque. Présentez-le et si votre interlocuteur se montre intéressé, proposez-lui de revenir vers lui avec un dossier complet.

**Préparez un dossier exhaustif**  
Vous devez présenter un plan de financement précis : quel est votre apport – sachant que la moyenne oscille entre 20 et 50 % du mon-

tant global de l'investissement – et quelle en est la provenance ? Quelles sont ensuite les dépenses auxquelles vous serez confronté ? S'il s'agit par exemple de l'acquisition d'un atelier, vous aurez à rémunérer l'agence immobilière, l'avocat, le notaire, le courtier...

L'installation dans vos nouveaux locaux aura aussi un coût. Des travaux sont à prévoir ? Apportez alors les devis. Prévoyez également la phase de lancement et le fond de roulement. « Un plan de financement cohérent séduira votre banquier et prouvera que vous avez les pieds sur terre », confirme Jean-Philippe Deltour, cofondateur de Creditrelax société de courtage en financement professionnel. Vous devrez ensuite établir un prévisionnel de chiffre d'affaires et de charges. Une étude de marché sera pertinente pour une création ex nihilo. Votre banquier appréciera ainsi la viabilité de votre projet. S'il s'agit d'une reprise, vous devez présenter le bilan de l'entreprise. Pour une croissance externe, vous devrez établir un business plan qui en justifiera l'opportunité et en détaillera le financement. Un dossier clair, cohérent, exhaustif sera étudié plus rapidement. Évitez donc de fournir les pièces au compte-goutte.

Par ailleurs, si vous avez l'intention de mettre votre banquier en concurrence, dites le simplement : « Mon projet est ambitieux, mettez-vous à ma place, je vais aussi me renseigner chez vos confrères pour faire le tour du marché. » Vous n'en



## EN SAVOIR PLUS

### Les cotations de la Banque de France

La Banque de France attribue une cotation aux entreprises. Il s'agit d'une appréciation sur la capacité de celles-ci à honorer leurs engagements financiers à un horizon de trois ans. Toutes les entreprises françaises peuvent être cotées à partir d'informations contenues dans la base Fiben (Fichier bancaire des entreprises). Il s'agit d'informations juridiques, d'événements judiciaires, d'incidents de paiements, de crédits bancaires, d'associés ou de dirigeants connus...

L'organisme attribue également un "indicateur dirigeant". Fondée sur la collecte d'informations objectives comme les décisions judiciaires de nature commerciale enregistrées par les greffes des tribunaux de commerce, cette note donne un avis sur la capacité qu'a eue le dirigeant à gérer ses précédentes entreprises.

Ces "notes" font l'objet d'une communication systématique aux responsables de l'entreprise, lorsqu'une documentation comptable a été analysée par la Banque de France. Par ailleurs, dans le cadre de la loi "informatique et libertés" du 6 janvier 1978, tout responsable d'entreprise qui en fait la demande peut obtenir des explications sur la cote attribuée à son entreprise au cours d'un entretien personnalisé.

Source : [www.banque-france.fr](http://www.banque-france.fr)

paraîtrez que plus professionnel. Vos capacités entrepreneuriales devront être très vite identifiées par le banquier. « Durant l'entretien, il s'attachera à évaluer votre

potentiel professionnel », précise Florent Lamoureux. Salarié dans le métier depuis 20 ans, vous devrez tout de même justifier de votre expérience et de vos com-

pétences dans des domaines particuliers (vision administrative, juridique ou fiscale...) Apportez donc un curriculum vitae à jour et complet, en n'omettant pas les "zones d'ombres". Comme pour un entretien d'embauche, celles-ci doivent toujours être expliquées car votre banquier saura tout, notamment grâce aux données fournies par la Banque de France (lire notre encadré). Votre situation familiale sera également analysée. Il est indispensable de transmettre vos derniers relevés de compte personnels. Aucun banquier ne prêtera sans les avoir vus, il en a besoin pour s'assurer que le financement est envisageable.

### Analysez l'offre qui vous est faite

Quelle que soit l'offre qui vous sera faite, ne partez pas à la chasse au taux comme vous pourriez le faire pour un prêt destiné à l'achat d'un logement personnel. Le taux n'est pas primordial, car les inté-

rêts sont déductibles dans votre compte de résultats. Par ailleurs, à l'instar d'autres paramètres (durée, apport, caution...), sachez que l'assurance est négociable. Plus vous êtes jeune (moins de 40 ans), plus il sera intéressant de se tourner vers un assureur extérieur pour faire jouer la concurrence plutôt que de choisir le produit de garantie proposé par votre banque. « On peut ainsi diviser par deux le montant de l'assurance. Mais il faut annoncer son intention dès le départ à son



**Veillez à fournir un dossier complet : aucun banquier ne prêtera sans avoir vu vos derniers relevés de compte personnels.**

banquier », complète Jean-Philippe Deltour. Les frais de tenue de compte doivent également être analysés, un poste qui n'est pas

anodin. Vous conserverez ainsi une vision globale de l'offre de service qui vous est faite. ■

CLAUDE POISSON

CLAUDE POISSON

## COMMUNICATION



**Développement commercial.** Pour toucher une clientèle nouvelle et présenter votre savoir-faire, les foires et salons régionaux vous offrent une vitrine sur mesure et une véritable opportunité de business. Les clés pour participer à une manifestation locale.

# Foires et salons : faites-vous connaître dans votre région !



2010 JEAN-JACQUES BERNIER

Artibat à Rennes, le salon du BTP de l'Ouest, est organisé par la Capeb Pays de la Loire.

**S**ur le millier de foires et salons organisés en 2008 dans l'Hexagone, l'Office de justification des statistiques (OJS) a recensé 41 % d'événements régionaux. Pour les artisans, ce genre de manifestation est l'occasion d'aller à la rencontre de clients potentiels et de booster leur activité. Encore faut-il anticiper soigneusement la démarche.

« La préparation est essentielle si l'on veut que l'événement soit un succès, rappelle Nicolas Delecourt, auteur du livre *Pour réussir un salon, une foire, une exposition\**. Un professionnel mal préparé risque de dévaloriser son entreprise au lieu de la mettre en avant. »

Pour obtenir des retombées positives, il convient donc de sélectionner avec méthode le salon où

vous présenterez votre entreprise. Il est capital de déterminer vos attentes afin de participer au bon événement.

### Une démarche rationnelle

S'il s'agit de vous faire connaître, visez les manifestations organisées sur votre secteur d'activité, par votre chambre de métiers ou encore par votre fédération

professionnelle. Vous pourrez ainsi bénéficier d'un accompagnement (préparation et suivi), voire d'un financement s'il s'agit d'une première participation. « L'option salon professionnel est idéale pour conforter son image. Cela permet d'afficher son positionnement dans le paysage local tout en étudiant la concurrence », ajoute Nicolas Delecourt.

En revanche, s'il est question de doper votre chiffre d'affaires et de conquérir une nouvelle clientèle, il est préférable de s'orienter vers les salons grand public. Certains artisans, comme les constructeurs de maisons à ossature bois, peuvent facilement trouver des événements à leur mesure. Pour d'autres, il faut ruser pour séduire de nouveaux clients ! Vous êtes spécialisé dans les énergies renouvelables ? Faites-vous connaître au prochain salon organisé dans votre région sur la thématique de l'écologie et du développement durable.

Reste, bien entendu, les manifestations de plus grande envergure. Pour une TPE, l'option la plus accessible consiste à participer à un concours – organisé en marge d'un événement national – en tant que concurrent ou membre du jury. Les salons internationaux peuvent parfois être à votre portée, surtout si le savoir-faire relève de spécialités qui se font

rares. Une initiative qui bénéficie, par ailleurs, d'un soutien tout particulier des chambres consulaires et d'autres organismes (assurance prospection Coface, aide du réseau Ubifrance, etc.).

### Une participation active

La question financière doit bien sûr être examinée de près car, avant de générer des bénéfices, la participation à un salon a un coût. Variable d'un événement à l'autre, le montant s'élève au minimum à 100 euros HT par journée d'exposition (emplacement, location d'agencement de stand, électricité). Une facture qui peut tripler si s'ajoutent un raccordement à l'eau courante, une connexion à Internet et une réserve de quelques mètres carrés. Les parcs des expositions proposent souvent leurs propres prestataires de service. Avant de signer votre engagement, prenez le temps de comparer les tarifs appliqués par d'autres sociétés. En outre, comme le précise Nicolas Delecourt, la décision de participer à un salon suppose certains calculs : « *Il faut absolument prendre en compte le temps de non-production ou d'absence de l'entreprise.* » Autre élément du budget : les animations qui vont faire de votre stand un emplacement vivant. En effet, en plus de devoir assurer une présence physique toute la journée, il faut donner envie aux visiteurs

de venir... et de rester ! À cet effet, vous pouvez, par exemple, organiser un cocktail ou un jeu-concours.

Il est par ailleurs important de ne pas oublier les outils de communication comme les panneaux ou les flyers. Pour garantir ce trafic sur votre stand, plusieurs options simples peuvent être envisagées. Tout d'abord, solliciter une aide financière. Certaines chambres de Métiers ou du Commerce et certaines institutions disposent d'enveloppes à cet usage. C'est notamment le cas de la chambre des métiers et de l'artisanat (CMA) et du conseil régional d'Île-de-France qui proposent la procédure Arcaf (Appui régional à la commercialisation francilienne). Vous pouvez aussi confier la réalisation de documents commerciaux présentant votre activité (présentation PowerPoint à projeter au mur, catalogues, plaquettes, etc.) par exemple à un étudiant en école de communication. Enfin, pour diviser les coûts, il est possible de faire stand commun avec des confrères ou avec des professionnels dont l'activité est complémentaire de la vôtre. Une solution qui permet de voir plus grand et ainsi d'être plus visible. Pour optimiser votre participation au salon, il faut bien sûr préparer un argumentaire percutant à destination de vos visiteurs. Si vous ne vous sentez



2010 JEAN-JACQUES BENNIER

Sur les salons, une grande place est réservée aux démonstrations en tous genres des exposants.

pas à l'aise dans cet exercice, confiez la tâche à un employé de confiance ou suivez une petite formation commerciale auprès de votre chambre consulaire. Dans tous les cas, prévoyez une semaine complète de préparatifs avant l'événement. Il est essentiel de recenser les coordonnées de tous vos visiteurs, lesquels sont autant de prospects. Au terme du salon, n'oubliez

pas que la démarche n'est pas finie ! Vous devez assurer un suivi régulier de vos contacts (mailings, envoi de vœux, etc.) et vous interroger, au vu des retombées de l'opération, sur l'opportunité de participer au même salon l'année suivante. ■

AGATHE JAFFREDO

\* coécrit avec Laurence Happe-Durieux et Virginie Lespingal-Bastide, aux éditions du Puits Fleuri.



### TÉMOIGNAGE

**Françoise Pinel, gérante de Meubles Cosson, fabrication et vente de meubles à Cournon (Puy-de-Dôme)**

« Il faut voir les salons régionaux comme des vitrines du savoir-faire des artisans. » C'est ainsi que Françoise Pinel conçoit sa participation aux diverses manifestations auvergnates. Et elle sait de quoi elle parle : elle est présente sur les stands de la société de fabrication

de meubles, qu'elle gère avec son mari. Elle participe ainsi à la foire de Clermont-Cournon depuis 1982. Si elle considère cette présence comme nécessaire, Françoise Pinel reste lucide. « Un stand sur un salon n'est pas toujours le lieu le plus approprié pour vendre. En revanche, cela permet d'affirmer notre présence sur le marché local et de rencontrer de nouveaux clients. Et ce, même s'il s'agit d'un investissement lourd, tant en temps qu'en argent. » Pour exemple, un grand stand en angle

à la foire de Clermont-Cournon coûte 3000 euros pour 10 jours. Et l'investissement ne s'arrête pas là. Pour présenter au mieux son activité, l'ébéniste a dépensé près de 10000 euros pour une structure réutilisable. « Il faut savoir se démarquer de la concurrence au niveau de l'aménagement en mettant en avant son identité, ses valeurs d'artisan », précise-t-elle. Qui est persuadée qu'il faut « exposer sur un salon au moins trois ans de suite pour pouvoir en tirer des conclusions, positives ou négatives ».

LE CHANTIER  
DU MOIS



## PERFORMANCE ÉNERGÉTIQUE

# Label BBC pour la

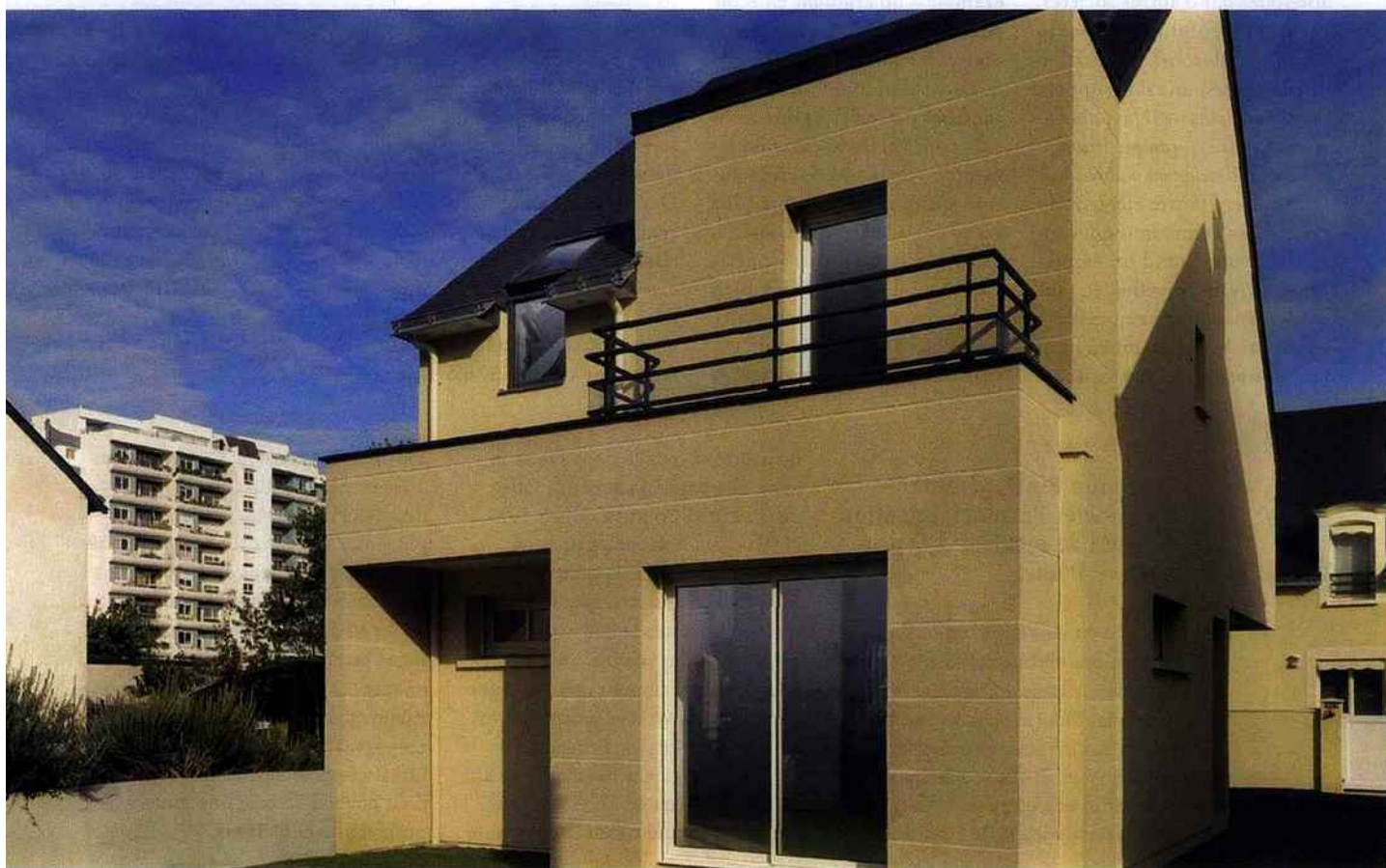
La maison BBC (Bâtiment basse consommation) Jambert-Lafarge, livrée en novembre dernier, est un modèle de construction béton traditionnelle au service de la performance énergétique, pour un coût raisonnable et aisément reproductible.

**L**a maison en béton du constructeur Jambert est le fruit d'une collaboration avec Lafarge pour un système de construction optimal en béton. Située dans le centre-ville d'Angers, elle a été conçue selon un mode traditionnel tout en répondant aux exigences du label Bâtiment basse consommation-Effinergie, anticipant la future Réglementation thermique 2012. Ce label est délivré aux constructions neuves dont la consommation maximale est de 50 kWh<sub>ep</sub>/m<sup>2</sup>/an. Avec une consommation globale inférieure à 48 kWh<sub>ep</sub>/m<sup>2</sup>, la maison Jambert-

Lafarge a décroché ce label. Son coût énergétique annuel a été estimé à 1 021,06 € TTC. Pour obtenir le label, la construction devait aussi présenter une perméabilité à l'air inférieure à 0,6 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>.h. Cette mesure s'effectue grâce au test du blowerdoor, qui repère les fuites. La maison d'Angers présente ainsi une perméabilité de 0,26 m<sup>3</sup>/m<sup>2</sup>.h. Élaborée avec des matériaux traditionnels comme le béton, le ciment ou le plâtre, cette maison de ville a mis en pratique les règles à respecter pour réaliser un logement économe en énergie. La coordination entre les différents corps d'état a été renfor-

cée. Une attention particulière a été accordée à certains critères recensés dans des carnets de détails gérés par le chef de chantier et qui mettent en avant les points à ne pas négliger : conception bioclimatique, réalisation d'une bonne isolation thermique et d'une bonne étanchéité à l'air, intégration d'équipements techniques performants (menuiseries, plancher chauffant, chauffe-eau solaire, VMC...). Les économies d'énergie ainsi réalisées permettent au bâtiment d'atteindre le niveau A de l'étiquette énergie du diagnostic de performance énergétique. ■

CLAIRE POISSON



PHOTOS: LAFARGE

# construction traditionnelle



## Isolation thermique par l'intérieur

Pour garantir le niveau de performance, les découpes des plaques isolantes doivent être précises : il faut éviter d'éventrer grossièrement le doublage sous peine de créer un pont thermique. Le tracé des conduites doit donc être optimisé. Elles sont généralement regroupées et circulent le long de zones moins problématiques (les angles, le long des menuiseries...).



## Test du blowerdoor

Pour le test du blowerdoor, on porte soufflante, la société de diagnostic remplace la porte du logement par une porte soufflante, totalement étanche et munie d'un ventilateur. L'air est extrait de la maison pour créer une différence de pression entre l'intérieur et l'extérieur du bâtiment. Toutes les entrées et sorties d'air prévues (bouches VMC par exemple) sont aussi obstruées.



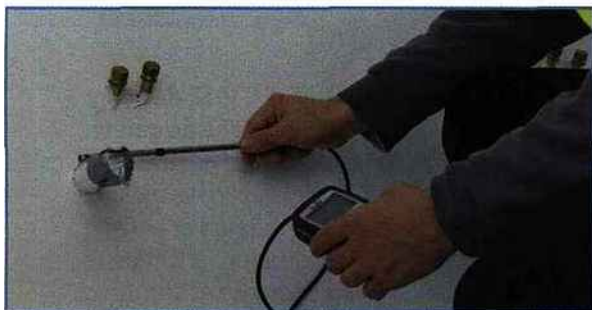
## Thermographie infrarouge

On détecte notamment les endroits problématiques par thermographie infrarouge avec visualisation des zones refroidies par le passage de l'air. Ce sont les zones foncées sur le viseur de la caméra.



## Test de la fumée

On utilise également une fumée artificielle (inoffensive) pour contrôler les déperditions. Elle s'infiltré par les endroits perméables et permet de visualiser facilement les fuites lors du test d'étanchéité à l'air.



## Anémomètre à fil chaud

On utilise aussi un anémomètre à fil chaud qui détecte le déplacement de l'air à l'endroit de l'infiltration. Le fil est chauffé par un courant électrique qui le traverse, il se refroidit à l'air. Plus la vitesse de l'air est élevée, plus le refroidissement est rapide.



## Corriger les fuites parasites

Après avoir constaté des défauts éventuels, il faut les corriger. Les fuites sont calfeutrées afin de renforcer l'étanchéité à l'air de la maison.

## Repères

- > Adresse  
Angers  
(Maine-et-Loire)
- > Concepteur  
Maison  
Bernard  
Jambert
- > Maître d'ouvrage  
Acheteur  
privé
- > Surface habitable  
108 m<sup>2</sup> en R+1
- > Prix de la construction  
- de 150 000 €

## GUIDE D'ACHAT



**Informatique.** De plus en plus compacts et puissants, les PC portables sont vos alliés au quotidien. Les fabricants innovent à un rythme soutenu, tout en multipliant leurs services à destination des pros. Tour d'horizon des principaux constructeurs.

# PC portables : mini taille pour maxi performances

**U**n outil complémentaire à l'ordinateur de l'entreprise, polyvalent, mobile, permettant de travailler en déplacement comme à la maison. C'est ce que les artisans attendent d'un PC portable, assurent les constructeurs qui déclinent désormais leurs gammes en modèles "grand public" et "professionnels". Premier critère de choix des "pros" lors de l'achat d'un ordinateur portable : la taille de l'écran. « Le cœur du marché est aujourd'hui concentré sur les écrans de 13 à 15 pouces », explique Miguel Limones, chef de produits B to B chez Toshiba

France. Cependant, depuis deux ou trois ans, les netbooks, dont l'écran ne dépasse pas les 11 pouces, se sont généralisés chez les particuliers et ont commencé à intéresser les professionnels. « Il s'agit clairement d'un produit d'appoint, pour les professionnels férus de mobilité qui ne peuvent se passer de leur PC pendant leurs déplacements », indique Jérôme Klipfel, chef de produits B to B chez HP. Ces appareils disposent, aujourd'hui, de puissances intéressantes, grâce à des processeurs spécifiques (type "ultra-basse tension" d'Intel Core), ainsi que d'une excellente auto-

nomie (8 heures pour le modèle Acer de notre sélection, par exemple). On peut néanmoins leur reprocher l'absence de certaines fonctionnalités (comme un lecteur-graveur de CD et de DVD). « De nombreux professionnels sont rassurés par la présence d'un lecteur optique, même s'ils l'utilisent finalement peu. Ils peuvent ainsi installer un logiciel, lire un CD ou encore graver un DVD pour leurs clients », remarque Miguel Limones.

**Toujours plus de technologie**  
Les écrans de 13 pouces concentrent une bonne partie des inno-

ventions du marché professionnel (voir les modèles de Dell, HP et Toshiba de notre sélection). La raison ? « Ce segment offre un bon compromis entre performance et mobilité, puisque les fabricants réduisent la taille des appareils sans rien sacrifier à leur puissance », commente Thomas Bordes, en charge des relations extérieures au service marketing de Dell. Dans des boîtiers qui pèsent environ 1,5 kg, il est ainsi possible d'avoir un lecteur optique (parfois disponible en option) et un disque dur ayant une forte capacité. « Avec 500 Go

## Notre sélection de PC portables



**Vostro V130 de Dell**  
**Fonction 3G embarquée.**  
Avec ce PC, il est possible de se connecter à Internet où que l'on soit. D'un poids de 1,6 kg, il est également robuste et élégant, grâce à un châssis en aluminium disponible en deux couleurs. Sa mémoire vive est de 4 Go et son autonomie de 4 h 30. Il est doté d'un écran de 13,3 pouces.

**Prix : À partir de 479 € HT.**



**ThinkPad Edge 11 pouces de Lenovo**  
**Un hybride netbook/ultra-portable.** D'une taille proche d'un livre de poche, cet ordinateur ne pèse que 1,3 kg. Il possède un écran de 11,6 pouces et sa mémoire vive est de 2 Go. Équipé d'une webcam, il existe en trois coloris. Jusqu'à 7 heures d'autonomie.

**Prix : À partir de 489 € HT.**



**Travelmate 8572 d'Acer**  
**Une mémoire d'éléphant.**  
Ce portable de 15,6 pouces bénéficie d'une autonomie annoncée de 8 heures. Doté d'une mémoire vive comprise entre 2 et 8 Go selon le modèle et d'un disque dur jusqu'à 640 Go, il pèse 2,6 kg. Son autonomie est de 8 heures.

**Prix : À partir de 609 € HT.**



**VPC-EA351E de Sony**  
**Une touche de gaieté.**  
Doté d'un écran 14 pouces, ce PC convivial existe en six couleurs et permet d'accéder au Net juste en appuyant sur une touche. Il offre de 4 à 8 Go de mémoire vive pour une autonomie de 3 h 30 et un disque dur de 500 Go.

**Prix : 723,60 € HT.**

de disque dur, l'artisan peut stocker plusieurs décennies de comptabilité», souligne Thomas Bordes. Une autre fonction est très appréciée : il s'agit du modem 3G embarqué, pour se connecter à Internet où que l'on soit, via les antennes relais et moyennant un abonnement auprès de son opérateur, ou encore une connexion sans fil (Bluetooth). « La mémoire vive, qui permet la fluidité des échanges d'informations, est à examiner attentivement », rappelle Jérôme Klipfel (HP). Actuellement, le standard se situe autour de 2 Go, ce qui est déjà très efficace. Le confort d'utilisation de l'appareil est aussi un critère de sélection. Toshiba l'a bien compris avec son modèle **Portégé R700**, au ventilateur moins bruyant, pour éviter un fond sonore pénible pendant l'utilisa-

tion de l'appareil. D'autres jouent la carte "verte", à l'instar de HP et de son portable ProBook 5320m, conçu à 90 % à partir de matériaux recyclables.

**Durée de vie de trois ans**  
Les écrans de 15 pouces vous font gagner en confort d'usage, grâce à la taille de l'affichage. L'ergonomie est encore augmen-



IOANNIS KOUNADEAS

tée par la fonction antireflet que proposent certains modèles, ou encore par les touches larges permettant de pianoter facilement. En revanche, la taille de l'écran alourdit les appareils qui passent alors au-dessus du seuil de 2 kg. « L'autonomie est également un paramètre important », indique Miguel Limones (Toshiba) qui reconnaît qu'une demi-journée de travail sans avoir à brancher son ordinateur est déjà très appréciable. Or, la plupart des modèles existants vont au-delà, avec une autonomie pouvant atteindre jusqu'à 8 heures, voire 11 heures, comme c'est le cas pour le 5320m de HP, moyennant l'adjonction de batteries supplémentaires. Enfin, les écrans de 17 pouces peuvent représenter une solution intéressante pour ceux qui

recherchent un appareil semi-sédentaire. « Grâce à son large écran, le 17 pouces est préconisé pour les travaux graphiques, la mise en page ou la gestion d'un site web », indique Jérôme Klipfel (HP). Sans compter que des haut-parleurs puissants (dotés, par exemple, du son THX) permettent d'utiliser le PC pour les loisirs : films, montage vidéo, etc. Enfin, il ne faut pas négliger la qualité de service des prestataires. « Un professionnel ne peut supporter une immobilisation prolongée de son appareil. C'est pourquoi nous offrons un support technique immédiat par téléphone et une intervention sur site à J + 1 ouvré », indique Thomas Bordes (Dell). Si HP fait de même, Toshiba inclut, pour sa part, le remplacement de l'écran dans la garantie constructeur d'un an, et un service de récupération des données. Tous les constructeurs proposent une extension de garantie à deux ou trois ans, sachant que la durée de vie moyenne d'un ordinateur portable professionnel est de trois ans. ■

OLGA STANCEVIC

## Notre sélection de PC portables



**ProBook 5320m de HP**  
Sûr et écolo. Ce modèle 13,3 pouces offre une autonomie annoncée de 11 heures et des finitions soignées, pour un poids de 1,7 kg. Il est équipé de la reconnaissance faciale de l'utilisateur et est certifié Energy Star pour sa conception éco-responsable. Sa mémoire vive est de 4 Go.  
**Prix : À partir de 759 € HT.**



**FX700 de MSI**  
Pour un usage de bureau et de multimédia. Avec son écran large de 17,3 pouces, ce modèle permet une grande ergonomie de travail, associée à des performances multimédias grâce à sa carte graphique nouvelle génération et à sa webcam HD. Mémoire vive de 4 Go. Jusqu'à 3 h 30 d'autonomie. Poids : 2,8 kg.  
**Prix : 771,04 € HT.**



**Portégé R700 de Toshiba**  
Un nomade résistant. Ce portable allie légèreté (à partir de 1,3 kg) et technologie, grâce aux derniers processeurs Intel. Résistant, il possède un écran de 13,3 pouces antireflet et offre jusqu'à 8 heures d'autonomie. Mémoire vive jusqu'à 8 Go.  
**Prix : À partir de 825 € HT.**



**Notebook QX 510 de Samsung**  
Élégance et puissance. Aluminium brossé, caches pour la connectique : ce PC de 15,6 pouces combine élégance et mobilité, avec une épaisseur de 27 mm et un poids de 2,4 kg. Il permet le rechargement facile des smartphones. Mémoire vive : 4 Go. Autonomie jusqu'à 7,2 heures.  
**Prix : 964 € HT.**