

Chronos de l'entrepreneur

Dossier & Revue de Presse



Chronos de l'entrepreneur

Dossier & Revue de Presse

Ensemble, nos impacts futurs ...depuis 2010
economic – To Promote Center Association Professionnelle

Dossier & Revue de Presse



Source : e-TPC - Sion - CH

Le **Chronos de l'entrepreneur**

« Plus vous donnez, ... plus vous vous enrichissez ! »

Franck, l'Agitateur d'entreprises©

Sommaire

RESUME DE PRESSE	7
2025 : Plateforme numérique gratuite pour les entrepreneurs francophones... 7	
Les chapitres en bref.....	7
Chronologie entrepreneuriale.....	7
Déjà 650 réponses concrètes	8
Un projet altruiste pour entrepreneurs	8
Questions-réponses thématiques	8
Des réponses précises à des questions spécifiques	8
Des outils didactiques	8
Philosophie entrepreneuriale	9
Mensonges inconscients sur l'entrepreneuriat	9
Positionnement entre les 2 extrêmes	9
Une réponse pratique et transposable pour les entrepreneurs	9
Une année gratuite dès 2025.....	10
Extraits choisis.....	10
Accès presse :	12
Dossier de presse	13
1. Le Chronos de l'Entrepreneur : Enfin des réponses concrètes, pour que l'entrepreneur ne soit plus jamais seul face à ses interrogations	13
Chronologie entrepreneuriale.....	13
2. Présentation générale du projet	15
Déjà 650 réponses concrètes	15
Un projet altruiste	16
3. Objectifs de la plateforme	18
Questions-réponses thématiques	18
4. Principaux bénéfices pour les entrepreneurs	19
Des réponses précises à des questions spécifiques	19
Des outils didactiques	26
5. Dessein & Philosophie de Franck l'Agitateur d'entreprises©	29
Philosophie entrepreneuriale	29
Mensonges inconscients sur l'entrepreneuriat	31
6. Positionnement unique par rapport aux autres formations	33
Positionnement entre les 2 extrêmes.....	33
Une réponse pratique et transposable pour les entrepreneurs.....	34
7. Informations pratiques : accès gratuit, fonctionnalités, conditions	36
Une année gratuite dès 2025.....	36

8. Contact presse	38
L'economic - To Promote Center Association /e-TPC	38
Contact presse.....	40
 Biographie	41
Franck l'Agitateur d'entreprises©	41
9. Biographie de Franck l'Agitateur d'entreprises©	41
10. Domaines d'activités	43
11. Activités actuelles	43
 Transmission d'un savoir unique	44
12. Un enseignement hors du commun	44
13. Ce qui fait la différence dans l'enseignement.....	44
 Revue de Presse	46
14. Franck déjà un « Bon client »	46
15. Sélection de quelques articles pertinents	47

RESUME DE PRESSE

Le « Chronos de l'entrepreneur » : Accompagner les entrepreneurs francophones avec des réponses réelles à des questions concrètes.

2025 : Plateforme numérique gratuite pour les entrepreneurs francophones

Découvrez *Le Chronos de l'entrepreneur*, une initiative philanthropique inédite, portée par une association professionnelle. Dès 2025, cette plateforme numérique offre un accès gratuit aux réponses immédiates et concrètes aux questions des entrepreneurs francophones.

Fondée et financée par Franck l'Agitateur d'entreprises©, un entrepreneur en série à contre-courant, elle s'appuie sur des décennies de connaissances accumulées et d'expériences vécues pour combler les lacunes en accompagnement entrepreneurial. Un projet unique qui redéfinit le soutien aux chefs d'entreprise.

Les chapitres en bref

Chronologie entrepreneuriale

En suivant la chronologie de la vie d'une entreprise, Le « Chronos de l'entrepreneur » expose une succession d'étapes agrémentée d'expériences et d'anecdotes personnelles de Franck l'Agitateur d'entreprises©.

Déjà 650 réponses concrètes

Le « Chronos de l'entrepreneur » est une plateforme digitale dédiée à répondre aux questions pratiques des entrepreneurs à chaque moment de la vie de leur entreprise.

Un projet altruiste pour entrepreneurs

Le « Chronos de l'entrepreneur » est avant tout une démarche humaine. Franck, l'Agitateur d'entreprises© partage ses connaissances accumulées à travers ses propres expériences.

Questions-réponses thématiques

Apporter des réponses concrètes aux questions que se posent les entrepreneurs à différentes étapes de la vie de leur entreprise, basées sur des expériences réelles et non théoriques.

Des réponses précises à des questions spécifiques

La plateforme digitale de formations permet aux entrepreneurs francophones de lever les blocages qui freinent le développement de leurs entreprises en apportant des réponses concrètes.

Des outils didactiques

Le « Chronos de l'entrepreneur » met à disposition une panoplie d'outils pratiques : fiches techniques, e-books, modèles de documents Word et Excel. Ces ressources, conçues pour répondre à des problématiques concrètes, permettent aux entrepreneurs de gagner du temps et de structurer efficacement leur activité. Un véritable coffre à outils pour une gestion optimisée, accessible en quelques clics.

Philosophie entrepreneuriale

Après quasiment 30 ans d'entrepreneuriat, Franck l'Agitateur d'entreprises© transmet sa philosophie de vie de chef d'entreprise. Il propose de confier son savoir au travers de ses préceptes appliqués à sa propre philosophie d'entrepreneur.

Mensonges inconscients sur l'entrepreneuriat

Franck l'Agitateur d'entreprises© déconstruit les idées reçues et les croyances populaires qui freinent les entrepreneurs. Il révèle comment ces "mensonges" véhiculés dans le milieu entrepreneurial mènent à des erreurs coûteuses. Avec son franc-parler, il propose une vision réaliste, basée sur 30 ans d'expérience, pour aider les dirigeants à dépasser ces illusions et réussir autrement.

Positionnement entre les 2 extrêmes

Aucun service de formations ne s'adresse spécifiquement aux entrepreneurs dans les phases de croissance, de difficultés et de développement qui ont besoin de conseils généraux applicables à plusieurs domaines. Le « Chronos de l'entrepreneur » comble ce vide avec une approche généraliste.

Une réponse pratique et transposable pour les entrepreneurs

La plateforme « Chronos de l'entrepreneur » propose des réponses générales applicables à tous les entrepreneurs francophones, quelle que soit leur localisation. Les spécificités locales (fiscalité, législation, pratiques régionales) peuvent être prises en charge par des spécialistes affiliés, tels que des coachs ou experts thématiques. Cette double approche garantit des solutions adaptées à chaque situation, tout en offrant un accompagnement localisé si nécessaire.

Une année gratuite dès 2025

La plateforme sera entièrement gratuite pendant un an à partir de début 2025. Avec déjà plus de 650 modules de réponses, cette ressource gratuite accessible à tous pendant un an s'inscrit dans une démarche philanthropique, sous l'égide d'une association professionnelle ainsi que d'une vision altruiste d'accompagnement entrepreneurial de Franck l'Agitateur d'entreprises©.

Extraits choisis

./.. cette plateforme **compile 650 réponses concrètes, provenant de 30 ans d'expérience**, à travers des vidéos, fiches techniques, documents pratiques (Word, Excel), conférences et anecdotes. (Page 13)

./.. Avec l'ambition d'aider le plus grand nombre, la plateforme de formations est accessible gratuitement pendant un an en 2025, permettant à des **milliers d'entrepreneurs de bénéficier de ce savoir unique**. (Page 14)

./.. L'**élaboration d'un véritable Business Model** incluant un Procédé de vente axé sur les profits, à la différence de ceux proposés par les banquiers rentables sur 7 ans pour de rembourser les prêts, ou encore ceux des organismes étatiques basés sur les coûts horaires, afin de créer des emplois et non des bénéfices. (Page 19)

./.. Dans le Chronos de l'entrepreneur toutes les **techniques marketing sont vulgarisées** pour élaborer le plan marketing. Du marketing traditionnel aux **neurosciences** en passant par le digital, des logiques d'actions marketing sont expliquées avec de exemples concrets ayant portés leurs fruits. (Page 20)

./. Ainsi le cours en vidéo réf. 344D permet d'apprendre « A quel moment faut-il annoncer le prix? » et savoir comment préparer le prospect à accepter d'investir et non « d'acheter ». (Page 21)

./. Le « Chronos de l'entrepreneur » complète ses modules, semaine après semaine, en fonction des demandes des entrepreneurs avec la fonction « Propulsez ce thème... » Des fiches techniques de check-lists apportent des réponses rapides, concrètes et transposables aux défis du quotidien. (Page 23)

./. Arrêtez de croire que faire travailler les autres c'est de la feignantise ou de l'exploitation humaine... Alors que c'est le vrai rôle du patron. (Pages 29)

./. Aucun homme d'affaires va risquer de diminuer sa part du gâteau, en expliquant gratuitement comment il est devenu riche. Arrêtez de croire que toutes les informations sont disponibles... (Pages 30)

./. Franck l'Agitateur d'entreprises© n'est pas un coach ! Il ne s'interdit pas de vous dire quoi faire sans détour. (Page 43)

Accès presse :

- Lien pour accéder à tout le contenu presse.

<https://membres.agitateurentreprises.com/tun-ae-part-medi-mail>

IMPORTANT : Pour garantir une communication efficace et éviter tout problème technique : **Adresse email pro**

- > Évitez d'utiliser des adresses email grand public (Google, Yahoo, Free, Hotmail, Skynet, etc.).
- > Privilégiez une adresse email professionnelle, associée à votre nom de domaine ou votre entreprise.

Cela permet de sécuriser votre accès et de recevoir toutes les informations essentielles sans risque d'interruption.

Dans le formulaire d'identification

-> **Identifiez-vous comme journaliste** et média (pas comme utilisateur) : Vous recevrez **UNIQUEMENT les mails d'authentification et les communiqués de presse.**

Le dossier de presse comprend

- Un dossier complet et une revue de presse & Page résumé bref
- Des exemples PDF de fiches techniques et de livrets, ainsi que des liens vers des vidéos de cours.
- Un accès à la plateforme Le « Chronos de l'entrepreneur ».
- Une biographie de Franck l'Agitateur d'entreprises©.
- Du matériel de promotion (bannières, logos, etc.).

Le savoir entrepreneurial fondé sur l'expérience

...applicable, réaliste et à portée de main

Dossier de presse

1. Le Chronos de l'Entrepreneur : Enfin des réponses concrètes, pour que l'entrepreneur ne soit plus jamais seul face à ses interrogations

Chronologie entrepreneuriale



En suivant la chronologie de la vie d'une entreprise, Le « Chronos de l'entrepreneur » expose une succession d'étapes agrémentée d'expériences et d'anecdotes personnelles de Franck l'Agitateur d'entreprises©. Cette chronologie est dépliée sur 4 grands volets dans la plateforme digitale de formations.

En suivant un fil rouge chronologique de la vie d'une entreprise, on passe de la naissance de l'entreprise, qui commence par l'idée, à sa mort (ou sa renaissance) avec la cessation d'activité ou la transmission d'une entreprise.

- **Passer de l'idée au concret** et immatriculer son entreprise au travers du volet « Création d'entreprise ».
- **Une fois lancé, promouvoir** son projet en communiquant avec les prospects avec le volet « Marketing ».
- **Face aux futurs clients, vendre** ses prestations avec un processus du volet « Vente Analytique© ».
- **Reproduire le processus en l'améliorant** en créant de la valeur ajoutée avec le volet « Gestion d'entreprise ».

Pas de théorie abstraite, mais des réponses applicables, prêtes à être mises en œuvre.

Le « Chronos de l'entrepreneur » est une plateforme innovante dédiée à l'accompagnement des entrepreneurs à chaque étape de leur parcours. Plus qu'une simple formation, elle offre des réponses applicables aux défis quotidiens des chefs d'entreprises, issues de l'expérience vécue de Franck l'Agitateur d'entreprises©.

Le « Chronos de l'Entrepreneur » est une plateforme unique destinée à répondre aux questions que se posent les entrepreneurs à chaque étape de la vie de leur entreprise.

... du projet d'entreprise



Source Pixabay 594091

... à la transmission d'entreprise



Source Pixabay 2323278

Contrairement aux théories classiques ou aux solutions sectorielles proposées par des spécialistes, Franck l'Agitateur d'entreprises offre des réponses transposables et applicables, directement inspirées de son vécu entrepreneurial.

2. Présentation générale du projet

Déjà 650 réponses concrètes

Le « Chronos de l'entrepreneur » est une plateforme dédiée à répondre aux questions pratiques des entrepreneurs à chaque étape de la vie de leur entreprise.

Développée par Franck l'Agitateur d'entreprises®, cette plateforme compile 650 réponses concrètes, provenant de 30 ans d'expérience, à travers des vidéos, fiches techniques, documents pratiques (Word, Excel), conférences et anecdotes. Accessible gratuitement pendant une année à partir de 2025, elle s'adresse à tous les entrepreneurs en quête de solutions réelles et applicables.

	2110 - Thème - Pourquoi le Plan Marketing de votre entrep
	420B - Comment faire un plan de développement d'entrep
	1121 - Checklist - Comment éliminer l'entourage toxique qui ruine vos
	4210 - Pourquoi je vous encourage à planifier 10 jours de vacances to
	1122 - Comment élaborer vos plans grâce au travail participatif
	1122 - Checklist - Comment élaborer vos plans grâce au travail participatif
	1122 - Livret - Comment élaborer vos plans grâce au travail participatif

Source - Chronos - capture d'écran

Déjà 650 questions que les entrepreneurs se posent. Chaque question trouve une réponse sous un module. Vidéos, fiches techniques, modèles de documents, livres électroniques, masterclass (conférence interactive en vidéo) gratuites, etc. Les ajouts des réponses sont priorisés en fonction de l'intérêts des entrepreneurs par sondages selon le thème.

Un projet altruiste

Le « Chronos de l'entrepreneur » est avant tout une démarche humaine. Franck, l'Agitateur d'entreprises© partage ses connaissances accumulées à travers ses propres expériences : Plusieurs créations d'entreprises, plusieurs reventes, plusieurs investissements à l'international et un dépôt de bilan.

« Il sera dommageable que mon savoir accumulé pendant 30 ans disparaissent avec moi »

Franck l'Agitateur d'entreprises©

Avec l'ambition d'aider le plus grand nombre, la plateforme de formations est accessible gratuitement pendant un an en 2025, permettant à des milliers d'entrepreneurs de bénéficier de ce savoir unique.

Il a fallu 20 ans à Franck l'Agitateur d'entreprises© pour comprendre les secrets et les mensonges de l'entrepreneuriat. A l'exception d'une poignée, la quasi-majorité des entrepreneurs se battent dans un monde entrepreneurial où les véritables règles ne sont connues que de très peu.

- Aspect humain et altruiste :

La plateforme incarne l'esprit altruiste de Franck, un entrepreneur chevronné qui a choisi de transmettre son savoir unique et pratique, accumulé au cours de 30 ans d'entrepreneuriat. Sans chercher à faire fortune grâce à cette initiative, il souhaite offrir un soutien authentique à ceux qui n'ont pas les moyens de bénéficier de conseils professionnels.



Source – <https://youtu.be/GFDtk8pQvaw>

Démarrer une entreprise avec les bonnes connaissances au départ est un gain de temps incommensurable.

3. Objectifs de la plateforme

Questions-réponses thématiques

Apporter des réponses concrètes aux questions que se posent les entrepreneurs à différentes étapes de la vie de leur entreprise, basées sur des expériences réelles et non théoriques.

A la différence de tous les autres métiers, être entrepreneur implique des compétences et des connaissances dans de nombreux domaines autres que celui de son cœur de métier. A moins d'avoir les ressources financières pour embaucher, à prix d'or, de nombreux collaborateurs spécialisés chacun dans un domaine, le chef d'entreprise doit pourtant faire face à tous les sujets du quotidien.

La réalité est là, un entrepreneur ne peut pas être une pointure en vente, en comptabilité, en marketing, en gestion, en ressources humaines et en fiscalité et pourtant c'est que le système exige de n'importe quel garagiste ou couturière.

Apporter des réponses thématiques aux questions fréquentes que se posent les entrepreneurs, de la création d'une entreprise à sa gestion quotidienne, c'est ce que propose le « Chronos de l'entrepreneur ».

Offrir des solutions directement transposables à la réalité entrepreneuriale, loin des théories académiques ou des conseils trop spécialisés : cours pratiques, fiches techniques, modèles de documents, des masterclass (conférence interactive en vidéo) ainsi que des discours philosophiques sur l'entrepreneuriat.

4. Principaux bénéfices pour les entrepreneurs

Des réponses précises à des questions spécifiques

Bénéfices pour les entrepreneurs

- Réponses précises à des questions précises :

Des solutions rapides et pertinentes pour débloquer des situations critiques et permettre de progresser.

- Précision et praticité :

Des réponses claires et directes à des problématiques concrètes, éliminant les blocages dans la croissance de leur entreprise.

- Accès à un savoir unique :

Un savoir accumulé sur plus de trois décennies d'entrepreneuriat, avec une approche généraliste qui couvre tous les aspects de la vie d'une entreprise.

- Une nouvelle perspective entrepreneuriale :

Aider les entrepreneurs à sortir de la logique hiérarchique traditionnelle pour se concentrer sur la création de valeur et non la gestion au quotidien.

Cas pratiques

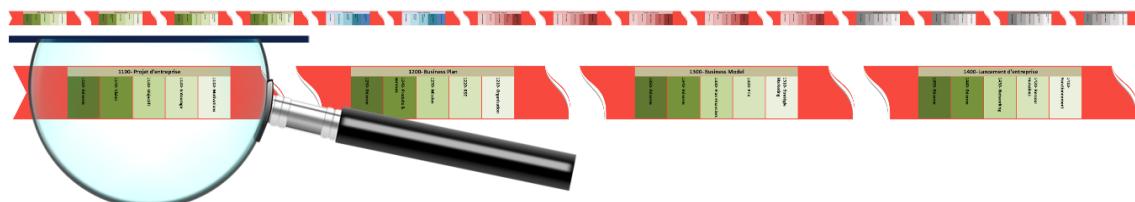
La plateforme de formations permet aux entrepreneurs de lever les blocages qui freinent le développement de leur entreprise en apportant des réponses concrètes.

En fonction de la situation temporelle de leurs entreprises, ils se retrouvent tour à tour dans les 4 situations suivantes :

- Besoin de créer : **Création d'entreprise** Volet 1
- Besoin de se faire connaître : **Marketing** Volet 2
- Besoin de vendre : **Vente Analytique©** Volet 3
- Besoin de s'organiser : **Gestion d'entreprise** Volet 4

Création d'entreprise – Volet 1

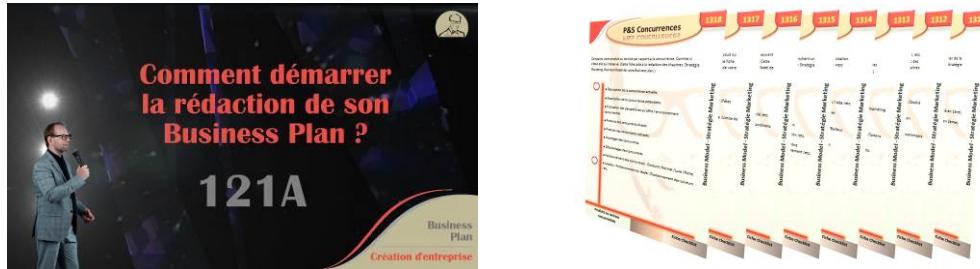
De l'idée au Business plan... et jusqu'au lancement



Un exemple d'aide au lancement d'entreprise



Le livret PDF réf. 1202 répondant à la question « Quelles sont les 200 questions pour rédiger votre Business Plan? », ainsi que le cours en vidéo réf. 121A « Comment démarrer la rédaction de son Business Plan? » permettent de comprendre la différence fondamental entre le Business plan et le Business Model (modèle d'affaires), complété des Fiches techniques de 1311 à 1318 structurent le modèle d'affaires?



Les traditionnelles aides à la création d'entreprise se concentrent sur le Business plan et dans la majorité des cas, sans le moindre cours de vente.

Le Chronos de l'entrepreneur propose bien d'avantages comme :

- Une succession de méthodes pour passer de la page blanche au business plan.
- La philosophie entrepreneuriale de Franck l'Agitateur d'entreprises© permettant de changer son état d'esprit limitant de salarié.
- L'élaboration d'un véritable Business Model incluant un Procédé de vente axé sur les profits, à la différence de ceux proposés par les banquiers rentables sur 7 ans pour de rembourser les prêts, ou encore ceux des organismes étatiques basés sur les coûts horaires, afin de créer des emplois et non des bénéfices.

Marketing – Volet 2

Le besoin de se faire connaitre



Un exemple d'aide aux actions de communication

La fiche technique réf 2241 qui répond à la question « Quelles sont les 10 techniques les plus importantes en Neuro-Marketing? » vulgarise les influences de la neuroscience adaptées aux actions marketing. Pour compléter une campagne de communication, la vidéo explicatif réf. 2131 « Comment changer votre mauvaise image qui nuit à votre carrière? » permet d'aider l'entrepreneur à soigner son image. Enfin, les fiches checklists réf. 2235 répondent à la question « Quels sont les éléments indispensables à contrôler dans une publication? »

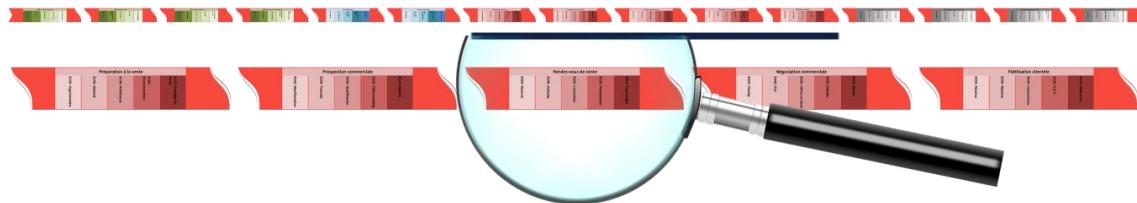


Dans la francophonie les documentaires disponibles sur le Neuromarketing sont produits par des journalistes ou des associations de consommateurs qui en dénoncent les dérives. Ainsi, les entrepreneurs associent le neuromarketing à de la manipulation et ignorent ce que les avancés de la science peuvent vraiment leurs apporter.

Dans le Chronos de l'entrepreneur toutes les techniques marketing sont vulgarisées pour élaborer le plan marketing. Du marketing traditionnel aux neurosciences en passant par le digital, des logiques d'actions marketing sont expliquées avec de exemples concrets ayant portés leurs fruits.

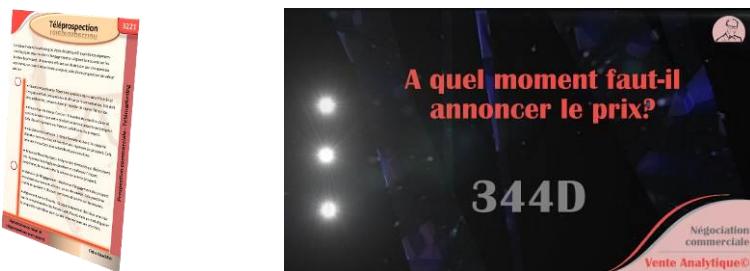
Vente Analytique© - Volet 3

L'obligation de maîtriser les ventes

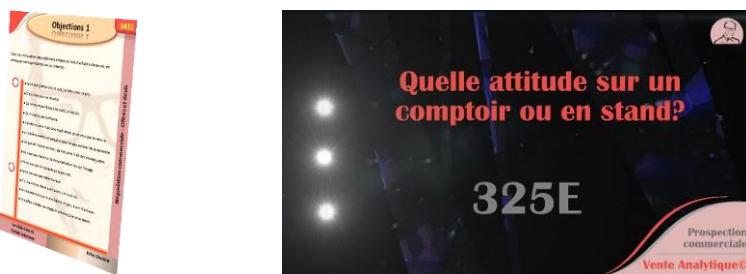


Un exemple d'aide à la vente

Avant de savoir vendre, il est important de prospecter. La fiche réf. 3221 apprend : Comment créer un scénario téléphonique basé sur les principes neuro-vente? Comme la plupart des artisans n'ont jamais eus de cours de vente, généralement se sont des personnes très adroites techniquement, mais ils sont gauche lorsqu'il s'agit de s'adresser aux clients. Ainsi le cours en vidéo réf. 344D permet d'apprendre « A quel moment faut-il annoncer le prix? » et savoir comment préparer le prospect à accepter d'investir et non « d'acheter ».



Naturellement comme ils ne sont pas des experts, la fiche checklist réf. 3431 « Quelles sont les objections les plus fréquentes lorsque les prospects achètent sans voir le produit ou le vendeur? » les préparent à anticiper l'envoi d'un devis par mail. Et comme chaque situation de vente est différente le cours en vidéo réf. 325E répond à la question « Quelle attitude sur un comptoir ou en stand? »



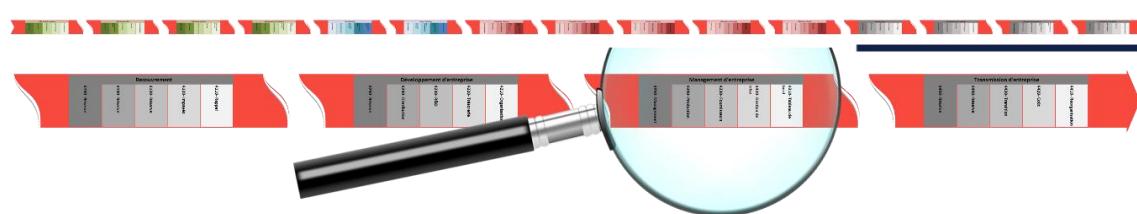
Depuis l'invention de la PNL (programmation neuro linguistique) en 1972, il n'y a pas eu de grande révolution en matière de « méthodes de vente ». En revanche de nombreux « techniques de vente » expliquent comment se comporter face à un client potentiel.

A la différence de ces 2 types d'outils, Franck l'Agitateur d'entreprises© a inventé en 2012 un Procédé de vente qui structure rationnellement le travail du vendeur, dans toutes les phases de vente. Depuis la création des documentations marketing à l'attention des prospects, jusqu'à la fidélisation de la clientèle après la vente, le Procédé de Vente Analytique© inclus tous les thèmes de la vente.

Afin qu'il n'y ait aucune place au hasard dans l'acte de vente, le Procédé de Vente Analytique© ajoute aux techniques de vente déjà connues des actions incontournables, afin que ce soit le prospect lui-même qui demande à voir le produit ou le service proposé.

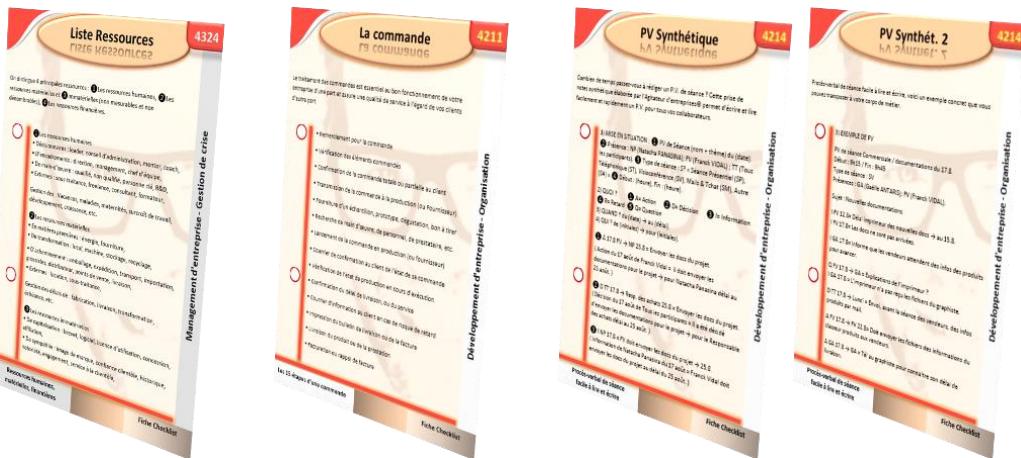
Gestion d'entreprise – Volet 4

La capacité à jongler avec les ressources dans le quatrième



Un exemple d'aide à la gestion

Les fiches techniques Réf. 4324- Liste Ressources, Réf. 4211- La commande et Réf. 4214- PV Synthétique proposent des processus, des listes d'actions ou encore de contrôles afin de faciliter l'organisation interne des processus de gestion.



La vidéo réf. 4340- Chef production de la série « Faut que je vous raconte... » donne un exemple d'un cas pratique de situation similaire à la problématique des difficultés d'achats de matières premières.

Selon les compétences du chef d'entreprise, ce dernier peut avoir besoin de compléments de formations en ressources humaines, financières, logistiques, en matières premières, etc.

Le « Chronos de l'entrepreneur » complète ses modules, semaine après semaine, en fonction des demandes des entrepreneurs avec la fonction « Propulsez ce thème... » Des fiches techniques de check-lists apportent des réponses rapides, concrètes et transposables aux défis du quotidien.

Des outils didactiques

Basés sur un code de 4 couleurs (vert, bleu, rouge, gris) et un code alphanumérique de 4 digits (ex 341B), le Chronos de l'entrepreneur est un axe de temps.



1000- La création d'entreprise

- 1100- Projet d'entreprise,
- 1200- Business Plan,
- 1300- Business Model,
- 1400- Lancement d'entreprise.

2000- Le Marketing

- 2100- Plan Marketing,
- 2200- Actions Marketing.

3000- La Vente Analytique©

- 3100- Préparation à la vente,
- 3200- Prospection commerciale,
- 3300- Rendez-vous de vente,
- 3400- Négociation commerciale,
- 3500- Fidélisation clientèle.

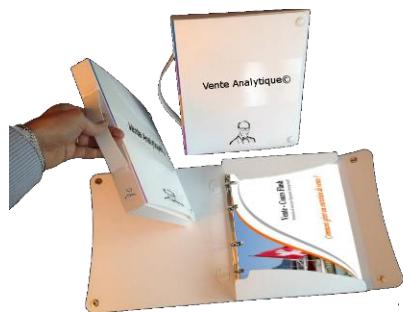
4000- Le Management

- 4100- Recouvrement,
- 4200- Développement d'entreprise,
- 4300- Management d'entreprise,
- 4400- Transmission d'entreprise.

Les fiches techniques Checklists & Analytiques

- Classement facile

Plus de 350 fiches analytiques format A5 à collectionner. Le système de couleur du Chronos vous permet de classer et retrouver facilement vos fiches pour les consulter avant vos actions.



Toutes les Fiches Analytiques sont téléchargeables sur le « Chronos de l'entrepreneur » de Franck l'Agitateur d'entreprises©. De nombreuses fiches peuvent être imprimées et découpées par vos soins.

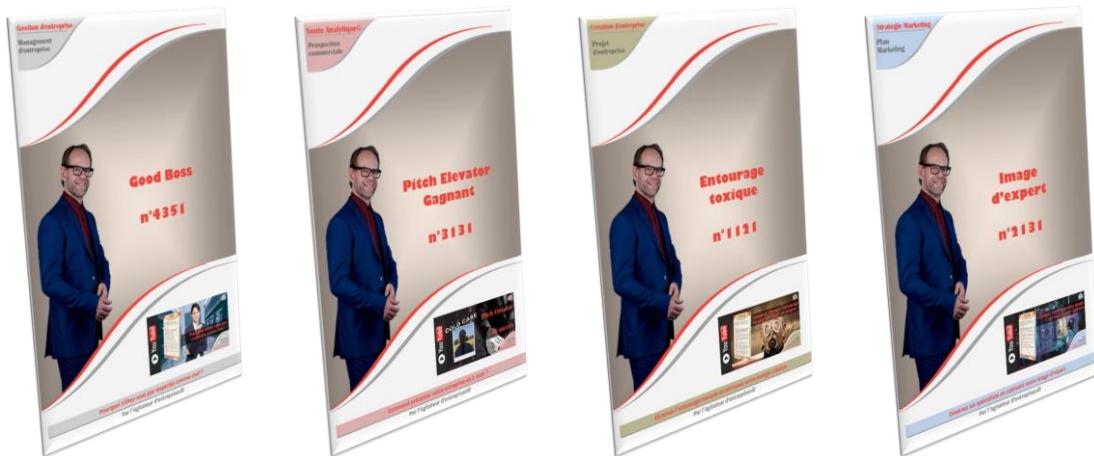
- Utilisation pratique

Avant un rendez-vous professionnel, un entretien d'embauche, la mise en place d'une procédure ou la rédaction de votre business plan, consultez la bonne Fiche Analytique correspondante. Le petit format A5 des Fiches Analytiques permet de conserver un classeur dans la voiture ou sur votre bureau.

Les livrets en PDF / e-books

Les livrets (de 4 couleurs) de Franck l'Agitateur d'entreprises© représentent une collection (une cinquantaine) de petits ouvrages de cours. De nombreux thèmes sont abordés selon les 4 volets du « Chronos de l'entrepreneur ». Ils accompagnent généralement une vidéo, reprenant les leurs textes.

Les livrets d'une quarantaine de pages en moyenne apportent à ceux qui souhaitent étudier de manière traditionnelle un support de cours pratique.



- Format PDF ou Livrets en papiers

A la base, ces livrets au format de poche A5 ont été conçus à des fins de marketing afin de faire connaître notre enseignement basé sur la transmission d'un savoir entrepreneurial. Nombreux d'entre eux existent en format papier avec une partie promotionnelle. L'ensemble des livrets est disponible en téléchargement PDF sur la plateforme du « Chronos de l'entrepreneur ».

Documentation du savoir entrepreneurial

Chacun des modules du « Chronos de l'entrepreneur » est le fruit de la transmission du savoir de Franck l'Agitateur d'entreprises©.

Plusieurs groupes d'entrepreneurs en ont bénéficié depuis 2012, lors de conférences et séminaires sur : Business plan, documentations, attitudes, pitch, prise de RDV, storytelling, neuro-marketing, modèle d'affaire, etc.



5. Dessein & Philosophie de Franck l'Agitateur d'entreprises©

Philosophie entrepreneuriale

Au cœur de la Plateforme de formations, retrouvez un enseignement philosophique pour entrepreneur.

*« A quoi sert un savoir s'il n'est pas partagé et utilisé ? »
Franck l'Agitateur d'entreprises©*

Son objectif est de sortir les entrepreneurs du système pyramidal où ils deviennent esclaves de leur entreprise, pour leur permettre de créer une structure autonome qui génère de la richesse.

Après quasiment 30 ans d'entrepreneuriat, Franck l'Agitateur d'entreprises© transmet sa philosophie de vie de chef d'entreprise. Il propose de confier son savoir au travers de ses préceptes appliqués à sa propre philosophie d'entrepreneur.

- Changer de perspective :

Au-delà de la gestion opérationnelle, la plateforme propose une réflexion sur le rôle d'un entrepreneur, centré sur la création de richesse, en opposition à la simple création d'emploi.

- Créateur de richesse et de valeur :

Comprendre le rôle véritable d'un entrepreneur, non pas comme un employé de sa propre entreprise, mais comme créateur de richesse et de valeur.

- Transmettre son savoir :

Franck l'Agitateur d'entreprises© est un serial entrepreneur qui s'est investi dans 24 projets entrepreneuriaux au cours des 30 dernières années. Il a toujours agi en tant que généraliste, capable de toucher à tous les aspects de la vie d'une entreprise. Il a fondé une association professionnelle pour transmettre son savoir aux entrepreneurs qui n'ont pas toujours les moyens de s'offrir des conseils spécialisés.

- Sa pratique du #10_10_10

« *De quelle vie rêvez-vous ? Vous voulez être riche ? Vous voulez être célèbre ? Vous voulez être libre ? Vous voulez avoir du temps pour vous ?*

Pour ma part, j'ai pris conscience qu'être le plus riche du cimetière n'a aucun intérêt. Alors, depuis plusieurs années, j'ai transformé ma vie afin de vivre le #10_10_10 !

10 jours d'actions, 10 jours de relationnel, 10 jours... vacances. »

Franck l'Agitateur d'entreprises©.



Mensonges inconscients sur l'entrepreneuriat



Source Pixabay 529067

- Travailler beaucoup est la seule méthode pour réussir !

Faux :

Depuis l'enfance nous sommes conditionnés à travailler pour soi-disant réussir. Travaille bien à l'école sinon tu seras chômeur.

Arrêtez de croire que la seule issue à un changement de vie passe par le travail... Alors que les plus riches, en réalité travaillent peu.

- Être entrepreneur consiste à travailler dans son entreprise !

Faux :

Les mesures d'aide à la création d'entreprises soutiennent uniquement les entreprises qui créent des emplois et non celles qui créent de la richesse. Arrêtez de croire que faire travailler les autres c'est de la feignantise ou de l'exploitation humaine... Alors que c'est le vrai rôle du patron.

- Convertir des prospects en clients c'est du marketing !

Faux :

Les réseaux sociaux se sont emparés du marketing et vous font acheter des clics de prospects par millions. En réalité, leurs taux de conversion sont nuls comparés aux commerciaux. Arrêtez de croire que vendre relève du digital... Alors que le vrai besoin des entreprises c'est d'avoir une méthode de vente efficace.

- Les banques vous accordent leurs faveurs pour réussir !

Faux :

Non, les entreprises saines ne fonctionnent pas à crédit ou à découvert. Les banquiers s'intéressent aux nombres de transactions afin de percevoir des commissions. Arrêtez de croire que les banquiers ont un pouvoir de décision sur vous... Alors qu'ils ne sont que les fournisseurs de votre argent.

- Confondre volontairement chiffre d'affaires et bénéfices !

Faux :

Pour éblouir les rêveurs, il est fréquent de mettre en avant le CA, au lieu de parler de résultats sur bénéfices. Arrêtez de croire que ceux qui parlent d'entreprenariat en termes de CA sont des experts... Alors que ces personnes ont un problème de relation à l'argent.



Source Pixabay 1921518

- Toutes les infos sont disponibles sur les réseaux sociaux !

Faux :

Aucun homme d'affaires va risquer de diminuer sa part du gâteau, en expliquant gratuitement comment il est devenu riche. Arrêtez de croire que toutes les informations sont disponibles... Alors qu'en réalité, comme cela a toujours été, le savoir disponible est celui du peuple, et non celui de l'élite.

6. Positionnement unique par rapport aux autres formations

Positionnement entre les 2 extrêmes

Dans le spectre chronologique des propositions de formations pour entrepreneurs il y a :

- Au début : Pléthore d'acteurs généralistes qui offrent du conseil à la création d'entreprise.
- A la fin du spectre, une fois que l'entreprise réalise des bénéfices : De nombreux acteurs proposent un soutien qui s'étend de la fiscalité à la transmission d'entreprise.

Entre ces 2 extrêmes, il n'y a plus de généraliste et que des spécialistes qui offrent leurs services en marketing, en vente, en comptabilité, en ressources humaines, en logistique, etc. Pour qu'une modeste entreprise souscrive à ces services, il faut que la difficulté présente justifie l'investissement.

« Créer une entreprise c'est simple, un enregistrement au registre du commerce suffit. Ce qui est difficile c'est de la garder en vie après 5 ans... »

Franck l'Agitateur d'entreprises©

- Une approche généraliste

Le « Chronos de l'entrepreneur » comble ce vide avec une approche généraliste. Aucun service de formations ne s'adresse spécifiquement aux entrepreneurs en phase de croissance, difficultés et de développement qui ont besoin de conseils généraux applicables à plusieurs domaines.

Dans le domaine de formations et autres aides à l'entrepreneuriat, il existe deux extrêmes :

D'un côté :

Des milliers de formations pour créateurs d'entreprise qui se concentrent sur les premières étapes de l'entrepreneuriat (Business plans, études de marché, statuts, etc.).

Au milieu

Chronos de l'entrepreneur

De l'autre :

Des cabinets de conseil pour gérer les profits, revendre, ou défiscaliser qui apportent des informations une fois que les entreprises ont atteint leurs phases de maturité.

Une réponse pratique et transposable pour les entrepreneurs

Une approche unique : des réponses générales et des spécialistes locaux

Le « Chronos de l'entrepreneur » se distingue par sa capacité à fournir des réponses générales transposables à tous les entrepreneurs, avec des exemples pratiques et concrets. En parallèle, les questions spécifiques à un pays ou à une région – telles que la fiscalité, le droit du travail ou les particularités culturelles – peuvent être prises en charge par un réseau de partenaires affiliés.

Ces experts, coachs ou spécialistes, ont accès à la plateforme et peuvent compléter ses ressources. Les entrepreneurs bénéficient ainsi d'une double valeur ajoutée : une compréhension globale et une expertise locale adaptée à leurs besoins.

Partenaire – Affilié

Devenez partenaire du « Chronos de l'entrepreneur » et valorisez votre expertise

Le « Chronos de l'entrepreneur » offre aux entrepreneurs francophones des réponses immédiates et transposables à leurs problématiques, tout en ouvrant des opportunités aux affiliés spécialisés. En rejoignant le programme, vous pourrez :

- Répondre à des besoins spécifiques grâce à vos compétences locales ou thématiques.
- Économiser en publicité en accédant à une communauté d'entrepreneurs qui recherchent activement des experts.
- Enrichir la plateforme en proposant vos propres modules ou contenus, valorisant ainsi votre savoir-faire auprès d'un public qualifié.

Les entrepreneurs utilisent la plateforme pour comprendre leurs problématiques avant de solliciter un spécialiste. En tant qu'affilié, vous gagnez la confiance d'un client déjà instruit, prêt à agir efficacement avec votre accompagnement.

- Des modules en français pour l'instant

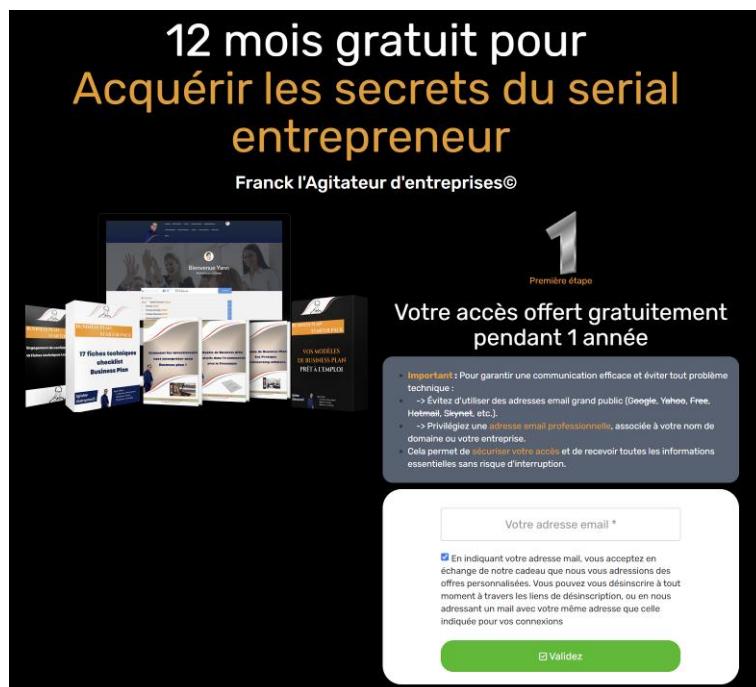
La Plateforme du « Chronos de l'entrepreneur concerne toute la francophonie ! De nouveaux financements permettraient de post synchroniser les vidéos et traduire les textes dans plusieurs langues.

7. Informations pratiques : accès gratuit, fonctionnalités, conditions

Une année gratuite dès 2025

La plateforme est entièrement gratuite pendant un an à partir de début 2025. Avec déjà plus de 650 modules de réponses, cette ressource gratuite accessible à tous pendant un an s'inscrit dans une démarche philanthropique, sous l'égide d'une association professionnelle ainsi que d'une vision altruiste d'accompagnement entrepreneurial de Franck l'Agitateur d'entreprises©.

- Accès gratuit : Ouverture de la plateforme dès janvier 2025 pour une durée d'un an.
- Ressources modulaires : Plus de 650 modules thématiques adaptés aux besoins des entrepreneurs.
- Vision altruiste : Un projet conçu pour combler les lacunes de l'accompagnement entrepreneurial.



Source - Chronos - capture d'écran

- Points clés :

Plateforme : digitale, structurée en modules pour répondre aux vrais besoins des entrepreneurs avec des réponses clé en main.

- Fonctionnalités :

650 réponses aux questions fréquentes des entrepreneurs en modules : Fiches techniques, modèles de documents Word et Excel Conférences et discours philosophiques sur l'entrepreneuriat.

- Conditions d'utilisation :

Accès simple via une inscription en ligne sur la plateforme.

Évitez d'utiliser des adresses email grand public (Google, Yahoo, Free, Hotmail, Skynet, etc.). Privilégiez une adresse email professionnelle, associée à votre nom de domaine ou votre entreprise. Cela permet de sécuriser votre accès et de recevoir toutes les informations essentielles sans risque d'interruption.

Utilisation idéale sur un ordinateur & tablette ; Les smartphones perdent en ergonomie visuelle.

8. Contact presse

L'economic - To Promote Center Association /e-TPC

L'economic - To Promote Center association / e-TPC est un incubateur swissmade de formations.

L'economic - To Promote Center /e-TPC est une association professionnelle inscrite au registre du commerce suisse. Sous la forme d'un incubateur de formations, l'approche de l'e-TPC consiste à faire en sorte que les porteurs de projet puissent atteindre leurs objectifs et poursuivre leurs démarches en toute autonomie.

Ensemble impactons l'économie locale par la formation des professionnels de la relation client dans leurs environnements respectifs.

Incubateur de formations

L'economic – To Promote Center association a pour but :

- de promouvoir la formation des adultes et son insertion dans un système d'apprentissage au long de la vie professionnelle,
- de former dans le milieu professionnel aux sciences économiques, culturelles, commerciales ou encore dans de l'entreprenariat,
- d'être le porte-parole des professionnels de la relation client et de fédérer les représentants de commerce.
- de faire progresser professionnellement les commerciaux et vendeurs.

Ces formateurs œuvrent, jours après jours, à l'accompagnement des entreprises et des start-ups dans la réalisation des processus de création et de développement.

Historique

Fondé en 2017 sur les bases de la dernière société de Franck l'Agitateur d'entreprises©, son propre incubateur d'entreprises, l'economic – To Promote Center récupère un historique de secrets de fabrications en entrepreneuriat. Pour développer ses propres projets durant 30 années, Franck a consigné de nombreuses notes sur ses enseignements de gestion, de vente, de marketing ou encore de démarches à la création d'entreprises.



Source – AgitateurEntreprises.com

Pendant plus de 6 ans les équipes ont produits des modèles de documents, des fiches techniques, des ebooks et enregistrer des vidéos de cours et de conférences. Après avoir diffusé ces contenus lors de cours, conférences et séminaires, le projet de la plateforme de formations du « Chronos de l'entrepreneur » a vu le jour en 2020. Ce savoir intemporel est ainsi préservé pour des générations futures.

Contact presse

Rosalie Barbey
Responsable de communication
+41 79 153 00 22
rosalie@ e-tpc.ch

- Contact Technique

Éric Dompierre
Chef de projets
+41 79 153 00 12
eric@ e-tpc.ch

- Interview et porte-parole

Franck Vidal
Président
+41 78 690 35 23
franck@ AgitateurEntreprises.ch

L'association professionnelle est inscrite au registre du commerce
Suisse sous le numéro CH-550-1175668-8

Biographie

Franck l'Agitateur d'entreprises©

9. Biographie de Franck l'Agitateur d'entreprises©

Franck Vidal a grandi en Afrique Sub-Saharienne, travaillé en France, en Suisse et dans l'océan Indien, le tout bercé par une famille influencée par des origines suisses. Très tôt, il a aiguisé son sens de la comparaison afin d'en tirer des enseignements utiles au quotidien.

Manager - Créeur

On le définit comme un manager-créateur, cherchant à relever des défis d'organisation et de développement dans le management et le recrutement. Il a créé et développé huit entreprises, revendu deux avec succès, actives dans les domaines semi-industriels. Son sens de la perspective et sa vision globale combiné à son intérêt pour les nouvelles technologies, l'a naturellement dirigé vers le management, puis l'enseignement via les nouveaux supports de communication Internet.



Une expérience concrète, pratique d'un enseignement hors du commun !

Riche d'une expérience de plusieurs créations d'entreprises et de projets à l'international, l'Agitateur d'entreprises© offre des formations basées sur de réelles réalisations dans plusieurs pays d'Europe et à l'international.

A travers ses diverses expériences, Franck l'Agitateur d'entreprises©, a accumulé une expérience très complète de la création d'entreprises et tout particulièrement dans les phases de lancement de start-up, de filiale, de nouveaux produits, etc.

Franck Vidal en Bref

- Agitateur d'entreprises©
- Suisse (JU)
- Né le 13 juillet 71
- Expatrié 30 années
- Français / Anglais

Passionné par les défis de création et de développement.

- De réelles réalisations en Suisse et à l'international.
- Personnalité attentive aux différences culturelles.
- Startup - Créeur, Manager et vendeur.

La Vente Analytique©

Franck l'Agitateur d'entreprises©, est le créateur et l'inventeur du « Procédé de Vente Analytique© » une logique de vente qui lui a permis de créer ses nombreuses entreprises.

10. Domaines d'activités

Dans ses nombreuses activités, Franck l'Agitateur d'entreprises© a œuvré dans de nombreux secteurs. Voici les plus importants :

- Création d'entreprise
- Conseils en développement d'entreprises
- Formation de vente
- Call Center
- Publicité
- Confort thermique
- Audiovisuel
- Opto-Electronique
- IT & Internet
- Traiteur et restauration
- Environnement
- Pet food

11. Activités actuelles

- Président de l'economic - To Promote Center - Promotion pour la formation des adultes. (VS)
- Président de LAMPER - Agence suisse pour la protection de l'environnement nocturne. (NE)
- Président de la Coopérative des Commerciaux - Fédération de vendeurs et commerciaux. (VD)
- Enseignant à l'IMSG - International Management School Geneva. (GE)
- Fondateur de Traiteur-Bio & Traiteur-Local - Un bon moment a toujours une faim ! (VD)

Transmission d'un savoir unique

Franck l'Agitateur d'entreprises© n'est pas un coach ! Il ne s'interdit pas de vous dire quoi faire sans détour. Ses réponses aux problématiques des entrepreneurs ne sont pas théoriques, mais issues de l'expérience directe de Franck à travers 30 ans de création d'entreprises et de conseils.

12. Un enseignement hors du commun

... pour une vie hors du commun

Franck l'Agitateur d'entreprises© s'appuie 30 années d'observations et d'analyse ainsi que de son expérience pratique afin transmettre un vrai savoir directement applicable par les entrepreneurs.

- a créé plusieurs entreprises depuis l'âge de 22 ans,
- a développé 16 projets à l'international,
- a inventé une méthode de vente unique : la Vente Analytique©,
- a une expérience pluridisciplinaire dans de nombreux secteurs d'activités,
- a cultivé l'art de la création d'entreprise,
- a une vision à contre-courant de l'entrepreneuriat,
- a une expérience de vie unique à transmettre.

13. Ce qui fait la différence dans l'enseignement

De sa voix dynamique, Franck l'Agitateur d'entreprises©, propose aux Entrepreneurs Agités un enseignement bien plus pratique que théorique.

Avec une attitude plus proche du conférencier que de l'enseignant, il fait bénéficier d'un enseignement très didactique grâce à des slides interactives.

« ... et ça ne sort pas d'un livre ! »

Stéphanie D. une Entrepreneur Agitée

Afin de vulgariser l'ensemble des processus de la création d'entreprise, il a créé ses propres slides pour sortir des enseignements trop théoriques et académiques.

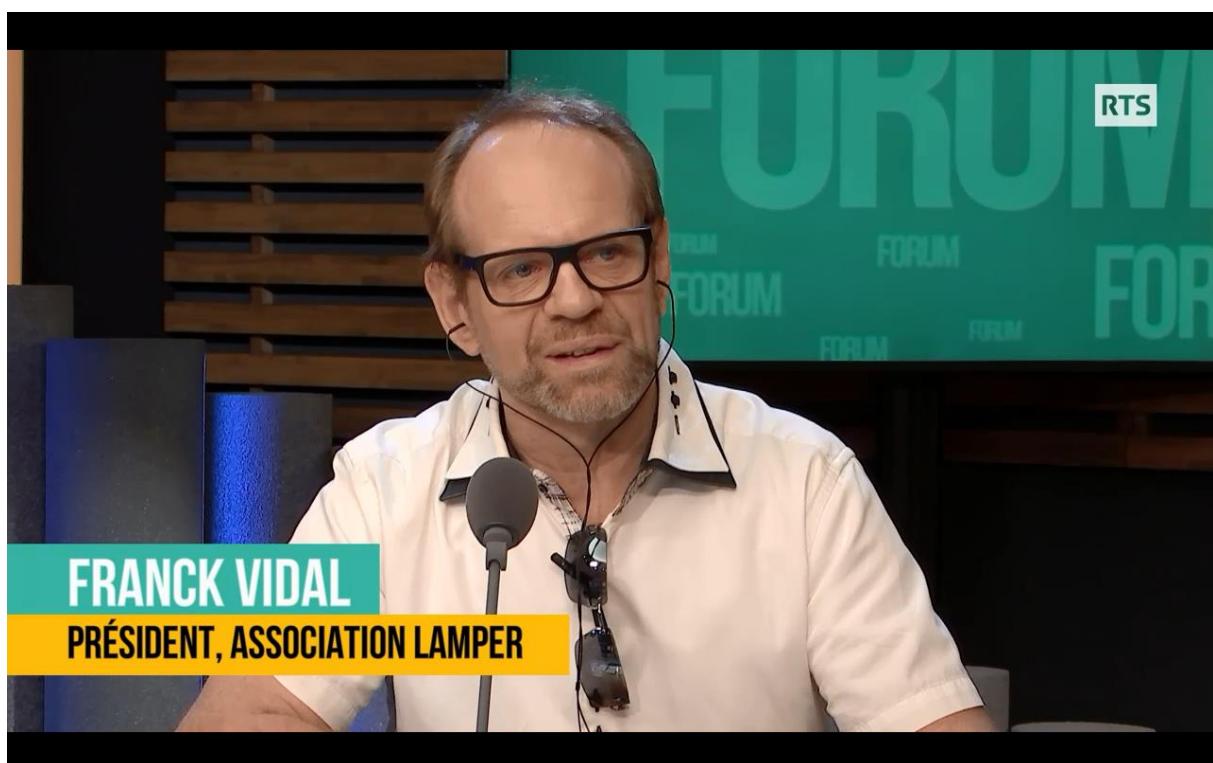
Son aisance acquise alors qu'il était animateur de radio, lui permet aujourd'hui d'utiliser des ascenseurs émotionnels afin d'offrir des méthodes applicables immédiatement dans la vie professionnelle pour tous les jours.

Revue de Presse

Une démarche aux impacts écologiques, économiques et sociétaux

14. Franck déjà un « Bon client »

On dit de lui que c'est un bon client ! Ce touche-à-tout a financé une partie de ses études en France comme animateur de radio à Europe2.

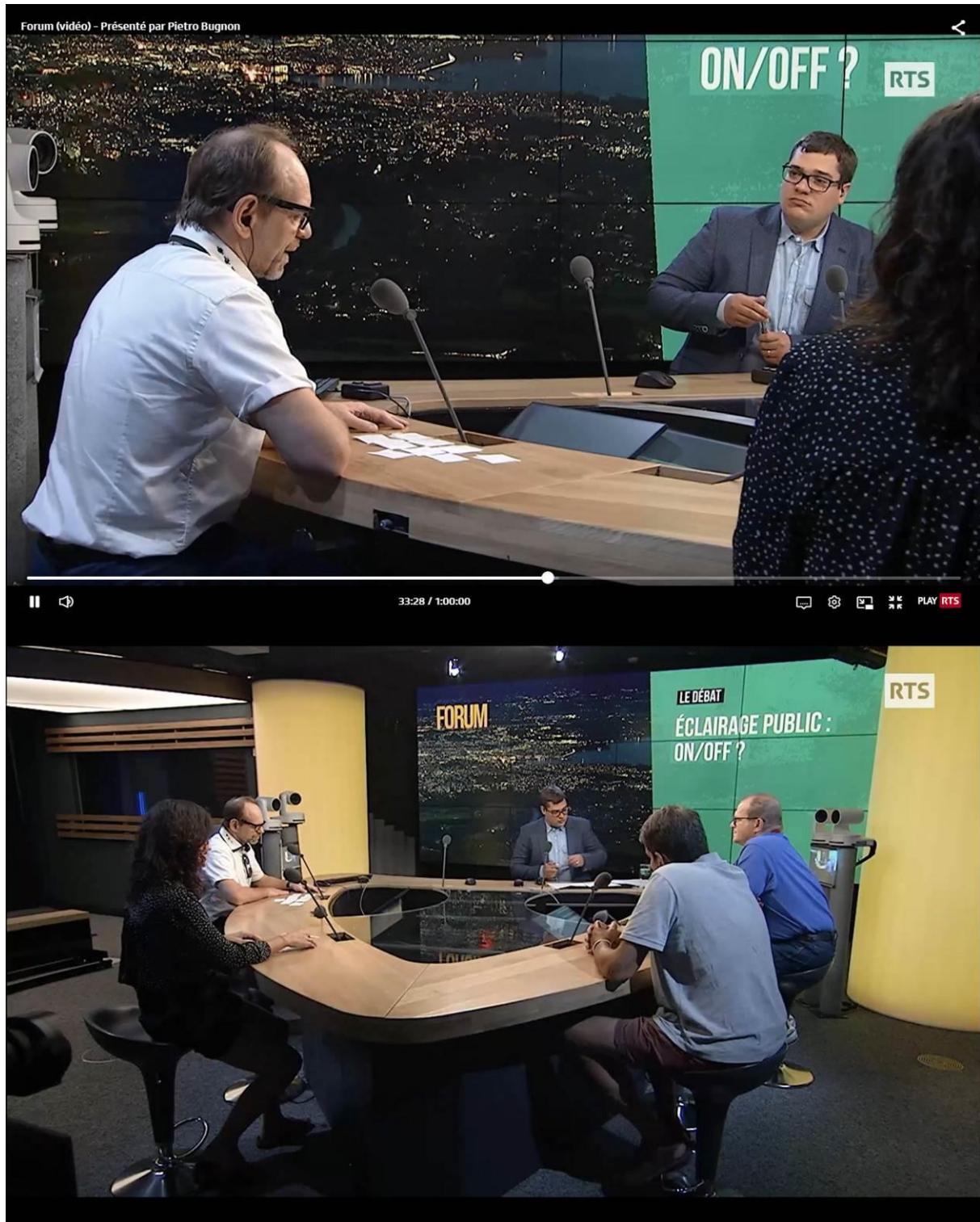


Franck, serial entrepreneur passionné, ne travaille plus depuis l'âge de 46 ans. Il pratique aujourd'hui ce qu'il appelle le #10_10_10 : 10 jours d'actions durant lesquels il enregistre des cours en vidéos et rédige des fiches techniques, des e-books et son livre ; Puis 10 jours de relationnel afin de cultiver son réseau d'entrepreneurs au travers de voyages et de conférences ; et enfin 10 jours de vacances...

15. Sélection de quelques articles pertinents

- Faut-il limiter le recours aux éclairages publics ?
RTS- Forum (2018)
- Comment booster votre business ? La preuve par l'exemple
Le Monde Economique (2017)
- Eclairage nocture, ces communes qui ont plus peur du noir
RTS - Le journal du matin (2016)
- Carrefour des créateurs Remerciements à Genilem
SBM - Social Business Models (2016)
- Le cycle de vie d'une association
Benevolat info - vie et mort d'une association 5 décembre 2014
- Réorganisation du centre de formation du WWF
Agir Info (2015)
- Le terroir, c'est mode et c'est très rentable
PME Magasine (2015)
- Devenir indépendant ! Le tabou des revenus
PME Magasine (2013)
- Une coopérative apporte des conseils durables aux entreprises
Swisscom Magasine (2013)
- Interview de Franck Vidal dans les Petits matins
RTS – Les petits matins de Georges Pop (audio) – 2012
- Qui à peur de la nuit ! Campagne de sensibilisation de Lamper
RTS – Les petits matins (2012)

1) Franck Vidal Président de Lamper : l'Agence pour la modération de l'éclairage public



2) Franck Vidal Fondateur de TraiteurBio.ch

Présentation Youtube : https://youtu.be/mJs_G3942IY

ENTREPRISES TENDANCES

Le terroir, c'est mode et c'est très rentable

Marché plus que porteur, le terroir et le bio ne cessent de gagner des parts de marché. En Suisse romande, beaucoup de producteurs hésitent à franchir le pas. Alors qu'ils ont tout à y gagner. *Par Joël Cerutti*



C'est en tutoyant la mort que Franck Vidal a décidé de vouloir la Terre. Et de s'investir dans le bio depuis Belmont-sur-Lausanne. Bien avant, à 22 ans, il avait fondé la première de ses huit entreprises. Puis, quelques décennies plus tard, il se brise un poignet. Un banal accident qui se mue en cauchemar: staphylocoque, une semaine de coma, 13 opérations. Lorsqu'il émerge de ce marasme, Franck Vidal vend son centre d'appel à Madagascar et son atelier de gravure en Allemagne. «J'ai décidé d'entrer dans une logique durable pour notre monde...»

Depuis, il vit, il pense, il rêve terroir et bio. «J'enseigne aux gens qui veulent se lancer une vraie logique de start-up. Beaucoup n'ont pas une approche très économique dans ce domaine. Leur premier réflexe est de se demander qui va les subventionner! Alors, je leur montre comment devenir autonome financièrement. Ce n'est pas un coup de main que je leur donne mais un coup de pied!»

Franck Vidal ne se contente pas de prodiguer des conseils. Il les met en pratique. Son affaire de traiteur bio a été rentable après huit mois d'activité. A présent, il s'investit dans la distribution de croquettes bio pour chiens et chats. «Je pense que je vais atteindre le point d'équilibre au printemps 2015.»

En dehors de Commonfuture, sa Coopérative des conseillers en environnement, Franck Vidal a ciblé ses efforts. «Avec ces croquettes, il est parfois inutile d'aller chez les vétérinaires qui sont de toute façon liés avec de grandes marques. Mieux vaut viser des toiletteurs, certaines pharmacies ou, évidemment, des magasins bio. Il y a un énorme travail de management et de marketing à faire dans ce domaine, de façon globale. Car on arrive toujours au même constat: les Suisses ne savent pas assez se vendre. On doit faire connaître le développement durable et chacun reste encore trop dans son coin.»

Équilibre vite atteint

En regroupant les individualistes, le bio n'a plus rien d'un marché de niche. En 2014, il a dépassé pour la première fois les 2 milliards de francs, contre 1,6 milliard quatre ans plus tôt, un chiffre qui avait déjà augmenté de 6% par rapport à 2009.

Les seulement 11% de producteurs estampillés bio dans notre pays ne suffisent pas, et de loin, à la demande «indigène». Prenons le blé bio, on doit en importer 70%. Ce n'est plus du vent en poupe, plutôt une méchante tornade de consommation! Et pour quel type d'acheteurs? Ici, le cliché du couple aisné qui part en Porsche Cayenne au plus proche marché bio se base sur une réalité certaine.

L'Office fédéral de la statistique (OFS) a voulu en avoir le cœur net. Il a sondé le portefeuille de 19 653 familles dans une vaste Enquête Budget Ménage (EBM). Il en ressort que la part dévolue au bio se situe en moyenne autour des 8%. Le bond le plus spectaculaire vient de la partie «légumes» qui grimpe de 9,26% (2006) à 13,57% (2011). En outre, un couple qui gagne 13 000 francs par mois mettra plus de bio dans son assiette que celui dont le salaire se situe à 5 000 francs. La probabilité d'achat sera de 67,3% plus haute... Cette disparité sociale, Manuel Perret, de BioConsommActeurs, en convient. Et il a une réplique cinglante: «Ce n'est pas le bio qui est trop cher. Ce sont les autres produits qui sont trop bon marché!»

Ce samedi d'automne, à Morges, ce président distribue ses prospectus depuis le stand de BioConsommActeurs. «Nous nous battons pour favoriser les circuits courts de distribution, la vente directe et les petits magasins. Notre travail, c'est vraiment ça, la filière de proximité. Nous commençons à faire de la promotion coordonnée.» Manuel Perret peste aussi devant le retard que nous avons pris envers nos voisins d'outre-Sarine qui «ont une perception différente de la question environnementale».

Cet automne, BioConsommActeurs avoisine les 2 000 membres. Magasins ou fournisseurs, plus de 90 partenaires ►

ENTREPRISES TENDANCES

► jouent le jeu, entre Vaud, Genève, Fribourg, le Jura, Neuchâtel et le Valais. «Dans le cadre d'Action Bio Romandie, ils accordent encore 3% de rabais... Et nous voyons la liste de nos partenaires s'allonger. Aux 43 commerces inscrits s'ajoutent 25 partenaires supplémentaires.»

Certains prospectus à disposition, ce jour-là à Morges, ont un petit air de «La Petite Maison dans la prairie». Dans les «Arguments en faveur de l'agriculture biologique», le dépliant détaille la mutation totale des champs bio. Il y aura 25 à 44% d'oiseaux en plus au-dessus et 50% de vers de terre en bonus au-dessous. Les plantes sauvages sont neuf fois plus présentes en l'absence de pesticide.

De la qualité et moins de rendement

A 64%, les agriculteurs bio se déclarent plus «heureux» qu'avant. Cédric Cheseaux en fait partie. Pourtant, comme nombre de ses collègues, la décision s'est révélée autant épique et ardue qu'un chardon qui pousse sur ses exploitations reconvertis. «Il faut arrêter avec la peur. Dont celle de ne pas boucler les comptes, vous dit-il, les yeux dans les yeux. A un moment, dans l'agriculture traditionnelle, on ne travaille plus que pour payer le leasing du gros tracteur. Au niveau des investissements, on arrive à un point de non-retour...» Aux chiffres rouges s'ajoutent des problèmes de santé... «Pour ma part, j'ai arrêté d'employer certains pesticides, car je saignais du nez ou je ne dormais plus du tout après leur utilisation. Cela interpelle!»

Cédric Cheseaux met du bio dans son exploitation, ce qui ne se fait pas d'un coup de baguette magique. La mue prend deux ans. «Lorsque vous franchissez ce cap, vous êtes tout seul, vous devez croire en vous, parfois même contre l'avis de votre famille. Pour beaucoup d'agriculteurs, le choix du bio n'est pas encore assez clair dans leur tête. Toute leur éducation a été basée sur le rendement et non sur la qualité. Je ne peux pas les culpabiliser, j'ai été comme eux...»

Des spécialistes ou d'autres paysans peuvent accompagner cette mue. Et ils ont de sacrés arguments économiques qui apaisent certaines inquiétudes. Mauvaise nouvelle, le rendement de votre exploitation baisse de 20%. Voilà pour ce qui

inquiète de prime abord. Allons vers des horizons plus radieux. Vous allez économiser 50% de votre budget sur les engrains et 95, voire 100%, sur les produits phytosanitaires. Côté énergie, là aussi, la facture se révèle nettement moins salée. Entre 30 et 50% en moins par hectare, soit 15 à 25% d'économie par kilo de nourriture produite.

Cela ne vous suffit pas? Céline Correvon, de la Fondation Rurale Interjurassienne, s'est adonnée à des calculs plus précis. En se basant sur des exemples réels, elle a imaginé une exploitation «lambda». Ses 53 ha se situent en plaine, elle produit du lait et des grandes cultures. Céline Correvon effectue ensuite des projections. Soit la ferme reste dans le traditionnel, soit elle passe totalement au bio. Cette dernière solution s'avère plus rentable!

La «classique» arrive à des prestations totales et annuelles de 312774 francs. La bio atteint 581764 francs. En revenus

La forme la plus connue de cette pratique passe par des paniers bio achetés chaque semaine auprès d'un fournisseur. «Avec le Panier du Bisson, nous avons été les premiers, en Valais, à nous lancer. Parfois, je reçois des appels de consommateurs qui ne reconnaissent pas les légumes que j'y ai mis! Pour certains, comme des barbes de capucin, je peux comprendre, quand il s'agit de carottes, je me pose des questions!» rigole Lionel Favre.

Sur son site, il glisse des recettes. Il sait que les puristes se montrent plus que pointilleux. «Un Noël, j'ai glissé dans le Panier du Bisson du kiwi, en production locale, puis des oranges et des mandarines bio qui venaient d'un producteur de Sicile. Je me suis fait gravement rappeler à l'ordre par mail...» Lionel Favre ne le cache pas, ses paniers représentent une part importante dans le chiffre d'affaires de son exploitation bio.

Des petites mains au panier

Pour certains commerces – qui achètent directement aux producteurs – ils représentent leur survie. A La Potagère de St-Pierre-de-Clages, récemment immortalisée par l'émission *Passe-moi les jumelles*, les Paniers de la Santé et du Bonheur garantissent des revenus vitaux. Sans eux, Jean-François et Marie-Cécile Buchard auraient mis la clé sous la porte depuis longtemps. «Les grandes surfaces vendent les marchandises aux prix auxquels je les achète aux fournisseurs avec qui je ne négocie jamais les tarifs. Chez nous, on ne doit plus réfléchir en termes de chiffre d'affaires, mais de rendement. C'est au centre de notre philosophie de travail», témoigne Jean-François Buchard.

Cette approche commerciale se paie par trois seuls jours de vacances pris depuis 1977 et dix-huit heures de travail quotidien. Quand on a eu comme clients l'Abbé Pierre, le dalai-lama, Johnny Hallyday ou Zidane, cela met du baume au cœur. Dans la famille de Cédric Cheseaux, depuis qu'il s'est mis au vert bio, on pète la forme. «Lorsque l'on réinvente son assiette, la facture médicale devient nettement moins élevée. J'ai six enfants, ils n'ont pas besoin de voir ni le pédiatre ni le médecin.» On pourrait appeler ça des économies indirectes. ■

«Ce n'est pas le bio qui est trop cher. Ce sont les autres produits qui sont trop bon marché!»

horaires, le conventionnel paie 23 francs de l'heure contre 45 du côté «vert». Au passage, les paiements directs amènent plus de manne lorsque vous êtes bio: 163 026 francs, soit 58 000 francs de plus qu'une ferme «normale».

En résumé, vous cultivez moins, mieux, avec régulièrement de nouvelles variétés. La vente au détail vous offre une relation directe avec le consommateur. Celle qui a de plus grands volumes tend à équilibrer vos comptes. Il existe d'autres formes de collaborations avec vos clients comme l'agriculture contractuelle de proximité. «Le consommateur engage un producteur et signe un contrat qui lui donne accès au produit en fonction de la somme versée à l'avance», résume Manuel Perret. En gros, nous sommes à 5000 contrats passés et 80 exploitations concernées (chiffres de 2011).



Franck Vidal: «Beaucoup n'ont pas une approche très économique dans ce domaine. Leur premier réflexe est de se demander qui va les subventionner!»

ENTREPRISES TENDANCES

► jouent le jeu, entre Vaud, Genève, Fribourg, le Jura, Neuchâtel et le Valais. «Dans le cadre d'Action Bio Romandie, ils accordent encore 3% de rabais... Et nous voyons la liste de nos partenaires s'allonger. Aux 43 commerces inscrits s'ajoutent 25 partenaires supplémentaires.»

Certains prospectus à disposition, ce jour-là à Morges, ont un petit air de «La Petite Maison dans la prairie». Dans les «Arguments en faveur de l'agriculture biologique», le dépliant détaille la mutation totale des champs bio. Il y aura 25 à 44% d'oiseaux en plus au-dessus et 50% de vers de terre en bonus au-dessous. Les plantes sauvages sont neuf fois plus présentes en l'absence de pesticide.

De la qualité et moins de rendement

A 64%, les agriculteurs bio se déclarent plus «heureux» qu'avant. Cédric Cheseaux en fait partie. Pourtant, comme nombre de ses collègues, la décision s'est révélée autant épique et ardue qu'un chardon qui pousse sur ses exploitations reconvertis. «Il faut arrêter avec la peur. Dont celle de ne pas boucler les comptes, vous dit-il, les yeux dans les yeux. A un moment, dans l'agriculture traditionnelle, on ne travaille plus que pour payer le leasing du gros tracteur. Au niveau des investissements, on arrive à un point de non-retour...» Aux chiffres rouges s'ajoutent des problèmes de santé... «Pour ma part, j'ai arrêté d'employer certains pesticides, car je saignais du nez ou je ne dormais plus du tout après leur utilisation. Cela interpelle!»

Cédric Cheseaux met du bio dans son exploitation, ce qu'il ne fait pas d'un coup de baguette magique. La mue prend deux ans. «Lorsque vous franchissez ce cap, vous êtes tout seul, vous devez croire en vous, parfois même contre l'avis de votre famille. Pour beaucoup d'agriculteurs, le choix du bio n'est pas encore assez clair dans leur tête. Toute leur éducation a été basée sur le rendement et non sur la qualité. Je ne peux pas les culpabiliser, j'ai été comme eux...»

Des spécialistes ou d'autres paysans peuvent accompagner cette mue. Et ils ont de sacrés arguments économiques qui apaisent certaines inquiétudes. Mauvaise nouvelle, le rendement de votre exploitation baisse de 20%. Voilà pour ce qui

inquiète de prime abord. Allons vers des horizons plus radieux. Vous allez économiser 50% de votre budget sur les engrains et 95, voire 100%, sur les produits phytosanitaires. Côté énergie, là aussi, la facture se révèle nettement moins salée. Entre 30 et 50% en moins par hectare, soit 15 à 25% d'économie par kilo de nourriture produite.

Cela ne vous suffit pas? Céline Correvon, de la Fondation Rurale Interjurassienne, s'est adonnée à des calculs plus précis. En se basant sur des exemples réels, elle a imaginé une exploitation «lambda». Ses 53 ha se situent en plaine, elle produit du lait et des grandes cultures. Céline Correvon effectue ensuite des projections. Soit la ferme reste dans le traditionnel, soit elle passe totalement au bio. Cette dernière solution s'avère plus rentable!

La «classique» arrive à des prestations totales et annuelles de 312 774 francs. La bio atteint 581 764 francs. En revenus

«Ce n'est pas le bio qui est trop cher. Ce sont les autres produits qui sont trop bon marché!»

horaires, le conventionnel paie 23 francs de l'heure contre 45 du côté «vert». Au passage, les paiements directs amènent plus de manne lorsque vous êtes bio: 163 026 francs, soit 58 000 francs de plus qu'une ferme «normale».

En résumé, vous cultivez moins, mieux, avec régulièrement de nouvelles variétés. La vente au détail vous offre une relation directe avec le consommateur. Celle qui a de plus grands volumes tend à équilibrer vos comptes. Il existe d'autres formes de collaborations avec vos clients comme l'agriculture contractuelle de proximité. «Le consommateur engage un producteur et signe un contrat qui lui donne accès au produit en fonction de la somme versée à l'avance», résume Manuel Perret. En gros, nous sommes à 5 000 contrats passés et 80 exploitations concernées (chiffres de 2011).

La forme la plus connue de cette pratique passe par des paniers bio achetés chaque semaine auprès d'un fournisseur. «Avec le Panier du Bisse, nous avons été les premiers, en Valais, à nous lancer. Parfois, je reçois des appels de consommateurs qui ne reconnaissent pas les légumes que j'y ai mis! Pour certains, comme des barbes de capucin, je peux comprendre, quand il s'agit de carottes, je me pose des questions!» rigole Lionel Favre.

Sur son site, il glisse des recettes. Il sait que les puristes se montrent plus que pointilleux. «Un Noël, j'ai glissé dans le Panier du Bisse du kiwi, en production locale, puis des oranges et des mandarines bio qui venaient d'un producteur de Sicile. Je me suis fait gravement rappeler à l'ordre par mail...» Lionel Favre ne le cache pas, ses paniers représentent une part importante dans le chiffre d'affaires de son exploitation bio.

Des petites mains au panier

Pour certains commerces – qui achètent directement aux producteurs – ils représentent leur survie. A La Potagère de St-Pierre-de-Clages, récemment immortalisée par l'émission *Passe-moi les jumelles*, les Paniers de la Santé et du Bonheur garantissent des revenus vitaux. Sans eux, Jean-François et Marie-Cécile Buchard auraient mis la clé sous la porte depuis longtemps. «Les grandes surfaces vendent les marchandises aux prix auxquels je les achète aux fournisseurs avec qui je ne négocie jamais les tarifs. Chez nous, on ne doit plus réfléchir en termes de chiffre d'affaires, mais de rendement. C'est au centre de notre philosophie de travail», témoigne Jean-François Buchard.

Cette approche commerciale se paie par trois seuls jours de vacances pris depuis 1977 et dix-huit heures de travail quotidien. Quand on a eu comme clients l'Abbé Pierre, le dalai-lama, Johnny Hallyday ou Zidane, cela met du baume au cœur. Dans la famille de Cédric Cheseaux, depuis qu'il s'est mis au vert bio, on pète la forme. «Lorsque l'on réinvente son assiette, la facture médicale devient nettement moins élevée. J'ai six enfants, ils n'ont pas besoin de voir ni le pédiatre ni le médecin.» On pourrait appeler ça des économies indirectes. ■

3) Franck Vidal développe son incubateur d'entreprises : Franck l'Agitateur d'entreprises©

87

PORTRAIT



Franck VIDAL

Agitateur d'entreprises
www.2shake.ch

Un succès d'entreprise calculé, Traiteur-bio.ch une start-up qui a choisi le modèle d'Agitation d'entreprises pour réussir

Comment booster votre business ? La preuve par l'exemple...

Développer un projet ou une entreprise nécessite de nombreuses qualités humaines. Face à ce constat, Traiteur-bio.ch avait plusieurs options pour combler ces manques. La plus courante, précise Franck Vidal, c'est de voir le porteur de projet s'associer avec des partenaires possédant les compétences qui lui sont complémentaires. Dans le cas de Traiteur-bio.ch, les partenaires étaient réunis par leurs valeurs éthiques du développement durable. La première mesure d'Agitation consistait à se concentrer sur le « corps business » et déléguer la partie humaine qui devenait un aspirateur de temps et



Pour projeter ce team sur les rails de la réussite, il fallait analyser le profil des managers, leurs rêves, leurs motivations, leurs projections dans le futur. Les entreprises sont souvent à l'image des dirigeants. Pour l'illustrer cette métaphore, imaginez deux cuisiniers; l'un possède un fast-food et l'autre un restaurant gastronomique. Ils ont les mêmes machines, la même formation et pourtant affichent deux stratégies d'entreprises bien différentes l'une de l'autre. Dans le cas de Traiteur-bio.ch c'est le soutien à l'agriculture biologique locale qui les anime. Il fallait définir et planifier dans le temps les différentes étapes de croissance en accord avec leurs épanouissements personnels et leurs convictions. Pendant deux jours l'Agitateur d'entreprises participe à toutes les activités afin d'identifier tout les freins au développement du succès de l'entreprise : la communication, l'image, l'attitude, les processus

trop lourds, etc. Bien souvent, c'est dans la tête des dirigeants que résident les blocages au triomphe...

L'AGITATION D'ENTREPRISES

C'est une démarche pratique qui apporte une expérience concrète de management d'entreprise. « A la différence du coaching professionnel qui s'interdit de faire, l'Agitateur d'entreprises vient concrètement mettre ses compétences pour réaliser des tâches avec nous » souligne Traiteur-bio.ch. Comme notre principal assistant, il nous a soutenu lors de la création de nos mailings ainsi qu'à l'élaboration de notre campagne marketing. « Il a remonté ses manches et m'a montré comment vendre chez les clients ! ». En six mois d'activité, plus de cinquante entreprises ont commandé montrant ainsi le succès des méthodes appliquées. Inspiré des programmes de Business Angel, l'Agitation d'entreprises est un concept innovant créé en 2008 sur ce constat : qui mieux qu'un entrepreneur expérimenté peut conseiller un autre entrepreneur ? ■



Traiteur-bio.ch, un service de qualité

MANAGEMENT INDÉPENDANCE

Météo: ☀ 16-26°C Lausanne-

► l'USAM. La plupart partent de l'idée répandue qu'il leur faudra trois ans avant de réaliser des bénéfices.»

Nombreux sont les futurs entrepreneurs qui décident de récupérer le capital accusé d'années de salaire pour se lancer sur une marche risquée, fortement dépendante du 2e pilier et la retraite. L'injecter dans un projet, c'est le détourner. Insiste David Narr chez PME: «On prend rarement de risques et on a tout d'un coup dans les mains. Certains le font par dépit et n'ont ensuite plus rien. Il devient alors vraiment difficile de rebondir.»

Un capital de départ minimum

«Mieux vaut trouver d'autres moyens de financer son entreprise, selon Henrique Schneider. Il est intéressant de noter que ceux qui contractent des prêts seront priés par les créateurs de présenter une analyse financière des risques. Les start-up à capital externe sont souvent des entreprises moins risquées que celles avec des fonds propres.»

De manière générale, un capital de départ ne devrait pas aller en dessous des 20 000 francs, et les coûts juridiques ne doivent pas être oubliés. Frank Vidal, qui se définit comme un «agitateur d'entreprises» au sein de 2shake.ch, plaide pour les business angels comme lui, ainsi que pour les synergies et les partenariats. Les néo-entrepreneurs ne doivent pas hésiter à aller frapper aux portes, à nouer des alliances, à échanger des fichiers d'adresses. «J'ai déposé une fois le bilan et j'ai compris que ma fierté était en cause. Je n'avais pas osé m'avouer que cela ne marchait pas, alors que j'aurais dû me tourner vers les banquiers, les fournisseurs et d'autres chefs d'entreprise. On peut être indépendant, mais pas sans alliance», estime-t-il.

Les assurances conseillées

Par ailleurs, celui ou celle qui se lance renonce de facto au 2e pilier et à l'allocation chômage. «Il est recommandé de considérer ces allocations comme des coûts fixes normaux et de les payer comme si elles étaient obligatoires», indique Henrique ►

★★★★★ | 14:49 29.08.2013, mise à jour: 14:58

[commentaires] [Imprimer] [Envoyer] [Taille du texte: A A]

Une coopérative suisse apporte des conseils durables aux entreprises



Photo : © iStock - Fotolia.com



L'entrepreneur Franck Vidal a fondé une coopérative de conseillers en environnement. Ces experts aident les entreprises à diminuer leur impact sur la planète.
Photo : DR

Recyclage, économies d'énergie, gestion du personnel: autant de problématiques qui peuvent être abordées sous l'angle durable par les entreprises, avec l'aide de conseillers en environnement.

A qui s'adresser si l'on souhaite adopter des gestes durables dans son fonctionnement quotidien? Une **coopérative de conseillers en environnement** vient de voir le jour en Suisse! Elle propose son expertise aux communes, entreprises et ménages soucieux d'obtenir des conseils concrets pour réduire leur empreinte écologique. À la clef: des économies d'argent, une meilleure qualité de vie et, pour les entreprises, une image plus valorisante auprès du public.

Une formation complémentaire

Co-fondateur de cette coopérative, Franck Vidal est entrepreneur et conseiller en management. «Agitateur d'entreprise», selon sa formule. Il a lui-même suivi la formation de conseiller en environnement du **WWF**. Très pratique, celle-ci permet d'ajouter «une couche de durabilité» à sa profession et de modifier sa vision économique, sociétale et environnementale de l'entrepreneuriat. Le tout en appliquant des principes tels que ne pas viser des plus-values délirantes sur le commerce de nourriture ou favoriser une communion entre les employés plutôt que de prôner l'individualisme.

L'écologie, compatible avec l'entrepreneuriat

«En 2005, j'ai pris conscience de la gravité de la situation en découvrant une colline brillante à Madagascar... elle était constituée d'ordinateurs, raconte Franck Vidal. Je pense qu'il est possible de faire de l'entrepreneuriat sans exploiter les ressources à tout va et polluer la planète.» L'objectif de l'association? Donner la possibilité à ses membres d'appliquer leur savoir-faire sur le terrain. Récemment créée, elle compte pour le moment 150 experts et regroupe 40 corps de métier. Les activités de conseil se déclinent en divers modules pour répondre aux besoins des PME comme des ménages privés.

Analysons notre impact sur la planète!

D'après Franck Vidal, il y a une forte demande de ce type de conseils au sein des entreprises: «Il ne s'agit pas de faire de l'écoblanchiment, mais d'être conscient de l'impact de sa firme sur l'environnement. Les consommateurs sont aujourd'hui sensibles à cet aspect.» La société pourra ensuite communiquer sur les actions qu'elle mène pour corriger ses activités néfastes. Enfin, la prestation d'un conseiller en environnement permet aussi d'améliorer le fonctionnement interne: des initiatives liées à la qualité de vie des employés encouragent une meilleure productivité.

(Tatiana Tissot/ATCNA)

4) Franck Vidal Co-Président de la Coopérative des conseillers en environnement

RTS.ch [émissions TV](#) [émissions radio](#) Rechercher

TV RADIO INFO SPORT MÉTÉO ARCHIVES DÉCOUVERTE SORTIR.CH BOUTIQUE AUDIO VIDÉO PROGRAMME TV [A propos de la RTS](#)

Radio **la 1ère** **ESPACE** **COULEURS** **option musique** **ÉCOUTE EN DIRECT** ▾
 > Dernier journal
 > Afficher mes playlists

Emissions | Dossiers | Blogs et forums | Musique | Photos | Radio en vidéo | Portail audio | Programmes | Services

Accueil > Radio > La 1ère > Le Journal du matin > Le Journal du matin du 25.09.2012

Sites Spéciaux | Recherche des titres | En plus | A PROPOS


 Simon Matthey-Doret. [Laurent Bleuze - RTS]

Deux heures de direct pour réveiller la Suisse romande. Avec des journaux d'information fournis à 6h, 7h et 8h et des flashs aux demi-heures, des événements en direct, une palette d'invités variée, des chroniques et un rythme souple, permettant d'adapter le programme en fonction de l'actualité du jour.



Franck Vidal, président de LAMPER, l'association pour la modération de l'éclairage public en Romandie. [RTS]

Les petits matins

Franck Vidal, président de LAMPER, l'association pour la modération de l'éclairage public en Romandie

Les 14 et 15 septembre au soir, LAMPER, (l'Association pour la modération de l'éclairage public en Romandie) a clôturé sa première campagne de sensibilisation à l'éclairage public "Qui a peur de la nuit?", en organisant en collaboration avec les associations locales, des Fêtes de la nuit au Pâquier puis à Lignières. Selon les organisateurs, "tout le monde a été surpris du bon accueil de la population et des autorités aux propositions d'extinction nocturne. Un sondage, réalisé lors de ces manifestations a en effet montré que plus de 80% de la population est favorable à une extinction totale de l'éclairage, par exemple de 1h à 5h, et 95% pour une extinction partielle". Franck Vidal est aussi le fondateur de 2send, entreprises qui volent au secours des PME en péril.



RTS.CH PROGRAMME TV SPORT INFO

PLAY RTS

Vidéo **Radio**

1 2 3 M P Pop Capital Jazz

Accueil Émissions par date Émissions de A à Z



Forum, 23.10.2018, 18h39

Faut-il limiter le recours aux éclairages publics? Débat entre Franck Vidal et Jean-Yves Pidoux

La commune Val-de-Ruz (NE) pourrait devenir la plus grande agglomération de Suisse à se passer de lumière la nuit. Débat entre Franck Vidal, entrepreneur et président de l'Association pour la modération de l'éclairage public et Jean-Yves Pidoux, directeur des Services industriels lausannois.

Image: Gaetan Bally - Keystone

Franck Vidal et moi-même désirons vous remercier, ainsi que GENILEM pour les moments riches en émotion et rêves créatifs que nous avons pu vivre hier au Carrefour des Créateurs.

En premier GENILEM, qui a offert à Social Business Models la possibilité d'être présente, lors des RENDEZ-VOUS SPECIALISTES, afin de mettre à disposition nos compétences en entrepreneuriat social et développement durable.

Mais plus particulièrement vous toutes et tous, qui êtes venus nous faire partager pendant quelques courtes quinze minutes vos rêves, vos idées, vos projets, ainsi que vos questions, auxquelles nous avons essayé d'apporter au mieux notre contribution.

Au plaisir de vous revoir prochainement,

Franck Vidal et Claude Michaud



CARREFOUR DES CRÉATEURS

LE RENDEZ-VOUS DES CRÉATEURS D'ENTREPRISE

le prélude - le cycle de vie d'une association

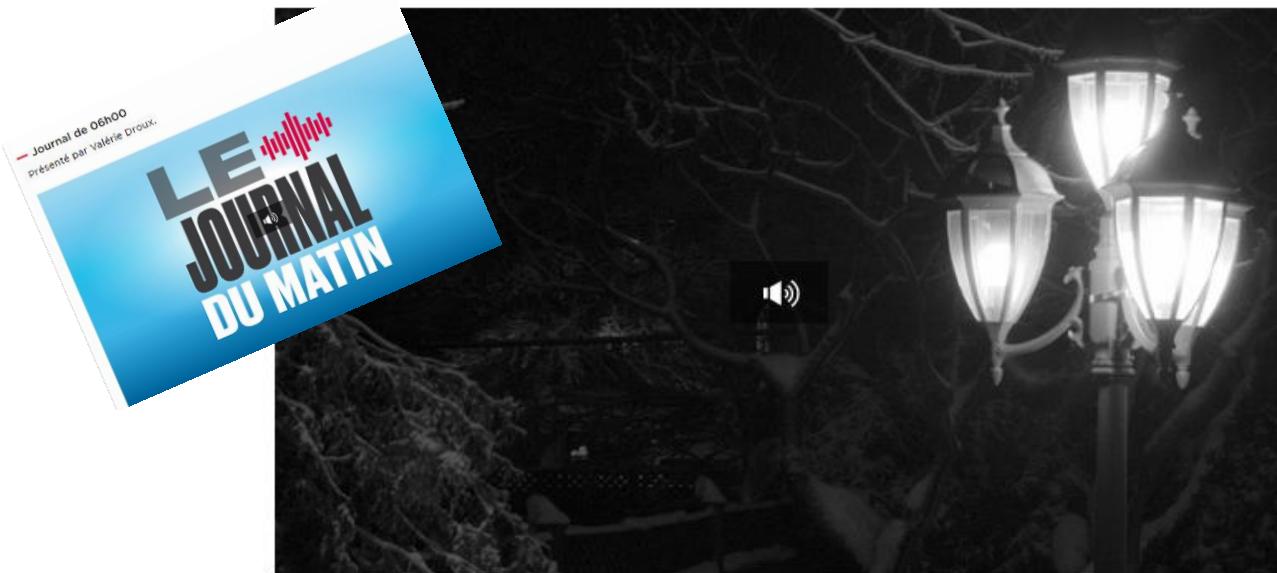
Animé par Franck Vidal au micro et Cornelia Kauhs de Visual facilitation aux stylos, avec la complicité de Latha Heiniger, notre Secrétaire Générale.



— Eclairage nocturne, ces communes qui n'ont plus peur du noir

Plusieurs dizaines de communes de Suisse romande ne craignent plus l'obscurité et pratiquent désormais l'extinction nocturne de leur éclairage public, pour faire à la fois des économies mais aussi pour des raisons écologiques. Pascal Besnard s'est rendu dans une de ces communes, Le Cerneux-Péquignot, près du Locle dans le canton de Neuchâtel. Son reportage.

Invité: Franck Vidal, président de l'association pour la modération de l'éclairage public en Romandie LAMPER.



Réorganisation du centre de formation du WWF à Lausanne et Berne

16.04.2015 – COMMON!FUTURE, une coopérative active dans le développement durable et l'exercice du métier de conseiller/ère en environnement s'insurge

(AGIR) - Une information diffusée aujourd'hui par Franck Vidal, co-président de COMMON!Future pour la Suisse romande, revient sur la réorganisation du centre de formation du WWF à Lausanne et à Berne, décidée fin 2014 par le conseil d'administration pour des raisons stratégiques. La coopérative regrette que l'établissement qui proposait le cursus de formation et à qui elle doit le jour soit amené à fermer ses portes. Depuis sa création il y a une vingtaine d'années, le centre de formation du WWF a accueilli pas moins de 500 personnes pour le seul diplôme de conseiller/ère en environnement. A cela s'ajoutent de nombreuses formations spécialisées proposées notamment aux particuliers et aux communes. COMMON!Future a interpellé la direction du WWF sur les conséquences de cette décision car en réorganisant son centre de compétences, le WWF se prive aussi d'une possibilité de former des généralistes dans la protection de l'environnement, un profil très prisé sur le marché aujourd'hui.

Auteur : AGIR

Edition en janvier 2025

economic – To Promote Center Association – CH1950 – Sion

Franck, l'Agitateur d'entreprises© un « bon client »
Aujourd'hui, il transmet son savoir...

Bio Flash

- Serial entrepreneur – Fondateur de 8 entreprises
- Chef de 16 projets à l'international
- Première entreprise à 22 ans
- Créeur du Procédé de Vente Analytique©

Actuellement :

- Président de l'économic - To Promote Center - Promotion pour la formation des adultes. (VS)
- Président de LAMPER - Agence suisse pour la protection de l'environnement nocturne. (NE)
- Président de la Coopérative des Commerciaux - Fédération de vendeurs et commerciaux. (VS)
- Enseignant à l'IMSG - International Management School Geneva. (GE)
- Fondateur de Traiteur-Bio & Traiteur-Local - Un bon moment a toujours une faim ! (VD)