

Zeitschrift: Savoir Faire / Raiffeisen
Herausgeber: Raiffeisen Suisse société coopérative
Band: - (2020)
Heft: 4

Heft

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 22.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Solutions pour entrepreneurs

SAVOIR FAIRE



L'état d'urgence

Comment les entrepreneurs font face à la crise

RAIFFEISEN

Pour en savoir plus sur l'indice des directeurs d'achat PMI PME Raiffeisen: raiffeisen.ch/pmipme

Endurance et ténacité

Les mesures visant à endiguer la pandémie de Covid-19 ont plongé l'économie mondiale dans la crise la plus profonde depuis la Grande Dépression des années 30, entraînant une hausse sans précédent du chômage. Avec les premiers assouplissements du confinement, la Suisse entame son retour à la normalité. L'exemple de la Chine montre que le chemin est long et ardu. Par crainte d'une deuxième vague de la maladie, beaucoup de personnes n'ont pas encore repris leur vie sociale. De plus, le moral des consommateurs est assombri par la chute des revenus et la hausse du chômage. La Suisse risque de connaître cette année une récession aussi violente qu'en 1975,

lorsque la crise pétrolière a fait chuter le PIB de presque 7%. Le confinement a particulièrement nui au secteur tertiaire. Il n'y a pas eu d'ordre de fermeture générale dans l'industrie; or à présent, la crise frappe de plein fouet le secteur manufacturier. C'est ce que montre l'indice PMI PME de Raiffeisen, un sondage mensuel qui mesure l'état de santé des PME industrielles suisses.

En avril, leur activité s'est fortement contractée. La demande étrangère est cruciale pour l'industrie exportatrice, or celle-ci s'est effondrée dans tous les marchés cibles de la Suisse et ne se redressera pas de sitôt, au regard du désarroi de l'économie mondiale. Il est donc beau-

coup trop tôt pour se montrer rassurant. La crise du coronavirus impactera vraisemblablement l'économie suisse pendant des mois, même si nous échappons à une deuxième vague d'infections.

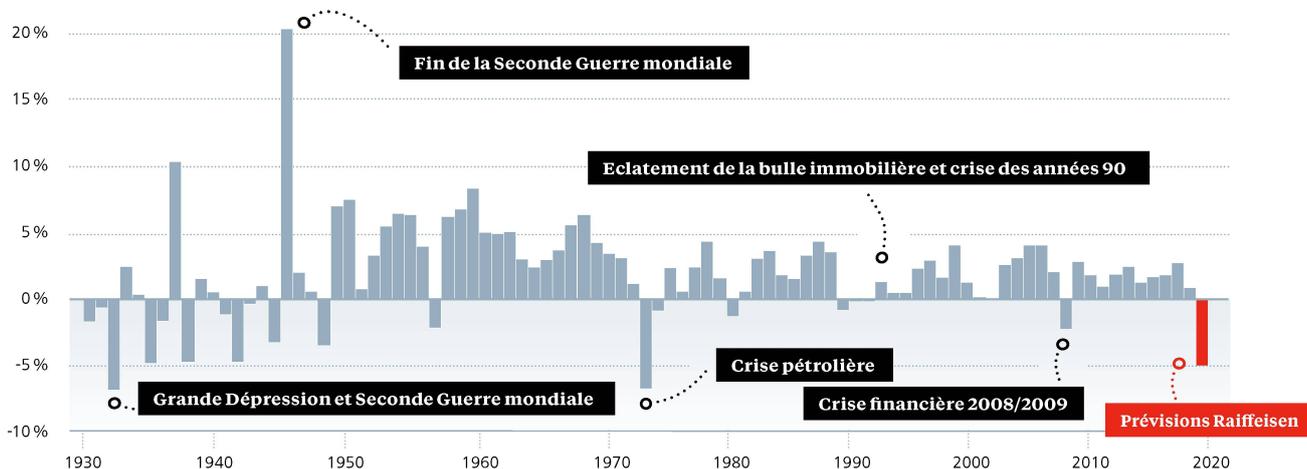


Domagoj Arapovic
Senior Economist,
Equipe Economic Research de Raiffeisen Suisse

Indice PMI PME Raiffeisen



Croissance de l'économie suisse (réelle, en %)



4 Naviguer en temps de crise

Les experts Raiffeisen répondent aux questions les plus pressantes des entrepreneurs.

5 Surmonter

«Est-il trop tard pour demander un crédit COVID-19?», «Puis-je renouveler le crédit s'il me faut davantage de liquidités?»

6 Stabiliser

«Comment continuer de vendre malgré la distanciation sociale? Continuer de produire malgré les problèmes d'approvisionnement?»

7 Croître

«Je voudrais augmenter la résilience de mon modèle d'affaires, mais comment m'y prendre?»

8 Le crowdfunding avec heroslocaux.ch

Voici comment générer des revenus avec un projet sur heroslocaux.ch, et mettre toutes les chances de votre côté.



Surmonter – Stabiliser – Croître

La Suisse est en état de crise. Il faut des mesures de soutien simples et directes pour que nos PME puissent survivre et générer de nouveaux potentiels pour l'avenir. C'est essentiel pour l'avenir de notre pays. En effet, nos quelque 600'000 petites et moyennes entreprises constituent la colonne vertébrale de notre économie et, par-là, de toute notre société.

Pour beaucoup d'entre elles, la lutte pour la survie n'est pas encore gagnée. Pallier aux manques de liquidités et garantir leur solvabilité sont les défis les plus urgents. Et pourtant, il faut déjà penser aux jours d'après. Investissez dans la digitalisation, dans les nouveaux canaux de distribution et modèles de service, dans votre clientèle et dans vos marchés; afin non seulement de surmonter la crise, mais d'en sortir plus fort.

Votre Banque Raiffeisen, les experts des Raiffeisen Centres des Entrepreneurs et notre plateforme de crowdfunding heroslocaux.ch, sont à vos côtés en ces temps exigeants.

Nous vous aidons à exploiter vos points forts et à poser les bases pour un développement durable et prospère de votre entreprise. Malgré toutes les difficultés que vous rencontrez actuellement en tant qu'entrepreneur, je suis convaincu que nous parviendrons à en tirer des aspects positifs. Ensemble, tournons-nous vers l'avenir!

Bien cordialement, Urs Gauch

Responsable Clientèle entreprises et Succursales

urs.p.gauch@raiffeisen.ch

Les questions qui préoccupent les entrepreneurs

Alors que la crise du coronavirus se prolonge, les questions de trésorerie sont au cœur des inquiétudes. Mais il convient aussi de penser plus loin: les PME doivent retrouver leur stabilité, et s'assurer d'ores et déjà de générer de nouveaux potentiels pour l'avenir. Les experts du Raiffeisen Centre des Entrepreneurs (RCE) et des Banques Raiffeisen répondent à vos questions les plus pressantes.



Conseils

En cas de doute,

optez pour un crédit COVID-19 sans intérêts, vous n'avez rien à y perdre.

Planifiez avec soin vos liquidités!

Vous pourrez ainsi voir venir les éventuels manques de liquidités.

Si vous investissez,

préférez le leasing à l'achat, afin de préserver votre trésorerie.

Thème 1: surmonter

La priorité est de surmonter la crise. Cela implique tout d'abord d'assurer les liquidités, l'oxygène de l'entreprise.

«Jusqu'à présent, je n'ai pas encore contracté de crédit-relais COVID-19. Avec le temps, je commence à douter, dois-je quand même en demander un?»

Si vous craignez que la crise actuelle entraîne un manque de liquidités dans les semaines ou mois à venir, prenez un crédit COVID-19 (voir encadré). Vous ne paierez aucun intérêt et pourrez rembourser l'argent (indépendamment du montant) à tout moment, si vous n'en avez pas besoin. Vous ne renoncez donc à rien, mais cela vous procure une sécurité.

«Comment savoir si je risque de manquer de liquidités?»

Etablissez un budget de trésorerie. En faisant un état des lieux et en envisageant différents scénarios, vous détecterez plus facilement les éventuels

manques de liquidités futurs. Vous trouverez un outil gratuit pour vous aider à établir votre budget de trésorerie sur www.rce.ch/planificationliquidites.

«Etablissez un budget de trésorerie, c'est simple et très utile.»

Stefan Schenkel,
Directeur de la Banque
Raiffeisen Aarau-Lenzburg

«J'ai déjà obtenu un crédit COVID-19, mais il ne suffit plus. Puis-je refaire une demande?»

Non, on ne peut demander le prêt qu'une seule fois. Cela dit, si vous avez épuisé votre crédit COVID-19 et n'avez pas encore atteint 10% de votre chiffre d'affaires habituel, il existe une option

supplémentaire: le crédit COVID-19 Plus (voir encadré).

«Quelles aides supplémentaires Raiffeisen me propose-t-elle pour garantir ma trésorerie?»

Nous participons à différents programmes d'aide cantonaux, pour la plupart indépendants du programme de cautionnement de la Confédération. En outre, pour les crédits en cours, il est possible de reporter jusqu'à deux échéances d'amortissement.

«Mon entreprise a beaucoup souffert. Puis-je demander un sursis pour le remboursement du crédit COVID-19?»

Avec le «sursis COVID-19», le Conseil fédéral veut éviter que les entreprises qui se trouvent à court de liquidités en raison de la crise aient à se déclarer en faillite. Ce dispositif donne aux entreprises le temps de trouver des solutions avec leurs créanciers, et de se restructurer de manière indépendante. La condition préalable est que l'entreprise ait été financièrement saine à la fin de 2019 et que le surendettement soit résorbé d'ici la fin de l'année. Important: tenez compte des règles d'un sursis concordataire.

Faits

Crédit COVID-19

Son montant peut aller jusqu'à 10% de votre chiffre d'affaires, sans dépasser 500'000 francs; la Confédération le garantit à 100%, vous ne payez aucun intérêt.

Crédit COVID-19 Plus

Vous pouvez emprunter jusqu'à 19,5 millions de francs, à condition de vous soumettre tout d'abord à un contrôle de solvabilité usuel pour la branche. Le taux d'intérêt est de 0,5% sur les 85% du prêt cautionné par la Confédération. Sur le restant, le taux d'intérêt dépend du risque et diffère donc selon l'emprunteur.

Qui est éligible?

Toutes les entreprises individuelles, sociétés de personnes et personnes morales domiciliées en Suisse, fondées avant le 1er mars 2020. Leur chiffre d'affaires doit toutefois avoir été impacté de manière significative par la crise, et les entreprises doivent justifier d'une bonne santé financière auparavant.

Jusqu'à quand puis-je demander un crédit-relais?

Jusqu'au 31 juillet 2020.

Combien de temps faut-il pour obtenir le versement?

Pour les crédits COVID-19 jusqu'à 500'000 francs: entre 13 et 30 minutes.

Comment les fonds peuvent-ils être utilisés?

Ils ne doivent servir qu'à couvrir vos frais de fonctionnement, comme par exemple les loyers. Sont exclus: le versement de dividendes ou le financement de nouveaux projets.

Combien de temps ai-je pour rembourser le prêt?

Cinq ans.

Existe-t-il des solutions pour les start-up n'ayant que peu ou pas de chiffre d'affaires?

Oui; le Conseil fédéral a annoncé fin avril une solution spéciale pour les start-up. Il s'agit là aussi de crédits contre cautionnement. La Confédération et le canton garantissent entièrement jusqu'à 1 million de francs par start-up. Les demandes peuvent être soumises jusqu'au 31 août 2020: covid19.easygov.swiss/fr/pour-startups



Thème 2: stabiliser

Malgré la distanciation sociale et les problèmes d'approvisionnement, les entrepreneurs ont besoin de solutions pour générer de nouvelles ventes et maintenir la production.

«La distanciation sociale rendra les ventes plus difficiles, même après le déconfinement. Par ailleurs, les clients dépensent nettement moins d'argent. Comment parviendrai-je tout de même à écouler mes produits?»

Vous avez sans doute, durant le confinement, exploré des solutions d'urgence: de nouveaux canaux de distribution, ou de nouvelles offres ou prestations. Notre conseil: ne revenez pas simplement au statu quo antérieur, et intéressez-vous à ce qui rapporte toujours une plus-value. Ces dernières années, quantité de nouvelles plateformes de vente ont vu le jour dans l'industrie et l'artisanat. Elles vous permettent de promouvoir vos produits et services et de séduire une nouvelle clientèle. Pendant la crise, les entrepreneurs ont également découvert heroslocaux.ch, une excellente tribune pour se faire connaître (voir page 8).

«Comment, dans la situation actuelle, maintenir et renforcer le contact avec mes clients et prospects?»

Ne baissez les bras à aucun moment et misez sur votre singularité! Cela peut sembler banal, mais c'est toujours très efficace: des appels téléphoniques personnels, une carte manuscrite ou des mesures de marketing en ligne ciblées soulignent votre présence. En activant et entretenant vos réseaux sociaux via LinkedIn, Instagram ou Facebook, vous pouvez toucher les clients existants et potentiels facilement, et à moindre coût. Racontez votre histoire,

ce qui se passe chez vous, comment vous gérez la situation... Si vous n'êtes pas complètement à l'aise avec les médias sociaux, profitez des nombreux tutoriels qui abondent sur Internet.

«L'agilité et la ténacité des PME sont mises à rude épreuve, comme jamais auparavant – sur le plan émotionnel en particulier.»

Ibi Bertschi, responsable thématique
RCE Réussite commerciale

«Depuis l'arrivée du coronavirus, je suis confronté à des arrêts et des retards dans mes chaînes d'approvisionnement. Que puis-je faire pour y remédier? Et comment me prémunir à l'avenir?»

Par mesure de précaution, beaucoup de fournisseurs envoient des courriers de «force majeure», visant à fournir des informations mutuelles en lien avec des obstacles majeurs et imprévus. De cette façon, ils tiennent à faire preuve de transparence concernant d'éventuels problèmes de livraison ou de respect des délais. Important: cela ne les libère pas de l'exécution du contrat. Profitez-en pour envisager de diversifier vos fournisseurs et sous-traitants. Demandez-vous comment réduire votre dépendance en général, du côté des fournisseurs comme des clients. Avec qui avez-vous toujours voulu collaborer? Et quelle a toujours été votre clientèle rêvée?



Thème 3: croître

Mon modèle d'affaires est-il vraiment orienté vers l'avenir et résistant aux crises? Cette question est aujourd'hui cruciale.

«J'ai provisoirement élargi mon modèle d'affaires, et souhaite à présent développer de nouveaux canaux et débouchés. Pour cela, je dois investir. Mais n'est-ce pas le mauvais moment?»

Bien au contraire! C'est justement l'occasion de se tourner vers l'avenir et remettre en question les habitudes. Quels secteurs sont vraiment rentables? Quels nouveaux produits, marchés et segments de clientèle pourraient renforcer ma compétitivité à long terme? Investis-

«Imaginer des scénarios procure une longueur d'avance et des repères dans la «nouvelle normalité» à venir.»

Matthias Weibel,
directeur du RCE

sez dès maintenant dans des idées et technologies novatrices. Parce que l'économie et le monde du travail évoluent rapidement, il est crucial d'anticiper et de façonner activement l'avenir. Profitez de l'accalmie actuelle dans les affaires courantes pour réfléchir à des ajustements structurels et organisationnels.

«Il me faut des fonds supplémentaires pour réaliser des investissements urgents et développer mes canaux de vente digitaux. Puis-je obtenir pour cela un prêt de Raiffeisen?»

Après examen de votre demande de crédit, nous serons heureux de vous aider. Le leasing constitue souvent une alternative judicieuse à l'achat de biens d'investissement: il vous permet de préserver votre trésorerie, tout en exploitant le matériel nécessaire sans délai.

«Comment rendre mon entreprise plus résistante aux crises?»

Tournez votre regard vers l'avenir, et passez en revue différents scénarios, sans négliger «l'impossible». Construire des scénarios permet de se préparer ou s'adapter à des situations de marché en évolution rapide. La digitalisation omniprésente crée un canal de distribution supplémentaire, en cette période de confinement et de distanciation sociale. Par

exemple, en fournissant des services à plus longue distance, vous deviendrez moins vulnérable aux évolutions des marchés.

«Qu'est-ce qui pourrait me rendre ma motivation, en ces temps de chômage partiel, d'endettement, de contraintes réglementaires et de manque de main-d'œuvre?»

Il faut se rappeler que les PME suisses sont mises à rude épreuve tous les cinq à dix ans: crise financière, choc de l'euro, et maintenant le coronavirus. Il n'est pas évident de ressortir fortifié de telles crises. Or, pour les entreprises suisses en particulier, l'univers «VUCA» – Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity – n'est pas quelque chose d'inédit. En comparaison internationale, nos entreprises se distinguent depuis longtemps par leur productivité élevée et leur formidable capacité d'innovation. Et ça, c'est une source d'espoir. Par ailleurs, nous avons la chance d'avoir un Etat fort, qui a réagi rapidement et s'efforce d'atténuer l'effet des mesures sanitaires drastiques par des programmes d'aide économique immédiate.

Les Accompagnants des Raiffeisen Centres des Entrepreneurs, tous eux-mêmes chefs d'entreprise rompus aux situations de crise, ont déjà répondu à plus de 1'000 questions et demandes d'entrepreneurs suisses. Besoin d'aide? Appelez notre hotline:

024 564 56 40
ou rendez-vous sur [rce.ch/corona](https://www.rce.ch/corona)

Conseils



Vérifiez

Quels nouveaux produits et canaux de vente continuent de générer une plus-value même pendant le confinement?



Restez présent

Exploitez tous les canaux de communication, conventionnels ou avant-gardistes.



Plus que jamais

Perfectionnez davantage votre modèle d'affaires et investissez dans des concepts et technologies novateurs: cela vous rendra plus résilient.

Pour surmonter la crise, les entrepreneurs misent sur la créativité. En lançant des projets sur la plateforme de crowdfunding heroslocaux.ch, ils peuvent non seulement obtenir une bouffée d'oxygène financière à court terme, mais aussi renforcer à long terme les relations clients et explorer de nouveaux modèles d'affaires.

Restez créatif à travers la crise: attirez des liquidités provenant de votre région

En ces temps de crise, la solidarité est plus importante que jamais. Cela se reflète notamment dans la grande popularité que rencontrent les projets des PME sur la plateforme de crowdfunding de Raiffeisen, heroslocaux.ch. Mi-mai, plus de 1 million de francs avaient déjà été recueillis, dans le cadre de 236 projets. Avec le hashtag #LocalSupport, la plateforme rassemble les PME suisses qui doivent pallier à court terme la chute de leur chiffre d'affaires. C'est simple et gratuit: les entrepreneurs inscrivent leur entreprise, fixent un objectif financier et déterminent les contreparties offertes à leurs parrains et marraines. Les bons d'achat à utiliser ultérieurement, les abonnements ou encore les offres spéciales disponibles uniquement dans le cadre du crowdfunding sont particulièrement appréciés. Pour un restaurant, par exemple, cela peut être un souper romantique aux chandelles. Une fois le projet chargé sur la plateforme, à vous de mobiliser votre réseau de clientèle à l'aide d'une communication ciblée (voir nos conseils page 11).

Trois grands avantages

Pour les PME, un projet sur heroslocaux.ch présente trois avantages majeurs: tout

Pour en savoir plus:
www.heroslocaux.ch/localsupport



d'abord, le crowdfunding génère rapidement des liquidités, parce que l'entreprise perçoit tout de suite les montants versés, tandis que le produit ou service correspondant pourra être fourni par après. Ensuite, avec cette solution, l'entreprise n'est pas obligée de s'endetter pour accéder à des liquidités. Enfin, la plateforme renforce l'ancrage local des PME et leur popularité, dans l'idée de «promouvoir l'esprit d'initiative» si chère à Raiffeisen.

Les fédérations sont enthousiastes

Les conséquences de la crise et des restrictions de voyages et déplacements se font particulièrement ressentir dans les secteurs qui dépendent du contact direct

avec les clients: gastronomie, hôtellerie ou remontées mécaniques par exemple, ainsi que les organisateurs d'événements et institutions culturelles comme les cinémas, les théâtres et les musées. Et malgré l'assouplissement progressif, les prestataires de services tels que les salons de coiffure ou les commerçants – surtout non alimentaires – constatent une nette baisse de la clientèle. Cela a incité des fédérations professionnelles comme l'Union suisse des arts et métiers et Suisse Tourisme à soutenir la plateforme heroslocaux.ch en tant que partenaires.

«C'est une solution simple et pratique pour pallier un manque de liquidités. Le grand succès auprès des clients le prouve: les PME ne sont pas seulement des entités à but lucratif, elles jouent également un rôle social dans la vie du village ou du quartier.»

Hans-Ulrich Bigler
Directeur de l'Union suisse
des arts et métiers

Les secteurs où le contact avec le client est primordial sont particulièrement affectés par la crise. Quatre entrepreneurs nous racontent comment le crowdfunding les aide à surmonter cette période difficile.

#Projet 1

Hôtels-restaurants
Brienerburli & Löwen et Weisses
Kreuz, Brienz (BE)

Mathias Huggler, directeur

Données à la mi-mai



Financement obtenu
CHF 42'560

Objectif:
CHF 50'000

Dans quelle situation se trouve votre entreprise?

Nos restaurants sont fermés, et nos chambres pour la plupart inoccupées. Certes, nous avons mis nos 30 salariés au chômage partiel, mais devons toujours verser des frais fixes pour l'électricité, le chauffage etc.

Qu'attendez-vous de votre projet sur heroslocaux.ch?

Naturellement, le plus important est de couvrir nos frais fixes. Mais c'est aussi un bon moyen pour ne pas être oublié pendant la crise et de rappeler aux gens que nous existons toujours. J'espère que la crise incitera un peu les gens à s'intéresser davantage à leur propre région lors du choix d'une destination de vacances ou de leurs achats.

Comment faites-vous connaître votre projet?

Une de nos offres sur heroslocaux.ch consiste à «parrainer» une chambre d'hôtel. En guise de remerciement, le client peut passer une nuit dans «sa» chambre chaque année pendant quatre ans, avec en prime un «souper de baptême» la première année. Nous avons donc écrit à nos clients réguliers et à ceux qui réservent directement chez nous, et mettons en avant ce projet sur nos propres canaux, comme le site web et les réseaux sociaux. Par ailleurs, des stations de radio et des journaux locaux nous soutiennent.

Comment avez-vous entendu parler de heroslocaux.ch?

Notre Banque Raiffeisen locale nous a écrit. L'idée est venue de mon frère Peter, ma sœur Christine a mis le projet sur pied en deux jours, et moi j'aide maintenant à le mettre en œuvre.



#Projet 2

Boutique de vêtements pour enfants
Molto Bene, Balsthal (SO)

Benedikt Ritler, propriétaire

Données à la mi-mai



Financement obtenu
CHF 10'750

Objectif:
CHF 5'000

Dans quelle situation se trouve votre entreprise?

La crise a frappé le secteur de l'habillement au plus mauvais moment: les nouvelles collections arrivent au printemps. En d'autres termes, beaucoup de marchandises et beaucoup de factures, mais pas de clients et donc pas d'entrées d'argent.

Qu'attendez-vous de votre projet sur heroslocaux.ch?

Garantir les liquidités et donc l'existence de l'entreprise, ce sont évidemment mes priorités. Sur la plateforme, nous vendons des bons d'achat que nos clients pourront faire valoir ultérieurement. Mais ce n'est là qu'une mesure parmi d'autres; nous avons également demandé un crédit COVID-19 et mis nos employés au chômage partiel. Par ailleurs, nous essayons d'atteindre nos clients par le biais de nouveaux canaux de vente, et leur livrons également des articles à domicile. Nous restons donc en contact, les gens voient que nous nous activons, et que nous ne restons pas les bras croisés face à la crise.

Comment faites-vous connaître votre projet?

Nous employons principalement les canaux digitaux, comme Facebook ou WhatsApp. Et ça s'est avéré efficace: notre projet sur heroslocaux.ch a été largement diffusé et a séduit de plus en plus de monde.

Comment avez-vous entendu parler de heroslocaux.ch?

C'est une amie à moi qui travaille à la Banque Raiffeisen du village voisin qui m'en a parlé. Je trouve ça formidable que cette plateforme soit désormais ouverte aux PME! Ce qui me plaît particulièrement, c'est que heroslocaux.ch ne fait pas que récolter des dons: les parrains et marraines reçoivent quelque chose en retour. Car simplement demander l'aumône, ce n'est pas mon genre.

#LocalSupport

#Projet 3

Kafi Franz, St-Gall (SG)

Denise Weber, fondatrice

Données à la mi-mai



Financement obtenu
CHF 22'459

Objectif:
CHF 25'000

Dans quelle situation se trouve votre entreprise?

Nous sommes une petite exploitation, et vivons un peu au jour le jour. Nous avons certes mis nos employés au chômage partiel, mais nous devons quand même payer les assurances sociales et les charges courantes. Et nous manquons pour cela des liquidités nécessaires.

Qu'attendez-vous de votre projet sur heroslocaux.ch?

Les crédits COVID-19 sont une bonne initiative. Mais je n'ai pas passé les sept dernières années à rembourser mon emprunt précédent pour m'endetter à nouveau! Grâce à heroslocaux.ch, j'ai maintenant accès à des liquidités, et grâce à la vente de bons d'achat, je sais que les clients reviendront chez nous une fois que les restrictions ont auront été assouplies.

Comment faites-vous connaître votre projet?

Notre principal canal de marketing habituel est actuellement hors service: le contact direct et les échanges avec nos clients. Nous en parlons donc principalement à notre entourage – amis, famille – et sur notre site web. J'envisage également de réactiver notre newsletter électronique.

Comment avez-vous entendu parler de heroslocaux.ch?

C'est Raiffeisen qui a attiré mon attention sur cette plateforme. Et je suis bien contente de m'être lancée, alors qu'au début j'étais pétrifiée par le choc du coronavirus. C'est tellement encourageant et stimulant de voir à quel point les gens nous soutiennent! heroslocaux.ch nous aide non seulement financièrement, mais aussi moralement.



#Projet 4

Bluemelade bim Schloss,
Aesch, Oberwil (BL) et Bâle (BS)

Michael Fleig, propriétaire

Données à la mi-mai



Financement obtenu
CHF 5'980

Objectif:
CHF 2'000

Dans quelle situation se trouve votre entreprise?

Nous n'avons pas souffert que par la fermeture de nos trois boutiques; avec l'interdiction des manifestations, nous avons également perdu de grosses commandes, pour des mariages ou des événements d'entreprise. Or, nous devons tout de même payer les salaires et les loyers. Nous essayons d'atténuer la baisse des recettes en proposant la livraison gratuite. Et ça marche très bien, jusqu'à maintenant.

Qu'attendez-vous de votre projet sur heroslocaux.ch?

Au départ, je n'avais pas de grandes attentes, j'étais même un peu sceptique; je ne voulais pas donner l'impression de mendier. Mais il se trouve que nous offrons aussi quelque chose en retour aux clients: avec la livraison gratuite sur toute la zone de chalandise, un soutien sous la forme de l'achat d'un bon serait un beau geste en retour. Jusqu'à présent, cette démarche semble très appréciée: nous avons déjà nettement dépassé notre objectif de financement!

Comment faites-vous connaître votre projet?

Je l'ai partagé sur notre compte Facebook. Chez nous, à Aesch, les membres de la chambre de commerce et d'industrie se sont regroupés, et ont soumis plus de 40 projets au total. Il y a un site web dédié, des affiches sont placées dans tout le village et les entreprises impliquées sont très actives sur les réseaux sociaux. Ça nous donne donc beaucoup de visibilité.

Comment avez-vous entendu parler de heroslocaux.ch?

C'est la chambre de commerce qui m'en a parlé, je n'en aurais probablement jamais eu l'idée moi-même!

Les clés de la réussite de votre projet sur heroslocaux.ch

Pour que vos offres rencontrent le succès, il faut bien sûr en informer vos clients et parrains potentiels. Planifiez votre communication en trois étapes!

1.

Informez vos clients réguliers et votre entourage

Sur heroslocaux.ch, il s'agit de mobiliser vos contacts existants, en premier lieu vos clients réguliers et votre entourage personnel. Utilisez votre carnet d'adresses et envoyez par exemple un publipostage, une notification WhatsApp ou une newsletter électronique, annonçant vos offres et abonnements. Le site heroslocaux.ch vous propose des modules de texte et des modèles qui vous faciliteront la tâche.

2.

Elargissez votre audience

Afin de toucher d'autres personnes en plus de la clientèle habituelle, votre projet a besoin de publicité supplémentaire. Il peut s'agir d'une affiche dans votre vitrine, ou encore d'un court article dans le journal local. Là aussi, heroslocaux.ch vous accompagne à l'aide de modèles dédiés. Si vous utilisez Facebook, que ce soit pour les affaires ou en privé, tant mieux: sur heroslocaux.ch, les PME peuvent partager leurs projets avec tous leurs contacts, directement sur les réseaux sociaux.

3.

Restez en contact

Vos clients voudront savoir comment se porte votre entreprise et comment évolue votre projet #LocalSupport. Informez régulièrement vos parrains et marraines de vos progrès: une communication continue augmente les chances que votre offre fasse parler d'elle et séduise toujours plus de monde. Avec heroslocaux.ch vous pouvez écrire directement aux fans de votre projet.

«Les projets publiés sur heroslocaux.ch montrent à quel point le secteur est créatif. Les hôtels, restaurants et autres prestataires touristiques y expérimentent des modèles d'affaires inédits. Cela peut donner naissance à des offres digitales séduisantes et de nouveaux canaux de distribution, qui seront toujours d'actualité une fois la crise derrière nous.»

Martin Nydegger,
directeur de Suisse Tourisme



Les PME tournées vers l'avenir

Malgré toutes les difficultés, les PME suisses affrontent la crise avec lucidité et créativité. Elles assurent leur survie, augmentent leur résilience et se préparent aussi à l'avenir.



Darko Bosnjak
Fabrique de glaces Kalte Lust,
Olten (SO)

«Nous avons reçu l'argent avant même d'apprendre l'octroi du prêt»

Ce devait être le meilleur début de saison de cette start-up: les premières années, décisives, étaient derrière elle, et le beau temps en mars donnait envie de délicieuses crèmes glacées traditionnelles. Au lieu de cela, ce sont d'abord les noisettes et pistaches en provenance d'Italie qui se sont mises à manquer, puis arriva le confinement. Mais l'entreprise était prête. «Dès janvier, nous avons discuté avec notre conseiller des possibilités pour éviter les manques de liquidités», explique le co-directeur, Darko Bosnjak. L'entreprise a donc augmenté son crédit existant, opté pour le leasing plutôt que l'achat de sa nouvelle machine de conditionnement, et finalement demandé un crédit COVID-19. Darko Bosnjak sourit: «Avant même que nous sachions si le prêt était accordé, l'argent était déjà sur notre compte!»

«Nous avons massivement investi dans le marketing en ligne»

Lorsque Thomas Zuberbühler, «Zubi» pour ses proches, a dû fermer temporairement ses magasins de chaussures et d'équipements de loisir, c'est là que le travail a vraiment commencé: en peu de temps, Zubi a réorienté toute son activité sur sa boutique en ligne. «Heureusement, il y a trois ans, sur les conseils du Raiffeisen Centre des Entrepreneurs, j'ai décidé d'investir dans l'e-commerce», explique-t-il. Jusqu'à présent, cela n'avait pas trop bien fonctionné. Mais sans ce canal de vente digital, la PME aurait perdu en mars 90% de son chiffre d'affaires d'un seul coup. Thomas Zuberbühler a pu limiter les pertes en misant massivement sur le marketing en ligne: par exemple, sur sa chaîne «Zubi Live», il publie des vidéos de cours de sport ou des conseils pour la randonnée dans sa région, Appenzell.



Thomas Zuberbühler
Zubischuhe.ch AG,
Herisau



Claudia Braun
Café-restaurant-bar Drahtseilbähnli,
St-Gall (SG)

«Submergée par le soutien des gens de la région»

«Incroyable!» Claudia Braun est bouleversée par les flots d'encouragement reçus via la plateforme de crowdfunding heroslocaux.ch. En quelques jours, la gérante du café Drahtseilbähnli a non pas atteint, mais bien dépassé, son objectif de financement initial de 20'000 francs. Les bons d'achat pour le brunch et pour des soupers aux chandelles qu'elle proposait sur la plateforme avaient tous trouvé preneur en très peu de temps. De plus, elle a reçu de nombreux dons. «Ça m'a particulièrement touchée: des gens qui ne demandent rien en échange de leur soutien. Y penser me laisse sans voix!» Face à la crise, Claudia Braun ne mise pas seulement sur le soutien local, mais aussi sur la flexibilité, et a lancé une offre de restauration à l'emporter.

Solutions pour entrepreneurs

→ raiffeisen.ch/soutienauxpme