

ÉDITION NATIONALE

NUMÉRO 21 DÉCEMBRE 2012

COMPTAZINE

ECONOMIE

**LES COMPARATEURS
DE PRIX EN LIGNE**



ZOOM

**EVOLUTION DU
BUSINESS ONLINE**

RESSOURCES PÉDAGOGIQUES

**COURS GRATUITS
À TÉLÉCHARGER**

DOSSIER

**MONTER SON BUSINESS
EN 3 SEMAINES**

DE L'OR
AU BOUT DES DOIGTS

ISSN : 2262-0117



France métropolitaine - Décembre 2012 - 3,50 €

www.comptazine.fr

Y
ACCOUNTANCY
SIMPL
Association loi 1901



SOMMAIRE

Numéro 21 - décembre 2012

DE L'OR AU BOUT DES DOIGTS



**ÉCONOMIE : LES COMPAREURS
DE PRIX EN LIGNE**

P.6



**DOSSIER : MONTER SON
BUSINESS EN 3 SEMAINES**

P.10



COMPTABILITÉ

P.4



ZOOM

e-commerce P.8



CINÉMA

P.13



JEUX

P.14

04 COMPTABILITE

Optimiser sa date de clôture

05 LIVRE

Ciel Compta 2013 pour les nuls

06 ECONOMIE

Le modèle économique des comparateurs de prix en ligne

08 ZOOM

Evolution du business online

09 DERNIERES MISES EN LIGNE

Cours, exercices, sujets et corrigés de tout niveaux à consulter et à télécharger gratuitement en ligne. Flashez !

09 ACTUS CSOEC

Elections des conseils régionaux

10 DOSSIER

Monter son business en 3 semaines

13 SORTIES CINÉ

Le hobbit : un voyage inattendu ; De l'autre côté du périph

14 JEUX VIDEO

Zombiewood, The Settlers, 10^e anniversaire de GTA Vice City

15 DIVERTISSEMENTS

Retrouvez vos divertissements préférés, Enigmes, Sudokus et brèves.

COMPTAZINE : n°21 - Décembre 2012 - France métropolitaine 3,50 € - Comptazine est édité par l'Association Accountancy Simply - 24 r. de la Paix 77500 Chelles - Siret 528 955 586 00011 - N° ISSN 2262-0117 - Dépôt Légal : décembre 2012 - Directeur de publication : Sébastien Demay 06 46 46 29 41 - Rédacteur en Chef : Jean-François Muller - Rédacteurs : Alexandre Triponavi, Christelle Janod, Guillaume Demay, Jean-François Muller, Johanna Crespin, Marion Grapaud, Stéphane Panier, Viven Coudrais - Responsable Publicité et Développement : Olivier Moreau : 06 85 07 29 00 - Maquette : L'Oliv' Communication - lolivcom@gmail.com - Crédit Photo Couv : Shutterstock ; Impression : MEGATOP : 05 49 90 28 00 - Colisage : GIS Logistique : 02 31 59 53 98 contact@gis-logistique.fr ; La Poste ; Association Accountancy Simply.



ÉDITO



Sébastien Demay

Gare aux arnaques

Je vous déconseille vivement d'être victime d'une arnaque sur le web. Certaines arnaques peuvent vous amener un jeudi soir aux alentours de 20h à rôder dans un centre de tri postal pour récupérer de toute urgence votre colis fraîchement expédié avant qu'il ne le soit vraiment.

Les arnaques sur le web peuvent être de plusieurs niveaux et certaines sont particulièrement bien construites. L'arnaque la plus classique dont vous pouvez être victime est d'envoyer un paiement sans l'assurance que votre commande soit expédiée ou sans certitude de recevoir le bon produit.

Généralement, les escrocs vous invitent, avec toutes les meilleures excuses du monde, à les payer, soit pour le produit, soit pour un autre service leur permettant théoriquement de vous livrer le produit. Je pense évidemment au faux vendeur qui, de la plus merveilleuse des façons, vous propose de le payer en mandat cash afin de faciliter la transaction, ou encore à cet excellent marchand qui, lui aussi, par le plus grand des hasards, a besoin de quelques euros pour acheminer votre colis jusqu'à la plus proche plate-forme d'envoi. Ces arnaques-là sont grossières et malheur à vous, crédules e-acheteurs, si vous tombez dans ces pièges.

En revanche, des exemples beaucoup plus fins d'arnaques ont été révélés. Une des techniques les plus audacieuses à été de récupérer sur un vrai-faux site de e-commerce les numéros de carte bancaire pour ensuite débiter régulièrement quelques euros. Mis bout à bout, les montants ainsi dérobés représentent une petite fortune. Plus courant, des faux sites de e-commerce voient le jour régulièrement. Pour votre information, il est possible de réagir suite à une arnaque caractérisée comme celle-ci. Vous pouvez porter plainte, faire des démarches auprès de la Fevad ou auprès du service de la concurrence, consommation et répression des fraudes.

Pour les vendeurs qui utilisent les sites tels qu'*EBay* ou encore *Le bon coin*, la nouvelle mode pour les escrocs du web est d'imiter les preuves du paiement, de vous les envoyer par mail et enfin d'exiger de vous une expédition rapide du produit. Dans un premier temps, le faux acheteur vous contacte pour obtenir plus de renseignements sur votre produit. Dans un second temps, vous recevez un mail d'une adresse bidon telle que *Paypal@yahoo.fr*. Ce genre de mail peut se révéler extrêmement vicieux car il vous pousse à croire que vous avez reçu un paiement mis en attente et que la seule manière de le débloquent est d'envoyer l'objet. De plus, le mail ressemble énormément aux mails officiels reçus d'habitude.

Mais certaines arnaques sont d'un autre genre et utilisent quelques astuces. Si vous possédez un compte *Gmail* de *Google*, vous recevez sûrement de nombreux spams expliquant que le service va être interrompu si vous ne fournissez pas, *hic et nunc*, toutes les informations de votre compte, mot de passe, question secrète, numéro de téléphone. Ce procédé frauduleux est appelé « hameçonnage » ou « phishing ». Là encore, la meilleure façon de se protéger est de vérifier l'adresse mail de l'expéditeur et de la comparer à l'adresse réelle connue. Toutefois, certaines adresses sont particulièrement piégeuses. Par exemple, <http://www.societegenerale.fr/> au lieu de <http://www.societegenerale.fr/>

Restez donc bien vigilants sur la toile. Bonne Lecture !

OPTIMISER SA DATE DE CLÔTURE

N'importe quelle date peut être choisie pour clore son exercice comptable, et trop peu d'entreprises utilisent une stratégie de date de clôture. Quel dommage !

Quelle date choisir ?

Le premier argument consiste à avoir une date différente de celle du 31 décembre sachant qu'une clôture à la bonne date permet de présenter un meilleur bilan, en optimisant le stock, les créances et les dettes, et permet de suivre la saison-

nalité de votre activité. Les ratios ne peuvent qu'en être meilleurs !

Si votre activité est de vendre des maillots de bain, il semble plus logique de clôturer au 31 octobre, après la saison estivale, au moment où le stock est le plus bas (et donc plus facile à compter), que la majorité de vos clients ont payé et que vous avez normalement payé vos fournisseurs. La trésorerie est la meilleure possible et le bilan n'en est que plus fidèle à la réalité de l'activité. Alors que le chocolatier a intérêt à clôturer après Pâques, au 30 avril, une station de ski clôturera au 31 mai etc. Il faut se caler sur son cycle d'exploitation.

Le deuxième argument est ponctuel et aura un effet d'aubaine : l'optimisation fiscale. Différer ou avancer une date de clôture peut permettre de profiter d'une dernière période d'un avantage fiscal ou social, ou au contraire de la repousser car les impôts sont calculés sur l'exercice, quelle que soit la durée de celui-ci.

Réduire un exercice permet également, en cas d'année ou d'opération exceptionnelle, de diminuer le résultat (calculer sur

6 ou 9 mois par exemple) d'un exercice pour le lisser sur deux ou trois.

Le seul inconvénient est d'avoir à calculer un prorata des taxes et des impôts à payer pour clôturer le bilan ainsi qu'un mois de moins pour rendre sa déclaration fiscale et payer son solde d'impôts sur les sociétés.

Comment changer la date de clôture ?

L'article L.123-12 du code de commerce prévoit un exercice normal de 12 mois. Néanmoins, à titre exceptionnel, on peut avoir un exercice supérieur ou inférieur, mais la date de clôture ne peut changer que pour l'exercice en cours.

La date de clôture est inscrite dans les statuts, donc pour la changer, il faut réunir une Assemblée Générale Extraordinaire qui allongera ou réduira la durée de l'exercice.

Il suffit de déposer au greffe du tribunal de commerce un Procès-verbal de cette assemblée, un formulaire M2, et des statuts mis à jour. ■

Jean-François Muller



POUR
EN
SAVOIR



Téléchargez le
formulaire M2 :



www.service-public.fr

Les twittos

@servicepublicfr



CIEL COMPTA 2013 POUR LES NULS

Faire sa comptabilité en fin d'année est un casse-tête pour bon nombre de jeunes entrepreneurs. Mais tous ne sont pas égaux devant la saisie de leurs opérations. Il y a les utilisateurs de Ciel Compta 2013 qui se sont offert en guise de cadeau de Noël « *Ciel Compta 2013 pour les nuls* » aux éditions First et les autres.

Ciel compta, c'est quoi ? C'est un logiciel de comptabilité pratique et fonctionnel qui s'adresse essentiellement aux créateurs d'entreprises. Vous pouvez tenir votre comptabilité en saisissant vos écritures dans les multiples modes de travail proposés, ré-imputer des comptes, effectuer tous vos lettrages et pointages, tenir une trésorerie prévisionnelle et même envoyer des lettres de relance à vos clients. Le logiciel est simple d'accès, créé et développé pour tenir sa comptabilité facilement. On notera tout particulièrement, l'assistant Intuiciel qui permet d'accéder directement à tel ou tel type de fonctionnalité directement depuis l'accueil.

« *Ciel compta 2013 pour les nuls* » illustre parfaitement l'ensemble des opérations possibles avec ce logiciel. Cet ouvrage regorge de visuels et d'indications pour prendre en main parfaitement toutes les fonctionnalités du logiciel. Plus qu'un guide, il est une référence du genre pour exploiter pleinement les capacités du logiciel *Ciel compta 2013*.

Il est important d'expliquer quelles sont ces fameuses fonctionnalités décrites dans « *Ciel Compta 2013 pour les nuls* ». Tout d'abord, le basique. De l'installation aux règles majeures de la comptabilité, tout y est parfaitement expliqué, toutes

les impressions écrans y sont fidèlement reproduites.

Les préférences et le paramétrage du logiciel sont expliqués pas à pas. Les visuels sont nombreux et chaque étape des processus est détaillée. Concernant la partie règles de comptabilité, les explications sont suffisantes et efficaces pour se rappeler les principes et les méthodes pour correctement comptabiliser. Plusieurs paramètres potentiels sont expliqués en détail pour les créateurs de micro-entreprises et les créateurs tout court.

L'ensemble des modes de saisie et des exemples pratiques sont donnés dans la troisième partie de l'ouvrage. Ré-imputations, contrepassations, lettrage, pointage, rapprochement bancaire, relance des clients et gestion d'une trésorerie prévisionnelle sont au programme. On notera les explications claires et précises concernant les impressions de RIB, les bordereaux de remise en banque et plus particulièrement les importations des relevés pour attribuer aux opérations bancaires, un compte, un mode de paiement ou encore un code analytique.

Mais ce n'est pas tout. *Ciel compta 2013* propose d'autres fonctionnalités qui sont expliquées dans cette édition pour les nuls. Le point important pour gagner du temps lors de la tenue de votre comptabilité est l'édition automatique de votre déclaration de TVA. Tout y est encore une fois expliqué avec simplicité. De l'assistant de déclaration jusqu'à la télédéclaration de TVA, voilà de quoi satisfaire tous les accros du paramétrage efficace.

Et rassurez-vous ! *Ciel Compta pour les nuls* vous permettra de sortir du lot et de ne plus être nul, justement. Bonne saisie à tous.



POUR EN SAVOIR +

Vous pouvez commander ce logiciel directement sur www.ciel.com :



Retrouvez tous les commentaires de cet article sur facebook

Les twittos

@pourlesnuls
@SageFrance



LE MODÈLE ÉCONOMIQUE DES COMPARATEURS DE PRIX EN LIGNE

Quel est le fonctionnement et le modèle économique des comparateurs de prix en ligne ?

Lorsque vous cliquez sur une offre, vous êtes redirigé vers le site du marchand ou celui du distributeur, qui rémunère alors le comparateur. Le comparateur facture également un droit d'entrée sur son site aux distributeurs et aux marchands qui souhaitent être référencés. Le travail du comparateur se situe sur le plan du contenu. Il doit rafraîchir régulièrement les informations associées aux produits affichés. Généralement, les comparateurs imposent aux marchands la transmission des informations les plus complètes possible. En aval, le travail de vérification est colossal, il en va de la crédibilité du comparateur.

La transmission des informations peut s'avérer difficile à mettre en œuvre compte tenu de la complexité avec laquelle se nouent les relations entre comparateurs et marques. Soit la démarche est initiée avec une équipe commerciale et les offres sont suffisamment bien packagées pour les accueillir, soit ce sont les marques qui viennent aux comparateurs, qui apportent une solution technique. De plus en plus de marques vendent en direct, mais elles sont toujours tenues de satisfaire leur réseau de distribution.

Remise en question du modèle

Les distributeurs ont longtemps considéré les comparateurs comme des eldorados numériques et ont quelque peu revu leur position, puisque les sites ne sont pas toujours des leviers idoines qui inciteraient inévitablement à l'acte d'achat. De plus, quelques produits continuent de défier tout processus de comparaison. C'est le cas des livres : nul besoin d'une connaissance exhaustive de l'offre pour franchir le pas ; et les vacances sont trop symboliques pour être confiées à des comparateurs. Les distributeurs

ont pris conscience de cette limite. Avant, les distributeurs envoyaient l'intégralité de leurs catalogues, mais ils se sont rendu compte que la rentabilité n'était pas la même selon les produits. Il faut maintenant cibler et choisir comparateur par comparateur.

Cette remise en question du modèle induit également de possibles chambardements en termes financiers : Le modèle au coût par clic est simple d'usage, mais il requiert des analyses pointues pour déterminer les taux de conversion exacts. Auparavant, la plupart des sites travaillaient au coût par action, c'est-à-dire que le comparateur n'était rémunéré que s'il permettait un acte d'achat. Ce système a été mis de côté, car il était considéré comme trop complexe. Pourtant, il était plus juste et relevait davantage d'une logique de partenariat. Certains comparateurs ne souhaitent toutefois pas changer de modèle et ne passeront pas à la rémunération par action car le fait d'acheter ne relève pas du métier des comparateurs.

Objectivité questionnée

Mais même au coût par clic, le partenariat entre marque et comparateur n'a rien de facile, car il est émaillé de nombreuses incompréhensions. Ainsi, les responsables marketing ont-ils la lourde tâche de rendre visible les produits de leur entreprise sur les comparateurs. Ils en utilisent beaucoup : des gros, très axés sur les prix, et d'autres plus verticaux, plus petits et centrés sur le contenu. Les tarifs sont similaires, mais pour que leur offre soit réellement visible, certaines marques n'hésitent pas à payer plus cher. Ce classement se fait donc à l'enchère du commerçant, ce qui n'est pas à l'avantage du consommateur.

C'est ainsi que Kelkoo a par exemple été condamné en 2010 pour pratique déloyale et trompeuse. La Cour d'appel a même précisé que Kelkoo « ne saurait prétendre que la présentation des produits est objective et qu'elle ne s'apparente pas à une promotion de ces derniers ». Surtout, son moteur de recherche a été mis en cause, puisqu'il affirmait à tort que « *kelkoo sniffer* » *recherchait les meilleurs prix*. Le jugement fut partiellement cassé mais les traces restent : les visiteurs avaient déjà jeté le discrédit sur les comparateurs, et la Cour de cassation a approuvé la Cour d'appel qui jugeait que le chemin *par entonnoir* que devait emprunter l'internaute pour appréhender la nature publicitaire du site était trop complexe, puisqu'il supposait d'ouvrir plusieurs fenêtres sur le navigateur.

La Direction générale de la concurrence de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) lance régulièrement des rappels à l'ordre et le secrétariat d'État à la Prospective et au Développement de l'Économie numérique a créé une charte et un label pour contrôler les sites de comparaison. Les critères d'obtention : fréquence de l'actualisation, transparence de l'affichage des offres, ou encore inclusion des frais de port dans la prise en compte des prix. En réaction, pour empêcher la triche, une nouvelle famille de comparateurs a vu le jour : des sites qui font la part belle à la parole du consommateur, grâce à un usage plus « *web-social* » d'Internet. Désormais, ce n'est plus la marque qui parle au consommateur, mais le consommateur qui discute avec le consommateur. Les marques voient ce discours leur échapper : les informations ne sont plus la propriété unique du distributeur. Tout l'enjeu est de faire en sorte que les gens parlent à bon escient de la marque.

Faire parler mais en bien, contrôler mais pas trop : l'équilibre peut être difficile à trouver. Les avis de consommateurs, s'ils permettent de contextualiser le commentaire, de générer un discours et une histoire, sont également sources de profondes inquiétudes pour les distributeurs. De quoi empêcher de dormir quelques directeurs marketing. Lorsqu'un internaute émet une critique virulente, l'e-commerçant peut rédiger un contre-avis publiable sur le site.

Et, lorsque les marques ne jouent pas le jeu et cèdent à la tentation de publier de faux commentaires favorables à leur image, les comparateurs assurent se montrer impitoyables. « *Nous repérons vite les faux avis clients. Notre système de modération, à la fois physique et virtuel, nous permet de visualiser les anomalies*, prévient Sylvain Billault, de Kelkoo. *Le modérateur est rattaché à l'équipe produit, et non à l'équipe de communication, pour éviter tout contact entre lui et le client. Il arrive que certaines marques nous demandent de retirer des avis. Mais on refuse par principe, même si nous leur accordons un droit de réponse.* »

Pluie de critiques

Dans le rapport aux clients, une question reste épineuse : que faire des informations qu'il transmet au comparateur ? Préférences, âge, situation géographique, habitudes d'achat... Les traces laissées par l'internaute sur la toile sont une mine d'or. Pourtant, tous les sites affirment en cœur ne pas y toucher, et ne jamais les transmettre aux annonceurs car ce n'est pas à eux d'enclencher le processus de fidélisation. Pourtant, il est clair que les comparateurs récupèrent les informations, un peu « *à l'insu de votre plein gré* ». Ces données sont un enjeu d'avenir, puisqu'être influenceur, conquérir de la visibilité s'avère désormais plus important que d'avoir un média acheté ou conquis. En outre, chaque internaute peut en faire l'expérience : laisser ses coordonnées sur un site de comparaison est l'assurance de se trouver assailli, les jours suivants, d'appels téléphoniques émanant d'acteurs du secteur consulté.

Pour brouiller les pistes et déjouer le piège de la comparaison, certaines marques ont trouvé la parade : multiplier les packages et les offres spéciales, offrir des acces-

soires, pratiquer des politiques floues quant aux frais de port. Elles s'assurent ainsi que rien n'est plus comparable. Pour le comparateur, les dés sont pipés. Un des problèmes des comparateurs, c'est l'idée d'un prix « *tout compris* » alors que les frais de livraison ne sont, par exemple, pas intégrés. Les visiteurs se rendent compte de la méprise lorsqu'ils réalisent que le premier produit surligné n'est pas forcément le moins onéreux. Résultat de ce jeu de dupes : le taux d'abandon du panier constitué est relativement important.

La situation devrait se compliquer encore davantage pour les comparateurs, avec l'arrivée sur le marché de Google Products, qui se présente comme gratuit, et ambitionne d'aller encore plus loin, en s'attaquant par exemple à la vente de billets d'avion en ligne.

Autre point délicat : la transparence, réclamée à grands cris par les consommateurs et les marques. Une des problématiques des marques, c'est qu'elles sont contraintes de faire confiance aux comparateurs quant au nombre de clics. Nous n'avons aucun contrôle sur ce qui nous est facturé, c'est une véritable boîte noire. Il y a toujours un doute : est-ce que l'on paie trop ? Pour donner le change et parer les critiques, Kelkoo s'est doté d'un système de comptage complémentaire. D'autres comparateurs en ligne ont recours à des outils de gestion afin de récupérer les informations issues des comparateurs, ce qui leur permet de calculer le taux de conversion. Impossible de connaître les meilleurs mots-clés, puisque les comparateurs ne les communiquent pas : les marques procèdent donc de manière empirique, en multipliant les tests.

Menaces technologiques

Un autre facteur de désorganisation plane comme une épée de Damoclès sur la tête des comparateurs : les algorithmes Google, sur lesquels tout le monde spéculait sans les connaître. Être favorisé par le référencement étant absolument essentiel, la moindre mise à jour bouleverse les stratégies. Ainsi, lorsque le leader mondial des moteurs de recherche a décidé de privilégier les contenus originaux, les comparateurs, davantage portés sur l'agrégation de contenus, ont eu quelques sueurs froides. Ainsi, Twenga a dégringolé dans les

classements, reculé de quelques pages, et perdu beaucoup de visibilité au final. Pour endiguer la chute, le site a entamé une procédure à Bruxelles pour « *abus de position dominante* », jugeant que Google faussait la donne. Quid de cette neutralité dont le géant américain se vante lorsqu'il s'engagera définitivement sur le marché ?

Mais surtout, ce qui va mettre au défi les comparateurs dans les prochaines années, c'est la question centrale du numérique : « *Pour sortir de la crise, il va falloir repenser l'économie avec Internet à l'intérieur. Le Web ne passera bientôt plus par les ordinateurs mais par les téléphones portables. Il va falloir rationaliser tout ceci* ». Le futur de la comparaison passera peut-être également par un modèle plus intégré. Le site de comparaison fera tout pour vous et comparera un service global. Le modèle de la comparaison peut aller plus loin, en nivelant et prenant le risque de considérer que tout se vaut.

Il faudra également prendre en compte des comportements à la lisière de l'acte d'achat. Combien d'internautes fréquentent les comparateurs uniquement pour se renseigner, et donc sans générer de vente immédiate ? Les ventes en ligne, dont les pourcentages restent mineurs, ne sont pas le critère le plus juste. Il sera aussi nécessaire de préciser combien de visiteurs ils contribuent à drainer vers les boutiques en dur. Si certaines marques, généralement haut de gamme, ne veulent pas être associées aux comparateurs de prix, pour beaucoup d'autres, il faudra limiter les catalogues et segmenter l'offre, le tout sans se disperser. La problématique financière gagne en importance. A vouloir être présent sur tous les sites de comparaison à la fois, les marques peuvent perdre la notion de rentabilité.

Ce qui pourrait bien se télescoper avec la montée du multi-touch, où l'internaute est confronté en permanence à une multitude d'informations. Kelkoo, comme Ciao et d'autres, ne jugeront bientôt plus impunément. Le site *Lescomparateurs.com*, adepte de la mise en abîme, propose justement de comparer les comparateurs... ■

Stéphane Panier

ÉVOLUTION DU BUSINESS ONLINE

Pouvoir faire ses achats d'un simple clic, c'est le credo de nombreux sites tels qu'Amazon, Ebay, Cdiscount, Fnac, Price Minister et j'en passe. Quels sont les règles de sécurité obligatoires pour vendre en ligne ? Que représente ce marché par rapport aux circuits classiques de la grande distribution ?

L'évolution du marché en ligne en 2012

Les ventes sur internet devraient atteindre 45 milliards en 2012 après une hausse de 21 % au troisième trimestre. A quelques semaines des fêtes de Noël, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (Fevad), publie les résultats de son enquête trimestrielle sur les ventes sur internet. Cette étude, réalisée à partir des données recueillies auprès des sites « leaders » participant à l'indice iCE 40 et des informations communiquées par les principales plateformes sécurisées de paiement (regroupant plus de 100 000 sites), permet de tirer les enseignements suivants sur l'évolution du marché.

33 milliards d'euros dépensés sur internet au cours des 9 premiers mois.

Le montant total des ventes sur internet a progressé de 21 % au 3^e trimestre. Cette croissance est identique à celle observée au second trimestre. Elle bénéficie notamment de l'augmentation du nombre d'acheteurs sur internet qui progresse de +1,7 million. Parallèlement, on observe une hausse du nombre de commandes par acheteur. Ainsi, au cours du dernier

trimestre, le nombre de transactions par cartes a bondi de 27 %. Cette hausse des transactions a permis de compenser une accélération de la baisse du montant moyen des commandes qui chute de 4 % depuis le début de l'année à 88 €.

Enfin, l'environnement concurrentiel continue de se renforcer sur le marché des ventes sur internet. Le nombre de sites marchands actifs a progressé de 20 % au cours du dernier trimestre et devrait passer la barre des 120 000 à la fin de l'année.

La sécurisation de vos données bancaires

Les sites marchands disposent de plusieurs moyens pour sécuriser vos paiements. Tout d'abord, il faut savoir qu'un site marchand fait appel à une application fournie par une banque ou un service spécialisé en paiement sur internet. Dans le premier cas, lors de votre règlement, vous êtes dirigé vers une page du site complètement géré par la banque fournisseur du site marchand. Vous pouvez d'ailleurs très facilement repérer l'adresse internet qui correspond à une banque et qui comporte la sécurisation « https ». Dans le second cas, vous êtes directement redirigé vers le site qui se chargera de gérer votre paiement. Prenons un exemple. Avec PayPal, vous ne saisissez pas votre numéro de carte sur tous les sites sur lesquels vous faites du shopping, Paypal communique uniquement les données liées au compte que vous avez créé sur son service. Ainsi, vos coordonnées bancaires ne sont

jamais communiquées aux destinataires de vos paiements.

Les outils de sécurisation et de prévention sont performants. Toutes vos données enregistrées sur votre compte bancaire ou PayPal sont cryptées. Il existe également des systèmes de confirmation d'achat. Par exemple, à chaque fois que vous recevez ou effectuez un paiement, l'organisme financier peut vous envoyer un email de confirmation ou un SMS. Cette information peut vous permettre de refuser l'achat ou bien de le continuer si vous êtes bien l'auteur de la transaction demandée.

Attention aux arnaques

Restez vigilants quant à vos achats. Si vous trouvez qu'une affaire est trop intéressante, méfiez-vous ! Il y a peut-être anguille sous roche. Les arnaqueurs du web sont rusés et développent des méthodes surprenantes. Par exemple, lorsque vous mettez à la vente un objet, vous pouvez être contacté par un faux acheteur qui va vous proposer par tous les moyens que vous lui envoyiez l'objet avant d'avoir reçu le paiement. Présenté comme ça, la faute est grossière. Mais pour paraître crédible, le faux acheteur vous enverra un faux mail en imitant PayPal à la perfection pour vous prévenir que vous avez reçu un paiement. Or, la transaction n'a jamais eu lieu et l'adresse d'envoi du mail était quasi-identique. Vérifiez donc votre compte pour voir si l'argent y a bien été déposé préalablement à l'expédition de l'article. ■

Vivien Coudrais

RESTEZ CONNECTÉ

POUR EN SAVOIR

Retrouvez les informations de la Fevad à ce sujet :



www.fevad.com



Retrouvez tous les commentaires de cet article sur facebook

Les twittos

@SupportVendeur
@eBay_fr



DISPONIBLE EN TÉLÉCHARGEMENT GRATUIT

BTS BANQUE

Sujets et corrigés de l'épreuve 3.1
Économie Générale et Économie
d'Entreprise (inclus sujets 2012)

Téléchargement gratuit.

**LICENCE ÉCONOMIE - GESTION**

Cours Histoire des Faits Économiques :
Introduction - Renaissance de l'économie
(de l'antiquité à Pépin le Bref)

Téléchargement gratuit.

**BTS BANQUE**

Sujets et corrigés de l'épreuve 4
Gestion de Clientèle et
Communication Professionnelle

Téléchargement gratuit.

**LICENCE ÉCONOMIE - GESTION**

Cours Micro-Économie : définition,
notion de modèle économique, offre et
demande

Téléchargement gratuit.

**DCG**

Cours Contrôle de Gestion :
Chapitre 1 Gestion de la Production

Téléchargement gratuit.

**BTS ASSURANCE**

Sujets et corrigés de l'épreuve 1
Culture Générale et Expression

Téléchargement gratuit.

**À prévoir**

Le vendredi 1^{er} mars 2013

Date de dépouillement de l'élection
au Conseil supérieur de l'Ordre

Institutions

Date de dépouillement des élections
dans les Conseils régionaux :
le mardi 27 novembre 2012.

ÉLECTIONS DES CONSEILS RÉGIONAUX DE L'ORDRE DES EXPERTS-COMPTABLES

Les étapes clés du scrutin

Le 27 août dernier, chaque conseil régional a arrêté la liste des membres de l'Ordre inscrits à titre principal dans sa circonscription.

Le 27 septembre, c'est la liste des électeurs qui a été arrêtée par chaque conseil régional. Sont portés sur cette liste les membres de l'Ordre inscrits à titre principal au Tableau de la région et ayant réglé la totalité de leurs cotisations ordinaires au jour de l'arrêt de la liste (article 104 du Règlement intérieur).

Entre le 13 et le 28 septembre, tous les membres inscrits ont reçu de la part de leur conseil régional un courrier récapitulant les informations nécessaires à la participation de chacun au scrutin.

Le Conseil supérieur de l'Ordre, conformément à l'article 101 de l'arrêt du 3 mai 2012 portant règlement intérieur de l'Ordre des experts-comptables, a arrêté les dates suivantes pour le dépouillement des élections dans les Conseils régionaux et au Conseil supérieur de l'Ordre des experts-comptables :

- Date de dépouillement des élections dans les Conseils régionaux : le mardi 27 novembre 2012.
- Date de dépouillement de l'élection au Conseil supérieur de l'Ordre : le vendredi 1^{er} mars 2013.

Ces dates sont affichées aux sièges des Conseils régionaux.

Sont électeurs d'un Conseil régional les membres de l'Ordre inscrits à titre principal au tableau de la région, et à jour de la totalité de leurs cotisations ordinaires. Sont électeurs au Conseil supérieur de l'Ordre les membres de l'Ordre élus dans les conseils régionaux. ■



MONTER SON BUSINESS EN 3 SEMAINES

Il faut un petit grain de folie pour vouloir monter sa boîte. Certains vous diront que c'est un travail de longue haleine et d'autres vous diront que c'est arrivé un peu par hasard. Pourtant, monter une société n'est jamais anodin. C'est le produit d'un travail accompli ou à accomplir. Quelques chefs d'entreprises, on ne peut pas dire qu'ils sont légion, ont défrayé la chronique pour leur exploit en matière de création de société. Certains ont réussi leur pari de créer un modèle économique fondé sur l'exploitation d'un ou plusieurs sites web. Nous allons, quant à nous, essayer de monter une société et son activité en trois semaines.

Soyons très clairs, nous n'avons pas de recette miracle pour générer des bénéfices fabuleux, ni la prétention de vous expliquer l'unique démarche à suivre pour créer sa société mais nous disposons de beaucoup d'astuces pour vous aider à créer et développer votre activité.

Prenons le pari de créer une société, un site marchand et de l'exploiter pour profiter de l'engouement des internautes ayant la fièvre acheteuse avant Noël et le Jour de l'An. Nous allons donc vous décrire une méthode de travail, quelques astuces et un rétro-planning pour être prêt rapidement.

Tout d'abord, prévoyez trois semaines complètes de travail intensif. Attention, nous ne sommes pas salariés, les journées d'un entrepreneur comprennent au minimum 10h de dur labeur et les week-ends sont proscrits. Toutefois, nous vous octroierons la possibilité de vous restaurer et d'aller aux commodités de manière ponctuelle et non abusive. Ainsi notre étude portera sur plusieurs étapes : la création des statuts et l'immatriculation de la société, le choix du CMS (*Content Management System*), l'incréméntation sur votre site marchand d'un Template, des produits, la détermination des prix de ventes et enfin votre plan de communication.

Parlons tout de suite des choses qui fâchent, prévoyez 500 € au minimum pour votre affaire.

Votre activité

Que vous souhaitiez vendre des chaussures faites maison, des recettes de cuisine ou des ordinateurs, je vous conseille de prendre en compte, pour le démarrage de votre activité, la place dont vous pouvez disposer. Si vous prenez un local professionnel, veillez à ce que votre stockage n'arrive pas jusqu'à envahir votre bureau par manque de place. Veillez également à ce que votre conjoint ou conjointe puisse toujours rentrer sa voiture dans votre garage suite à vos aménagements. Le choix de votre activité reste l'essentiel dans la création de votre société. Il ne s'agit pas de vous retrouver au bout de quelque temps avec une société, de la paperasse administrative et la cotisation foncière des entreprises à payer pour rien. Vous devrez toutefois vérifier que vous remplissez bien les conditions requises (diplômes, expérience, carte professionnelle, etc.), pour exercer l'activité choisie. N'hésitez pas, en amont, à rendre une première visite au centre de formalités des entreprises qui est chargé d'effectuer un certain nombre de formalités. Il a en effet pour mission de centraliser les pièces du dossier d'immatriculation et de les transmettre aux différents organismes concernés par la création de la société.

Votre première journée d'entrepreneur se résumera à une journée où vous ferez flamber votre carte bancaire. Elle sera consacrée au

remplissage et à la personnalisation de ces statuts. Vous devrez également commander votre nom de domaine et votre hébergement à la fin de ce premier jour d'investissement personnel.

Les statuts

Les statuts ne sont pas à prendre à la légère... C'est globalement, ce que vous entendrez un peu partout. Je vous mets à disposition un exemple de statuts qui pourrait en intéresser plus d'un. Prenez la matinée pour bien constituer vos statuts. Il est de toutes façons préférable de créer une SARL si plusieurs personnes veulent se joindre au projet ou une EURL si vous êtes seul.

Les formalités de création

Il faut compter approximativement 250 à 350 € pour la création de votre SARL. La démarche la plus simple pour déclarer la création de sa société est d'utiliser le site officiel : http://www.guichet-entreprises.fr/mgun_accueil/accueil.jsf. Suivez toutes les instructions et répondez aux questions posées. Ensuite, préparez votre dossier en vérifiant qu'il est complet. Faites 4 copies de vos statuts et envoyez deux d'entre elles avec le reste du dossier au CFE auquel vous êtes rattaché en y joignant un chèque de 83,96 € pour le greffe. Vous devrez faire votre publicité d'annonces légales au JAL (journaux d'annonces légales) pour la modique somme de 170 à 430 € suivant le nombre de lignes que vous publiez et surtout selon le journal

que vous choisirez. N'hésitez pas à comparer, les prix varient du simple au double pour le même service.

Prenez rendez-vous avec votre banquier

Un petit coup de fil à ne pas oublier : téléphonez à votre banquier pour prendre rendez-vous afin de déposer le capital de votre société. Généralement, vous obtenez un entretien en une semaine. Il faudra pouvoir présenter à votre conseiller professionnel, les pièces relatives à la constitution de votre société et vos papiers d'identité. Le capital sera alors déposé sur un compte transitoire, en attendant la création de votre compte bancaire professionnel.

L'hébergement

Il faut tout de suite commencer à travailler sur votre outil de prospection et de vente. Pour ce faire, vous devez choisir un hébergeur pour votre site internet. Toutefois, sachez qu'il existe de multiples solutions pour héberger votre site. Dans un premier temps, qu'est-ce qu'un nom de domaine et un hébergeur ? Le but d'un nom de domaine est de retenir et communiquer facilement l'adresse d'un ensemble de serveurs. C'est plus simple de se souvenir d'un nom de domaine que d'une adresse IP (chiffrée). Vous pouvez réserver, pour une durée déterminée, votre nom de domaine sur plusieurs hébergeurs. Comptazine, par exemple, est hébergé sur OVH. Louer ou réserver un nom de domaine à un hébergeur bloque toute possibilité pour quelqu'un d'autre de l'utiliser. Il vous est donc réservé pour une durée minimale d'un an en fonction de vos options. Votre budget pour un site en démarrage ne doit pas excéder 50 € TTC par an en incluant votre nom de site en .fr, .com et une dizaine de Go disponibles avec trafic illimité en hébergement mutualisé. Pour résumer ce point, il est donc essentiel de ne pas dépenser sans compter dans un hébergement surdimensionné par rapport à votre très prochaine activité.

Un entrepreneur ne se repose jamais ! Profitez immédiatement de votre première soirée pour réfléchir à votre choix sur votre futur outil de travail : le CMS.

Le choix du CMS

Votre deuxième journée commencera très fort avec un choix crucial pour le développement de votre site internet. Vous devrez installer le CMS de votre choix pour votre e-boutique. Il y a plusieurs options. Vous pouvez opter pour une boutique simple à gérer et à mettre en place mais limitée en capacité pour un néophyte, ou alors, vous pouvez choisir une mise en place délicate mais plus durable sur le long terme. Pour ma part, je préconise la première solution. Il est de toute évidence urgent pour vous de ne pas loupier vos premiers clients des fêtes de fin d'année et vous avez besoin d'une solution « toute prête ». De plus, tout le monde n'est pas forcément développeur, certains n'auront pas même les premières bases en HTML requises. C'est pour ces raisons que je vous oriente sur WordPress (qui est à la base un moteur de blog) sur lequel vous pourrez rajouter l'excellent plugin « Jigoshop ». Comment faire en pratique ? Vous devez disposer d'un Client FTP et d'un bon tutorial : http://codex.wordpress.org/fr:Installer_WordPress. Pour les petits malins qui auraient suivi mes conseils concernant l'hébergement, vous pouvez confier gratuitement l'installation de WordPress à OVH en quelques clics et une dizaine de minutes en vous connectant à votre compte sur leur site. Leur équipe se charge donc d'installer pour vous le module WordPress. Une fois votre module installé, connectez-vous à cette adresse www.votrenomdedomaine.fr/wp-admin et suivez les dernières instructions. A cette étape, votre site est donc déjà actif.

Votre plugin de E-commerce

WordPress constitue votre base. Ensuite, vous pouvez y ajouter des extensions. Ces extensions vous permettent d'utiliser de nouvelles

fonctionnalités. Par exemple, vous pouvez inclure sur votre site une newsletter, un espace pour les publicités, une barre de recherche... Jigoshop est une des extensions disponibles gratuitement et s'intègre parfaitement à WordPress. Ensuite, je vous recommande fortement de ne pas passer votre journée à paramétrer ce plugin. Il est essentiel de passer immédiatement au design de vos pages.

Le design

Sur WordPress, vous pouvez installer des thèmes. Ces thèmes vont installer pour vous un certain nombre de polices de caractères, mettre en place des gabarits de pages pour que vous puissiez ensuite positionner vos objets comme vous le souhaitez. Dans le cas présent, vous utilisez WordPress et Jigoshop, alors allez faire un tour sur les thèmes compatibles. Certains thèmes sont gratuits et d'autres payants. Faites votre choix mais sachez que, comme partout, la solution payante est recommandée pour obtenir le résultat escompté. Un bon thème avec un bon rapport qualité/prix pourra se trouver aux alentours de 60 \$. Une fois votre thème choisi, installez-le grâce aux outils WordPress existant et mettez en page votre site. Ceux qui maîtrisent le CSS, pourront adapter à leurs envies, l'ensemble du site, les autres devront se contenter des ajustements autorisés par le thème dans son administration. A vous de faire le bon choix. Je peux vous recommander l'utilisation de ces thèmes : <http://jigoshop.com/product-category/themes/>

Il s'agit pour vous de clore cette seconde journée de travail en beauté avec un site prêt à l'emploi, correspondant à un site de e-commerce classique et efficace. N'hésitez pas à tester votre site en créant un produit et à l'afficher pour en voir le résultat et à le corriger si-besoin. Dès le lendemain, c'est-à-dire pour votre troisième jour intensif, il est vital de lister et de commencer à enregistrer sur votre

**POUR
ALLER + LOIN**

Modèle de statuts en SARL :

Téléchargez le modèle de statuts pour la création d'une SARL.



www.comptazine.fr/wp-content/uploads/Modèle-de-statuts-SARL.doc

Modèle de fichier Excel de suivi de vos produits :



www.comptazine.fr/wp-content/uploads/Fichier-produits.xlsx

Dossier

site les produits que vous voulez mettre à la vente. Cette tâche peut durer plusieurs jours en fonction de votre rythme de travail et surtout de la quantité de produits à intégrer.

La liste de vos produits

Créez immédiatement un tableau Excel récapitulatif de vos produits en incluant l'ensemble de vos coûts nécessaires à l'envoi. Il faut que vous puissiez déterminer les catégories de produits, leur prix d'achat ou de fabrication et l'ensemble des coûts et taxes liées à l'envoi. Par exemple, consultez et contractez avec le service d'envoi de colis de la Poste. Votre tableau répondra aux questions suivantes : Où commander et se réapprovisionner pour tel et tel produit, quels sont les frais d'importation ? Quelles sont les dimensions et le poids de ces produits ? Quels sont mes frais d'emballage et d'expédition ? Quelle est la marge à faire sur chaque produit ? Quelle est la quantité idéale d'achat pour négocier au mieux les tarifs avec les fournisseurs ? ... Pour répondre au mieux à toutes ces questions, je vous propose le petit gabarit d'un fichier Excel préparé qui vous permettra de gérer au mieux votre affaire. Cette liste de produits et ce fichier Excel sont à créer pour pouvoir déterminer ensuite efficacement vos prix de vente.

La détermination des prix de vente

Grâce à votre fichier Excel, vous allez pouvoir déterminer le prix de vente de tous vos produits. Vous pouvez également déterminer quels produits peuvent faire l'objet de promotion.

L'incrémentation de vos produits

Il est maintenant temps d'ajouter vos produits sur votre site. Choisissez des visuels représentatifs de vos produits. N'hésitez pas à faire

des recherches sur le net. Je vous conseille d'ajouter les produits phares que vous souhaitez vendre en priorité. Ils bénéficieront immédiatement d'un référencement.

À l'issue de cette journée, vous devrez avoir incrémenté vos produits stars, avoir déterminé l'ensemble de vos catégories de produits et avoir réalisé votre barre de menus. Prévoyez une dernière journée de mise en place, avec entre autre, un programme encore chargé... Il faudra vérifier toutes les petites approximations de votre site, mettre en place les solutions de paiement et continuer d'ajouter le reste de vos produits.

Choisissez vos modes de paiement

La solution la plus durable et la plus professionnelle est de mettre en place avec votre banque un module de paiement certifié. Pourtant, sachez que ces modules ont un coût assez élevé et il est impensable pour vous qui démarrez votre activité, de mettre ce type de service en place pour vos futurs acheteurs. Chaque chose en son temps. Privilégiez le paiement par PayPal, tout le monde connaît dorénavant cette solution de paiement et la carte bancaire est acceptée sans pour autant obliger l'utilisateur à créer un compte. Diversifiez ensuite les moyens de paiement en proposant, par exemple, Skrill (*Moneybookers*). C'est un moyen de paiement acceptant directement la carte bancaire sur votre site. Il reste peu connu mais terriblement efficace et peu onéreux.

Ajoutez tous vos produits

Prenez tout votre temps pour réaliser l'ensemble des descriptions de vos produits. Il est essentiel de bien les présenter, d'y ajouter des visuels parlants et de ne pas oublier

l'ensemble des caractéristiques. Ce travail pourra vous occuper pendant quatre jours.

Pause réseaux sociaux.

Il ne faut pas perdre une miette de votre précieux temps. La communication autour de votre nouveau site web doit commencer à se faire dès maintenant. Vous avez le choix pour communiquer ; préférez votre page personnelle dans un premier temps, pour véhiculer tout de suite l'information. N'hésitez pas à demander à vos amis de relayer votre aventure, de les inciter à mettre un petit quelque chose pour leur achat de Noël. N'oubliez pas, dix amis qui mettent une vingtaine d'euros font deux cents euros de chiffres d'affaires. Suivant la marge que vous effectuez, vous pouvez déjà vous permettre de recommander ou de re-fabriquer un nouveau petit stock.

Communiquez davantage

N'hésitez pas à imprimer ou à faire imprimer quelques tracts ou flyers pour promouvoir votre site dans votre ville. Vous pourrez économiser le coût de l'expédition en livrant vous-même afin d'être encore plus rentable. Vous pouvez également préparer un petit packaging à mettre dans vos colis. Par exemple, il est toujours bon de mettre une carte de votre société avec votre nom de domaine et au verso une promotion actuelle. Pour votre information, certains sites tels que *gotprint.fr* vous imprime des cartes de visites pour moins de 2 centimes l'unité... De quoi communiquer à moindres frais.

Au terme de ces 2 semaines, vous êtes épuisé mais votre site est finalement prêt. Il vous reste juste le temps de faire parler de vous et de votre business avant les fêtes. ■

Marion Grapaud

WORDPRESS, MAGENTO, JOOMLA, PRESTASHOP... SONT DES CMS

Un outil de « CMS » (Content Management System, en français Gestion de contenu) est un site web disposant de fonctionnalités de publication et offrant en particulier une interface d'administration (back-office) permettant à un administrateur de site de créer ou organiser les différentes rubriques. Les articles et le contenu du site sont en principe stockés dans une base de données, tandis que des templates (modèles de pages) permettent de définir la présentation du contenu. La plupart des CMS disposent d'un fil RSS mis à jour automatiquement lors de la publication de nouveaux articles.



**RESTEZ
CONNECTÉ**



Cinéma :

Le Hobbit : un voyage inattendu

Sortie le 12 décembre 2012

Genre : Fantastique , Aventure

Synopsis :

Les aventures de Bilbon Sacquet, entraîné dans une quête héroïque pour reprendre le Royaume perdu des nains d'Erebor, conquis longtemps auparavant par le dragon Smaug. Abordé à l'improviste par le magicien Gandalf le Gris, Bilbon se retrouve à intégrer une compagnie

de 13 nains menée par Thorin Ecu-de-Chêne, guerrier légendaire. Ce voyage les emmènera au Pays sauvage, à travers des territoires dangereux grouillant de gobelins et d'orques, de wargs assassins et d'énormes araignées, de changeurs de peau et de sorciers.

Cinéma :

De l'autre côté du périph

Sortie le 19 décembre 2012

Genre : Comédie



Synopsis :

Un matin à l'aube dans une cité de Bobigny, près d'un vieux tripot clandestin, est retrouvé le corps sans vie de Eponine Chaligny, femme du très influent Jean-Éric Chaligny, premier patron de France, au centre d'un climat social extrême qui secoue la France depuis quelques semaines. Ce matin-là deux mondes radicalement opposés vont alors se croiser : Ousmane Diakité, policier de la section financière de Bobigny et François Monge, capitaine de la fameuse police criminelle de Paris. Leur enquête va les emmener d'un côté à Paris et son syndicat patronal, de l'autre en banlieue de Bobigny et ses affaires clandestines. Tour à tour, de l'autre côté du périph.



Zombiewood

Déjà disponible

Zombiewood est un jeu sur Smartphones édité par Gameloft où vous pourrez massacrer des zombies... avant qu'ils ne vous massacrent... Zombiewood vous invite dans l'univers du cinéma pour ce joyeux massacre de zombie fun et bien ficelé. Vous incarnerez un acteur qui doit tourner toutes sortes de films et de scènes, enfin ceux où il y a des zombies à atomiser.

La progression de Zombiewood est plutôt bien pensée. Dans les grandes lignes, chaque film propose plusieurs scènes, elles-mêmes découpées en plusieurs objectifs que l'on peut remplir à son rythme. Terminer le niveau en moins d'une minute, tuer plus de 200 zombies, utiliser telle ou telle arme... les missions sont diverses

et rapportent toutes une bobine. Ces bobines servent ensuite à débloquent de nouveaux films et donc à poursuivre le massacre. En parallèle, le joueur reçoit des pièces pour acheter de nouvelles armes ou des bonus. La bonne nouvelle, c'est que tout s'achète grâce à l'argent virtuel récolté pendant les parties. Il est bien possible de lâcher de vrais euros pour accélérer le processus et acquérir plus rapidement l'objet de ses rêves, mais rien, absolument rien, ne nous oblige à dépenser le moindre centime pour vous amuser.

Le gameplay est bien pensé, avec un stick pour se déplacer et un autre pour tirer, le jeu se prend immédiatement en mains pour un massacre sans

prise de tête. Enfin, pour ce qui est des modes de jeux, outre le solo qui vous occupera de longues heures, Zombiewood propose un mode arène pour défier d'autres joueurs via le service en ligne de Gameloft. **Complet et totalement gratuit, voilà les deux gros atouts qui devraient vous convaincre de vous pencher sur Zombiewood.**



10^e anniversaire de GTA Vice City

Grand Theft Auto: Vice City - Anniversary



The Settlers

Sortie le 6 décembre 2012

La clé d'une colonie prospère est un cycle de production efficace. Veillez à ce que vos Settlers disposent toujours de matières premières et de marchandises en quantité suffisante. La nourriture, par exemple, renforce les capacités de production de vos Settlers. Nourrissez-les et ils se chargent du reste !

Pour agrandir votre colonie, explorez les contrées voisines. Vous y trouverez parfois des gisements de précieuses matières premières, mais aussi des brigands qui vous interdiront le passage. Débarrassez-vous d'eux pour encore étendre votre influence.

Le jeu est encore plus gratifiant si vous êtes entouré d'amis. Plusieurs options s'offrent à vous pour échanger avec les autres joueurs et assurer une cohabitation mutuellement profitable dans l'univers des Settlers. Accédez à la liste d'amis pour interagir avec eux et discutez sur le canal de discussion intégré.

Entraînez vos amis dans les palpitantes aventures de l'univers des Settlers. Découvrez de nouvelles îles et protégez votre royaume des dangers qui vous guettent.

Divertissements

À vivre absolument

Marché de Noël de Strasbourg

Le marché de Noël d'aujourd'hui est l'héritier du « Christkindelsmärik », dont la première édition remonte officiellement à 1570. Initialement localisée à côté de la cathédrale, ce marché proposait tout le nécessaire au déroulement des fêtes de l'Avent.

Quatre siècles plus tard, c'est un équilibre délicat entre cette tradition et une recherche constante de nouveautés qui fait encore le succès du marché de Noël strasbourgeois : environ 2 millions de visiteurs tous les ans, cinq semaines de fête, 300 chalets répartis sur 11 sites (tous joignables à pied), 500 manifestations... Et un grand sapin qui avoisine les 30 mètres de hauteur !

Synthèse réussie d'une fête traditionnelle populaire et d'un grand événement culturel, « Strasbourg, capitale de Noël » reste unique aussi grâce à l'écrin exceptionnel de la Grande île de Strasbourg, classée au patrimoine mondial de l'UNESCO depuis 1988.

Transmusicales de Rennes 5-9 décembre 2012



www.lestrans.com

Toutes les solutions sont sur
www.comptazine.fr/solutions-des-jeux



Enigme

Je suis quelque chose qui peut
voyager dans le monde entier
en restant dans mon coin.

Qui suis-je ?

Sudoku Facile grille n° 42

Solution grille n°42 sur comptazine.fr

2		9	7	6	5	1		
	7	8					5	9
6	5		8		1	2	4	7
	6					9	7	
7		5				4		3
9		4	6	3	7	5		2
4				8				
8					3		2	
5	3				2		1	4

Sudoku Difficile grille n° 43

Solution grille n°43 sur comptazine.fr

				9				
						7	5	
								9

Lyon événement

La fête des lumières et ses illuminations à Lyon

Du 6 au 9 décembre, Lyon devient ville de lumière. Chaque année petits et grands participent à la féerie du 8 décembre, aux illuminations lyonnaises. Le 8 décembre, des centaines de milliers de petites chandelles brilleront et illumineront les fenêtres et balcons lyonnais. Si à l'origine la fête des lumières de Lyon avait une forte connotation religieuse, elle est également devenue culturelle. Au fil des années, elle est devenue un événement culturel de poids, fortement associé au tourisme.

Durant trois jours, la ville de Lyon et sa proche périphérie s'illumine, devient magique. La magnificence des jeux de lumières, au détour de chaque quartier ou de chaque rue a largement contribué au développement touristique tant au niveau national qu'international. La fête des lumières de Lyon, une ville inscrite au patrimoine de l'Unesco depuis 1998, est devenue un événement mondial. Cette année, Lyon attend 3 millions de spectateurs, dont 32 délégations en visite.

CE NOËL, LUCIENNE NE DONNERA PAS DE MARRONS



ELLE COMMANDE SUR **jouerauboulot.fr**



Mini-frigo usb 13,07 €



Crayon lance-pierre 5,99 €



Lance-missile usb 23,07 €



Stylo Péteur 4,99 €



et plus encore sur

Jouerauboulot.fr

