À L'AFFICHE

Une académie pour les moniteurs de conduite

Après la formation au Code de la route, au permis de conduire et aux mobilités douces (trottinettes…) le spécialiste de la conduite Stych se lance dans la formation des moniteurs. L'entreprise, anciennement connue sous le nom d'Auto-ecole.net, a ouvert ce mois-ci la Stych Académie à Rosny-sous-Bois (Seine-Saint-Denis) pour accueillir 40 élèves moniteurs. Cette formation dispensée avec le Centre d'éducation routière professionnelle est axée sur le permis B et dure neuf mois. Des centres seront ensuite créés à Nantes, Lyon et Bordeaux pour former 500 enseignants en deux ans. Stych souhaite ainsi répondre à la pénurie de moniteurs. ● G.C.

lejdd.fr
RETROUVEZ TOUTE L'ACTU SUR NOTRE SITE

LE CHIFFRE

500 000 billets ont été vendus par Transavia pour les vacances de la Toussaint et le pont du 11-Novembre. La compagnie low cost du groupe Air France propose 30 % de vols en plus par rapport à la même période en 2019. Elle assurera 204 vols pour la journée du 30 octobre, un trafic équivalent à un pic estival. Transavia a vendu 40 % de ses billets entre le 1er et le 20 octobre, confirmant la tendance des achats de dernière minute. Les vols à destination de Lisbonne, Porto et Séville restent en tête des routes les plus demandées. La compagnie vient d'annoncer l'ouverture cet été de huit nouvelles destinations au départ d'Orly. ● S.A.

COULISSES

Crispations autour de la reprise d'Equans

Alors que l'échéance du dépôt des offres de rachat d'Equans (filiale d'Engie, 12,5 milliards de chiffre d'affaires) approche, les tensions montent. Les deux groupes français encore en lice pour ce dossier d'un montant estimé à 6 milliards d'euros – Bouygues et Eiffage – font face au fonds américain Bain Capital, désormais allié à Fimalac, le groupe de Marc Ladreit de Lacharrière. Du côté des géants du BTP, on souligne le passif de Bain Capital en matière de reprises, notamment concernant FCI, la société vendue par Areva en 2005, et Samsonite. Dans ce dernier cas, le rachat avait abouti à la faillite de l'usine d'Hénin-Beaumont en 2007 et au licenciement de 200 salariés. ● M.-P.G.

Jusqu'à quand Bloctel va-t-il rester en panne ?

DÉMARCHAGE TÉLÉPHONIQUE La plateforme d'opposition aux appels intempestifs dysfonctionne depuis le 1er octobre. Non sans impact sur ses usagers

Depuis le 1er octobre, la plateforme Bloctel ne répond plus ou presque. Ce service qui permet aux consommateurs de s'inscrire gratuitement sur une liste d'opposition au démarchage téléphonique est en panne. Même désarroi chez les entreprises démarcheuses abonnées à ce service qui souhaitent poursuivre leurs activités sans contrevenir à la loi en faisant *« blocteliser »* ou *« expurger »* leurs listes de clients. Ce dysfonctionnement a pour origine un changement de prestataire. Après cinq années de gestion par Opposetel, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) a lancé un appel d'offres et concédé la gestion de ce service, le 11 août, au géant mondial des paiements, Worldline.

Un marché à sa mesure puisque Bloctel compte 11 millions de numéros inscrits (téléphones fixes et mobiles) pour 5 millions de consommateurs enregistrés et 900 000 fichiers rassemblant 350 milliards de numéros de téléphone traités. Selon un communiqué de presse diffusé à plusieurs reprises depuis le 1er octobre, Worldline se fait fort de *« renforcer progressivement le service rendu aux consommateurs et aux entreprises en développant notamment des fonctionnalités collaboratives »*. Or rien ne se passe comme prévu. Sollicitée par le JDD sur une reprise du service, la DGCCRF renvoie vers le site bloctel.gouv.fr, lequel indique que *« des interventions techniques liées à la migration des données sont prévues jusqu'à courant novembre »*.

Des campagnes de prospection suspendues

Le magazine *En-Contact*, prescripteur auprès des entreprises (VPCistes, centres d'appels…) qui font un large usage de la prospection téléphonique, a dénoncé une discontinuité du service public dès le premier jour. *« Le 22 octobre, nous avons fait constater par huissier que depuis le 1er octobre un consommateur qui veut nouvellement s'inscrire sur cette liste d'opposition ne peut pas le faire et qu'une entreprise qui voudrait adhérer au service ne le peut pas non plus »*, indique au JDD son éditeur, Manuel Jacquinet. *« Il aurait mieux valu que les protagonistes expliquent qu'il y aurait carence, plutôt que de continuer à nier »*, ajoute-t-il. *« La DGCCRF n'a laissé que six semaines au nouveau délégataire pour se retourner, c'est beaucoup trop court »*, pointe un proche du dossier. Également sollicité, Worldline se limitait à répondre vendredi par mail au JDD que, *« dès le 1er octobre, tous les consommateurs inscrits ont continué à être couverts par le service, les listes expurgées en septembre restant valables pendant trente jours. Aujourd'hui, les professionnels peuvent de nouveau expurger leurs listes »*. Et d'ajouter que depuis le 8 octobre la phase de maintenance du service est terminée.

Pas de quoi rassurer les entreprises adhérentes à Bloctel. *« Nous n'avons eu aucun retour de la DGCCRF pour avoir une visibilité sur la durée et mesurer les impacts de cette maintenance »*, livre Caroline Adam, secrétaire générale de SP2C, le syndicat des prestataires des centres d'appels. Même mécontentement chez les poids lourds de la plateforme présents dans les télécoms, les services énergétiques ou financiers. *« Depuis le 8 octobre, nous fonctionnons en mode très dégradé, le traitement de nos fichiers est fractionné, nous avons dû suspendre des campagnes de prospection et nos salariés tournent au ralenti, alors que nous payons 40 000 euros d'abonnement par an pour ce service »*, dénonce le représentant d'une banque. Autre source d'inquiétude : les risques juridiques auxquels les expose cette période de non-droit, puisque depuis le 1er octobre le démarchage n'est plus régulé.

Pour l'association UFC-Que Choisir, qui milite pour le consentement préalable du consommateur au démarchage (système du « opt-in »), Bloctel a néanmoins le mérite de réduire les appels abusifs pour les particuliers inscrits. *« Nous recevons depuis le début du mois des témoignages de consommateurs qui ne parviennent pas à s'inscrire ou qui sont inscrits et constatent une recrudescence des coups de fil intempestifs »*, confirme Cédric Musso, directeur de l'action politique de l'association. ● B.B.

Esquisses d'un nouveau modèle en cours de création pour la marque italienne Roberto Coin. DR

Ce joaillier vénitien qui veut briller à Paris

LUXE Le créateur Roberto Coin, qui séduit depuis vingt ans la clientèle américaine, rêve de s'offrir un écrin l'an prochain dans la capitale française

Envoyée spéciale
Venise et Vicenza (Italie)

Des faux airs de Sean Connery et de Vittorio Gassman réunis. À 77 ans, le créateur de bijoux Roberto Coin a du charme à revendre et des projets à partager. C'est au Harry's Bar de Venise où il a ses habitudes qu'il expose son prochain défi : ouvrir une boutique à son nom à Paris l'an prochain. *« Autant dire provoquer les rois du marché »*, glisse-t-il en pensant très fort aux joailliers massés place Vendôme. *« Nos modèles plaisent, ils sont de qualité et au bon prix »*, poursuit-il. Seul hic : ses bijoux, dont les prix vont de 2 000 euros à l'infini, restent méconnus dans l'Hexagone.

Actuellement, une demi-douzaine de boutiques y représentent la marque, dont quatre dans la capitale. Pour concrétiser son rêve en France, ce grand maître du style animalier, connu pour ses bracelets en or blanc pavés de diamants en forme de tigres rugissants et ou de chevaux harnachés, mise dans l'immédiat sur une *« press night »* à La Nouvelle Ève. Le 18 novembre, une centaine de journalistes et d'influenceurs se presseront dans ce cabaret au pied de la butte Montmartre pour découvrir ses nouvelles collections. *« L'objectif à terme est de réaliser 5 % de notre chiffre d'affaires ici »*, cadre Alain Faust, responsable de son développement depuis trois ans.

Malgré l'absence de salons professionnels pendant près de deux ans, sa griffe est sortie renforcée de la pandémie. Ses marchés phares, États-Unis et pays du Golfe –, sont en plein essor. *« La production ne parvient pas à répondre à la demande et nous manquons de mains et de certaines pierres »*, indique le fondateur, qui espère doubler l'an prochain les effectifs de son atelier de Vicenza. Une belle revanche pour cet ancien propriétaire d'un hôtel à Guernesey devenu *« joaillier par accident »*. *« Lorsque je me suis lancé, je ne savais que deux choses : que l'or était jaune et que les diamants étaient blancs »*, souffle-t-il, hilare. Il commence par fabriquer des bijoux en marque blanche en 1984 avant de créer sa griffe en 1996. Aujourd'hui, sa maison emploie 375 personnes et réalise un chiffre d'affaires qui tutoie les 170 millions d'euros, dont plus de 100 millions outre-Atlantique. *« Nous avons 20 boutiques en propre et plus de 1 000 points de vente dans 60 pays »*, détaille Roberto Coin, qui se targue d'être *« antisystème »* en créant chaque année près de 600 modèles.

> **Tout inspire ce stakhanoviste de la parure**

Animaux, fleurs, détails de palais vénitiens : tout inspire ce stakhanoviste de la parure qui fait ciseler une tonne d'or par an avec des machines de dernière génération. Signe particulier : toutes ses créations cachent, tel un talisman, un micro-rubis porte-bonheur. Portés par les collections Princess Flower, Venitian Princess et Art Deco, ses bijoux font fureur auprès de la clientèle américaine, dont quelques VIP comme Oprah Winfrey et Hillary Clinton, et accessoirisent les tenues des célébrités sur tapis rouge. Le joaillier a aussi inventé le Cento, un diamant à 100 facettes taillé à la main qui brille de mille éclats et coûte de 20 à 30 % plus cher qu'un solitaire classique. *Last but not least*, ses pierres et métaux sont certifiés écoresponsables et éthiques. ●

BRUNA BASINI