

Publication Un Périscope pour observer l'ouest mulhousien

C'est le « croissant fertile » de Mulhouse. Les quelque 600 entreprises de l'ouest économique mulhousien ont désormais leur journal : «Le Périscope», un bimestriel créé par Béatrice Fauroux avec une poignée de partenaires.

Avec la création du *Périscope*, Béatrice Fauroux effectue un retour à son premier métier : l'information économique. « Entre 1987 et 1991, j'étais journaliste économique à Paris », raconte cette Colmarienne d'origine.

De retour en Alsace en 1992, elle avait changé de cap pour s'occuper de communication dans la culture : on l'avait croisé au Musée de l'impression sur étoffes, à la Filature, aux Dominicains de Guebwiller. En 2005, elle s'est installée à son compte comme rédactrice indépendante. Depuis cette période, elle rédige notamment la page infos du Pam, et différents suppléments pour le groupe Cime.

« Un projet très léger »

« Grâce à cela, j'ai pu découvrir tout le Sud-Alsace, explique-t-elle. Petit à petit, j'ai travaillé pour des petites entreprises, et je



L'équipe au complet : Hervé Waldmeyer (éditeur), Jean-François Chan-Kam (création graphique), Béatrice Fauroux, rédactrice en chef et Dominique Meunier (régie publicitaire).

DR

me suis rendu compte qu'elles n'avaient pas forcément de tribunes, et qu'elles ne se connaissaient pas toujours entre elles. » C'est de ce constat qu'est né *Le Périscope*. Un bimestriel de 8 pages format A3, tout en couleur. Exclusivement consacré à un territoire, tout petit mais économiquement foisonnant.

« *Le Parc des Collines, la Mer rouge, la rue de Thann et les zones d'activités de Lutterbach, Morschwiller et Didenheim* », détaille Béatrice Fauroux. Soit cette zone que les politiques ont baptisé « le croissant fertile » de Mulhouse.

Au total, 600 entreprises, petites et moyennes, dont 300 dans le seul Parc des Collines. Des entreprises qui connaissent peu la

crise, avancent, lèvent des fonds, sont sur des marchés de niche... La future rédactrice en chef a parlé de son projet à « un ami, qui a une petite régie publicitaire » : Dominique Meunier d'ECA Édition. Il a répondu présent malgré la crise. L'éditeur Hervé Waldmeyer (Autour du corail), pour la fabrication et la distribution du journal, et Jean-François Chan-Kam (Les gens d'en face) pour la création graphique, se sont joints à eux. De façon informelle...

« C'un projet très léger, souligne Béatrice Fauroux. Nous n'avons pas créé de nouvelle société, chacun travaille dans sa propre structure. »

Le n° 1 du *Périscope* est sorti le 10 mars. Édité à 4 000 exem-

plaires, il est distribué gratuitement aux entreprises de « son » secteur. Il est entièrement financé par la publicité et le démarrage est plutôt bon, malgré le contexte difficile : « la moitié des annonceurs du premier numéro sont des multi-annonceurs, et certains se sont engagés pour un an », se réjouit ainsi Béatrice Fauroux.

Montrer des visages

Strictement rubriqué, le journal joue à fond la carte de l'humain : « l'idée, c'est de montrer des visages. On veut créer du lien entre les entreprises ». Dans chaque numéro, la rédactrice développe un dossier (pour commencer, l'avancée de la Zac II du Parc des Collines), met le focus sur une entreprise (Rector Lesage ouvre le bal), propose des rubriques « Le Périscope a vu », « Métier », « Ils l'ont fait » « Parole d'expert »... et une page consacrée aux TIC (technologies de l'information et de la communication) en partenariat avec Rhénatic.

Au total, 15 interviews et 25 sujets traités par numéro, résume la rédactrice en chef. Le tout sur un ton résolument positif : « On met en valeur les initiatives des uns et des autres, on regarde tout ce qui émerge. »

Enfin des bonnes nouvelles économiques !

Hélène Poizat

■ LIRE Le Périscope paraît tous les 10 des mois impairs. Il s'accompagne d'un blog. www.leperiscope.info