



Le Périscope

Le média des entreprises locales le-periscope.info

N°33 - Avril / mai 2018

TABLAPIZZA



Le Trident - 32 rue Paul Cézanne, Mulhouse
03 89 53 99 99 - direction@pz-mulhouse.fr
ouvert du lundi au samedi de 11h45 à 14h et de 18h45 à 22h30

EDITO

Vous avez dit attractivité ?

M2A se lance dans une grande consultation d'acteurs du territoire pour définir ensemble une nouvelle stratégie pour attirer entreprises, investisseurs et familles à Mulhouse et environ. Si le territoire possède des atouts objectifs (accessibilité, qualité de vie, infrastructures) il ne faut surtout pas négliger la part de rêve.

Un nouvel arrivant, ce n'est pas seulement un professionnel et un poste, c'est une famille qui se projette dans une nouvelle vie et se demande ce qui est possible. Loisirs, pratique sportive ou artistique, réseau d'amis, vie associative, offre culturelle, tellement de choses sont possibles à Mulhouse. Mais qui le sait aujourd'hui en dehors de ceux qui y vivent ? La nouvelle démarche devra apporter des réponses et agir concrètement pour faire connaître Mulhouse autrement.

Béatrice Fauroux
Rédactrice en chef

SOMMAIRE

- 2 Ouatinage d'Alsace
- 3 Clipso / Mulhouse Alsace Attractiv
- 4 Weleda / Clemessy
- 5 Okespor / Gifop Formation
- 6 DMC
- 7 KMØ / NoMad
- 8 Tack Tack / Logicek / Casino Barrière
- 9 Faller
- 10 Freyburger
- 11 Alsace Active / ESAT Marie Pire
- 12 Mediaco / Decathlon Village
- 13 Extra Stockage / Bizz & Buzz
- 14 Il Cortile / Le Mercato
- 15 La Ferme aux Pampilles / Déclinaisons Fruits
- 16 Les bonnes tables

Dossier Textile

Deco Home Fnapp : un savoir-faire authentique et français

Située à Malmerspach, Deco Home Fnapp confectionne des produits de décoration textile garnis. L'entreprise, qui vend 95% de sa production dans l'Hexagone, espère cette année exporter son savoir-faire 100% français à l'étranger.

Des produits pour les grandes enseignes

Lancée en 1981, le savoir-faire de base de Deco Home Fnapp est la fabrication de gants de protection, de gants de cuisine et linge de cuisine. L'entreprise s'est ensuite rapidement tournée vers la décoration textile. « Nos produits-phares sont les coussins garnis, les poufs et les galettes de chaises, indique Vincent Martins, Directeur Général. Nous confectionnons également des plaid et des rideaux ». Les clients de DHF sont à 75% des grandes enseignes de distribution spécialisées (Fly, Conforama, But...) qui revendent ces produits à des prix entrée de gamme / moyenne gamme.

Des tissus français

Deco Home Fnapp a aussi développé des gammes premium pour les petites boutiques spécialisées. « Ces boutiques, qu'on va plutôt retrouver dans les centre-villes, représentent 15% de notre chiffre d'affaires ». L'entreprise travaille depuis peu avec des restaurateurs et hôteliers pour qui elle confectionne des produits sur mesure. « Ils représentent 10% de notre chiffre ». Pour confectionner ses produits, DHF achète 90% de ses tissus en France et les 10% restants proviennent d'Europe. « Nous nous procurons près de 10.000 m de tissus par an ».



Vincent Martins

Des prix compétitifs

« Aujourd'hui, il y a une dynamique forte dans les métiers de la décoration. Nous devons faire évoluer nos collections deux à trois fois par an. Nous créons plus de quatre cents nouveaux produits chaque année ». DHF propose une multitude de matières et d'imprimés pour répondre à la demande en constante évolution. « En termes de prix, nous sommes en mesure de nous battre contre les offres asiatiques ». L'entreprise se veut réactive et flexible pour ses clients. « Nous sommes capables de produire en grandes ou en petites séries ».

Label Alsace Terre Textile

Aujourd'hui, Deco Home Fnapp compte treize salariés, dont l'essentiel travaille en production. « Nous coupions nous-mêmes



les tissus à la main, puis nous garnissons nos produits avec de la fibre ou des billes polyester. Nos couturières travaillent sur des machines à coudre. C'est ce savoir-faire qui fait la qualité de nos produits ». Le processus de fabrication est labellisé Alsace Terre Textile. Ce label assure au client qu'au moins 75% du processus est local.

2018 : export et recyclage au programme

Cette année, l'entreprise a une réelle volonté de développer l'export de ses produits à l'étranger, notamment en Allemagne, en Angleterre, au Canada et en Scandinavie. « Nous allons également mettre en place une filière recyclage dans nos locaux pour nous inscrire dans une dynamique de développement durable. Nous montons ce projet avec Coved Environnement. Nous récupérerons dans les déchetteries le polystyrène non souillé que nous recyclerons pour notre garnissage ».

Magali Santulli

Home Decor Fnapp
Zone Industriel, Malmerspach
03 89 39 10 20
www.dhf-deco.fr

EXTRA STOCKAGE

03 89 311 811 extrastorage.com

9 Avenue d'Italie - 68110 Illzach - Parc d'Activité Ulysse

Louez un box
100% sécurisé, chauffé, ventilé

Louez votre box de garde meubles
lors de votre déménagement.
Stockez le contenu de votre cave,
entreposez vos archives ou votre PLV



Ouatinage d'Alsace : nouvelle dynamique

Fabrice Ciarlotta a repris voici deux ans l'entreprise familiale créée en 1978. Sous son impulsion, cette entreprise de confection, ouatinage et négoce se développe, notamment sur le net.

Fabrice Ciarlotta travaille dans l'entreprise depuis 2010 et l'a reprise à son père en 2016. L'un des développements récents dont il est le plus fier est celui du nouveau site internet mis en ligne en septembre dernier. « L'ancien site était bricolé et pas du tout performant. Du coup, nous avons changé de prestataire pour Alphea Net à Mulhouse et créé un site de vente en ligne moderne et bien référencé. Nous y commercialisons uniquement des produits de notre fabrication : couettes, oreillers, housses de clic-clac et de BZ, ainsi que du linge de lit... rond (draps, housses, etc.). Soit des petites séries en quasi sur-mesure ». Ce positionnement à la fois sur le métier historique de l'entreprise, matelassage et confection, et dans un marché de niche commence à porter ses fruits. « Nous aimerais atteindre 10 à 15% de notre CA avec la vente en ligne ». La qualité est française et les produits sont labellisés Alsace Terre Textile (75% du process de fabrication est alsacien ou vosgien).

Confection et négoce à 50/50

Sur les quelque 400.000 euros de CA réalisés par Ouatinage, la moitié provient de la confection

de matelassage et de nappes, rideaux, etc. pour des clients professionnels ou particuliers, et la moitié de la vente en magasin. On y trouve tout le textile entrant dans la décoration d'intérieur : rideaux, tissus d'ameublement, draps, couettes, oreillers, coussins, tissus matelassés, etc. La marque Sylvie Thiriet - parures de lit et serviettes éponge - y figure en bonne place, Ouatinage est le seul diffuseur dans le 68. Quant aux tissus, ils proviennent de la MFTA, de Thann Textiles, George G, Texunion, d'Espagne puisqu'on ne fabrique plus beaucoup de textile de décoration en France. L'entreprise compte cinq personnes : le dirigeant, deux couturières et deux vendeuses.

Nouvelle boutique à Mulhouse

Un peu éloigné des grands centres urbains et désireux de retenter une expérience commerciale à Mulhouse, après y avoir fermé un magasin en 2017, Fabrice Ciarlotta espère ouvrir un second point de vente d'ici la fin de l'année dans un local déjà repéré, dont l'emplacement commercial est plus pertinent. Par ailleurs, à l'aise sur ses 200 m² de magasin, Ouatinage



Fabrice Ciarlotta avec des oreillers et des couettes faits maison

est en revanche un peu à l'étroit dans ses 500 m² d'atelier, surtout dans la perspective du développement des ventes sur le net. Il prévoit donc de s'agrandir prochainement.

Béatrice Fauroux

Ouatinage d'Alsace
17 faubourg des Vosges, Thann
03 89 37 08 83
www.ouatinage-dalsace.com



Prendre soin de la santé et du bien-être de ses salariés.

Mutuelle soumise aux dispositions du livre II du Code de la mutualité, n° Siren 538 518 473, n° LE 9655001USSZ-H89541D57-DircOm - 07/18

NOTRE ENGAGEMENT MUTUALISTE

est de construire avec les entreprises des solutions sur mesure pour leurs dirigeants et leurs salariés.

Découvrez nos solutions sur harmonie-mutuelle.fr/entreprises

Agathe Bendre 03 89 57 66 85



PRÉVENTION • SANTÉ • PRÉVOYANCE
Près de 2 000 délégués s'engagent pour vous.

Harmonie mutuelle
GROUPE vyv

Clipso, fabricant de plafond et mur en toile tendue

Fondée en 1997, Clipso est une entreprise pionnière dans le domaine des revêtements pour plafonds tendus et murs tendus. Un produit de finition innovant à base de textile qui s'adapte à tous les besoins de l'aménagement et de la décoration d'intérieur.

Tous types de toiles

Toiles blanches ou de couleur, acoustiques, translucides, imprimées, antibactériennes... les produits fabriqués par Clipso se déclinent à l'infini. « Nos toiles sont entièrement personnalisables et peuvent réunir une ou plusieurs caractéristiques tant techniques qu'esthétiques, explique Sabine Sother, Directrice Commerciale. Elles peuvent aussi se décliner sous forme de luminaires ou de cadres entoilés ». Toutes les matières premières, qu'il s'agisse du tricot polyester, du polyuréthane destiné à l'enduction, des profilés, proviennent de la communauté européenne.

Fabrication de revêtements 100% française

Clipso est à la fois fabricant et concepteur. « Nous possédons un bureau d'études et un laboratoire de recherche et de développement ». Si le siège social du groupe se situe à Vieux-Thann, Clipso possède une unité d'enduction à Saint-Amarin et un atelier d'impression numérique à Krautergersheim. « Comme nous exportons partout dans le monde, nous avons également des filiales et bureaux aux

États-Unis, au Moyen-Orient et en Allemagne, qui s'occupent de la commercialisation ». Le groupe compte 60 collaborateurs dont 49 en France.

Vente en B to B

« Nos clients sont des entreprises du bâtiment : peintres, tapissiers-décorateurs, plaquistes, menuisiers, agencements... Eux-mêmes proposent et installent nos produits à des particuliers ou dans des locaux professionnels : bureaux, magasins, hôpitaux, hôtels, restaurants, mobil-homes... Nos toiles s'installent dans tous types de bâtiments ». Pour la mise en œuvre des toiles, Clipso travaille en partenariat avec un réseau d'installateurs formés et agréés, à travers le monde. « Nous en formons 100 à 140 par an à notre siège de Vieux-Thann ou directement sur site ».

75% du CA à l'export

Chaque année, environ un million de m² de toiles sort des ateliers de production. Le chiffre d'affaires de l'entreprise s'élève à neuf millions d'euros. « 75% se fait à l'export, dont 30% en Union Européenne. A noter que nous exportons également aux USA, dans les pays du Moyen-



Bernard Geis, fondateur de Clipso et Catherine Geis, actuelle dirigeante

Orient, en Asie et en Russie. Nos produits sont de plus en plus présents en France. Depuis plus de deux ans, nous avons entrepris une large démarche auprès des prescripteurs, architectes, décorateurs ou acousticiens pour mieux les faire connaître ».

Un process unique au monde

Clipso se démarque grâce à une technique et un savoir-faire uniques. « Notre unité d'enduction est

unique au monde. Nous avons établi notre propre cahier des charges pour nos matières premières. Notre concept est breveté. Nous produisons à la demande et sur mesure, notre process de fabrication est donc très peu automatisé ». Enfin, Clipso met en avant des produits respectueux de l'environnement depuis leur fabrication et jusqu'à leur mise en œuvre. « Nos toiles sont légères et peu encombrantes, ce qui est un atout non négligeable pour le transport, réduisant ainsi l'impact sur l'environnement ».

Magali Santulli



Sabine Sother

Clipso
5 rue de l'Église, Vieux-Thann
03 89 37 10 84
www.clipso.com

PUBLI-INFO

Mulhouse Alsace Attractiv : c'est parti !

M2A et la CCI Alsace Eurométropole lancent une large consultation sur toute l'année 2018 pour définir une nouvelle stratégie de développement du territoire. Comment attirer des entreprises, des talents, des touristes, des investissements et des populations ?

Le 15 mars au soir, une soirée festive à Motoco a lancé l'opération qui vise la construction commune et partagée d'une stratégie pour le territoire. Plusieurs témoins ont exposé leur parcours, ainsi que leurs raisons d'avoir quitté Mulhouse et d'y être revenus. Artistes, chefs d'entreprise et sportifs ont exprimé à la fois leur enthousiasme et leur émotion.

Vendredi 16 mars à la CCI de Mulhouse, place à la réflexion par toutes les forces vives du territoire ainsi que des consultants qualifiés, lors de quatre tables rondes organisées lors d'une matinée très dense en interventions.

Les très nombreux experts qui se sont exprimés lors de cette matinée ont largement évoqué les atouts de Mulhouse : son emplacement idéal, ses infrastructures de transport très supérieures à des territoires comparables, la richesse de ses musées, son superbe patrimoine industriel, la position trinationale, etc. Malgré ses qualités, il peine à recruter ou à attirer suffisamment de talents, familles, entreprises et investisseurs.

Plusieurs pistes de réflexion ont été évoquées pour poser les bases d'une stratégie.

L'attractivité du territoire doit être globale

Les éléments attractifs d'un territoire, outre les attractions "techniques" ou de type foncier, sont aujourd'hui la transformation numérique et la fibre entrepreneuriale. Plus largement, les professionnels et leurs familles sont attentifs à la qualité de vie, le commerce, l'environnement urbain, le sport, les loisirs, le parcours scolaire... et le "job du conjoint", un enjeu auquel on ne pense pas assez. Sans oublier le "supplément d'âme", le récit commun qui fasse rêver les personnes qui choisissent un nouveau lieu de vie.

Ne pas se voiler la face

Bien connaître nos forces, mais aussi les points de fragilité du territoire est indispensable pour nourrir la réflexion. Au cours des 20 dernières années, 7.400 emplois ont été perdus sur les emplois marchands sur le territoire M2A qui concentre 40% de l'emploi du département. Le taux de chômage est le 6ème plus élevé du Grand Est avec 10,6% en février 2018. Un chef d'entreprise souligne la difficulté à recruter des cadres diplômés hors de la région, même issus de Mulhouse ! Un autre déplore qu'on ne forme pas assez les



Photo M2A

jeunes, trop souvent sans qualification ou titulaires d'un CAP, ce qui est insuffisant. Par ailleurs, il semblerait que les services régionaux accueillant les entreprises soient trop dispersés pour être efficaces.

Comment être plus efficace ?

Une entreprise qui s'installe a besoin d'avoir face à elle le soutien des institutions, des interlocuteurs unis, rapides dans la mise en œuvre des études et dossiers. Jouer

collectif est totalement indispensable à la réussite de la stratégie. Et aussi, diffuser

Et après ?

Après le débat, les participants ont signé la Charte d'Engagement à poursuivre la démarche qui se traduira par des séminaires thématiques puis par la présentation de la stratégie d'attractivité accompagnée d'un plan d'actions concret.

www.mulhouse-alsace.fr

Weleda France : de nouvelles perspectives

Weleda France a confirmé en 2017 sa position de leader sur le marché cosmétique bio. Cette année, le groupe lance des compléments alimentaires et change de présidence.



De gauche à droite : Françoise Kessler (Directrice Marketing & Vente Cosmétiques / OTC),
Pascal Baillie (Directeur des Opérations), Peter Brändle,
Anne Muguet (Responsable Communication) et Florian Petitjean.

Un site de production à Huningue

Weleda est une marque pionnière de la cosmétique naturelle et bio depuis 1921. C'est également un laboratoire pharmaceutique qui produit des médicaments homéopathiques et de médication familiale. Le groupe est présent dans plus de cinquante pays, dont la France, avec un site de production à Huningue, une boutique cosmétique à Paris et un site de distribution pharmaceutique à Villeneuve-le-Roi. Le site de Huningue est spécialisé dans la production pharmaceutique. Weleda utilise les plantes de son propre jardin de plantes médicinales cultivées en biodynamie à Bouxwiller.

2017, une année concluante

En 2017, Weleda France a réalisé un chiffre d'affaires de 91 millions d'euros. Le groupe emploie 370 personnes, dont 300 à Huningue. Tandis que la branche pharmaceutique se maintient - la France reste le premier marché pharmaceutique du groupe -, la cosmétique enregistre pour la quatrième année consécutive une croissance à deux chiffres avec une hausse des ventes de 11%. 2017 aura été une année riche pour le groupe, notamment grâce au lancement de nouveaux produits.

Des compléments alimentaires

Dès le mois d'avril, le laboratoire d'Huningue va se lancer dans la production de compléments alimentaires. Le site français est le premier au sein de Weleda à se lancer dans la fabrication de ces produits. Weleda France investira sur le

site Haut-Rhinois entre 2 et 3 millions d'euros pour acquérir du matériel informatique et pour l'installation de nouvelles infrastructures de production. Le groupe a recruté depuis janvier en France dix nouveaux collaborateurs et prévoit d'autres embauches en fonction du développement de son activité.

Un nouveau Président

Peter Brändle a quitté ses fonctions de Président de Weleda France le 16 février dernier, ainsi que ses fonctions de Directeur Régional Europe de l'Ouest et Amérique. Il occupait ce poste depuis 2012. Il a su insuffler un nouveau dynamisme au sein du groupe. En six ans, Weleda France a vu son chiffre d'affaires passer de 56 à 91 millions d'euros. Une quarantaine de collaborateurs supplémentaires ont été recrutés. Peter Brändle est remplacé par le pharmacien Florian Petitjean, qui devient Président de Weleda France, et par Ulrike Weber, qui prend le poste de Directrice Régionale France, Europe du Sud et Amérique latine.

Magali Santulli

Clemessy : une production au beau fixe et 500 recrutements pour 2018

Société du Groupe Eiffage, Clemessy conçoit et maintient des systèmes et équipements en génie électrique et mécanique pour les industries. En pleine reprise économique et avec un carnet de commandes bien garni, Clemessy prévoit de nombreux recrutements en 2018.



Une production au beau fixe

Clemessy est une entreprise qui se porte bien. Fin 2017, elle comptait plus de 5.200 collaborateurs - dont 1.400 sur Mulhouse et son agglomération -, en avait recruté 537 en CDI et son chiffre d'affaires s'élevait à 816 millions d'euros. « Les prévisions sont bonnes pour les prochaines années, car nous avons des commandes qui nous engagent sur trois ou quatre ans, se réjouit Patrick Guerbert, Directeur Général. Nous avons pour le moment plus de 900 millions d'euros de commandes. Cela représente 200 offres sur une quinzaine de marchés, particulièrement dans le domaine du nucléaire ».

Des embauches partout en France

Face à cette dynamique, Clemessy prévoit 500 embauches supplémentaires d'ici la fin de l'année, dans toutes les régions de France où l'entreprise est implantée. De nombreux postes sont concernés : ingénieurs d'études, chefs de projets, ingénieurs d'affaires, encadrants de chantier avec des spécialisations en électrotechnique, automatisme, informatique industrielle, mécanique ou maintenance industrielle. « Certains de ces métiers ont mauvaise presse, déplore Patrick Guerbert. Nous faisons face à un manque de candidats qualifiés ».

Des possibilités d'évolution

Pour pallier à ce manque, Clemessy propose des formations en interne. « Nous formons mille collaborateurs tous les ans, indique Léon Palermi, Directeur des Ressources Humaines. Les formations vont du niveau bac pro au

niveau ingénieur. Avant de recruter en externe, nous recrutons en interne ». Ces perspectives d'évolution sont un moyen pour Clemessy d'attirer et de fidéliser ses salariés. A noter que l'entreprise compte en permanence 220 à 250 alternants.

Bientôt un nouveau Directeur Général

Avril 2018 verra l'arrivée de Pierre Guilleminot au poste de Directeur Général. Il fait partie du groupe Eiffage depuis 2006 et a intégré Clemessy en 2017. « Ce que j'aime chez Clemessy, ce sont ses valeurs, c'est-à-dire, le sens du collectif et de la solidarité. C'est une entreprise qui traite de sujets passionnnants, comme l'aérospatial ou le photovoltaïque ». Patrick Guerbert, lui, quitte son poste en tirant un bilan positif. « L'entreprise est en très bonne santé. Il faut savoir que parmi les 500 recrutements de 2018, deux cents sont en solde positif ».

Magali Santulli

Les candidatures peuvent se faire en ligne :
fr.clemessy.com/ressources-humaines/emploi/

Clemessy
18 rue de Thann, Mulhouse
03 89 32 32 32
fr.clemessy.com

La propriété à vous faire tourner la tête !

AGENCE MULTI-SERVICES

AMS

AGENCE MULTI-SERVICES

• Copropriétés • Remise en état

• Tertiaire • Espaces verts

et industriel • Vitrerie

33 rue Jacques Mugnier - MULHOUSE
03 89 50 05 46 - info@agenceams.fr

www.ams.alsace

Préparez les beaux jours !

SOLUTEX
SOLUTIONS TEXTILES

• Pergolas • Voiles d'ombrage

• Stores • Rideaux solaires

• Réentoilages ...

11 rue de Cernay - ISSENHEIM (68)
Tél : 03 89 31 76 31 - solutex@solutions-textiles.com

Okespor l'aventure entre eau et glace

Le saviez-vous : le dernier fabricant de patins à glace et de chaussons aquatiques "made in France" est installé à Heimsbrunn à côté de Mulhouse. Sans la ténacité de la Société Synerglaice, leader français de la vente et de la location de patinoires mobiles, la marque Okespor aurait pu disparaître ou alors serait fabriquée aujourd'hui dans les pays dits émergents. Retour sur cette aventure entre eau et glace.

Coûts plus bas (main-d'œuvre, ressources naturelles, fiscalité, réglementations sociale et environnementale), présence d'un pôle de compétence technologique, personnel plus qualifié ou tout simplement infrastructures mieux adaptées... Beaucoup d'entreprises "made in France" ont fait le choix de produire à l'étranger. Ce fut le cas pour la société basée à Ecquevilly (78) spécialisée dans la fabrication des patins connus sous le nom d'Okespor.

Made in China : soucis de qualité

Depuis quelques saisons le PDG avait fait le choix, pour des raisons stratégiques et financières, d'une production en Chine stoppant dès 2011 la fabrication avec sa presse

surtout la marque de la société Okespor. C'est sous cette dernière, bien connue des sportifs (notamment avec le légendaire Rentskate connu sous le nom "Okapi" il y a 30 ans), que les patins sont commercialisés encore aujourd'hui.

Un redémarrage immédiat

Depuis septembre 2014, Synerglaice a relocalisé un atelier de fabrication des produits de cette marque Okespor. Dès le 8 décembre 2014, la PME alsacienne s'est donc lancée dans un nouveau métier produisant ses premiers patins. Soit 200 paires de patins à glace par jour dans des nouveaux locaux en sachant qu'il faut 29 minutes pour fabriquer un patin avec la fixation de la lame, des rivets, de la semelle, des

La jeune société peut s'appuyer sur une progression de son chiffre d'affaires de l'ordre de 6%, mais surtout d'un savoir-faire à la française unique.

à injection dans les Yvelines. Mais l'aventure chinoise a vite trouvé ses limites avec trop de rebus, de retours et des problèmes de qualité. La production aurait pu être définitivement stoppée sans ce coup de poker de la société Synerglaice qui a repris les équipements, et

passages rapides, des lacets. Aujourd'hui, ce sont quelque 120.000 paires de patins à glace qui sortent des ateliers à Heimsbrunn chaque année. Ils sont vendus en France, en Corée, en Chine, aux Etats-Unis, à Oman, en Australie, en Suisse, en Belgique. Et ce avec un parrain



Caroline Sors, responsable production, entourée par Cédric Defrance et Nathalie Reutenaer

de choix : Brian Joubert, l'ancien champion du monde de patinage artistique, qui avait accepté de parrainer la marque Okespor.

Des produits dérivés

La montée en puissance s'est faite progressivement et la fabrication a été élargie à d'autres produits chaussants pour le sport, comme les chaussons de planche à voile dès 2015. A la première machine installée s'est ajoutée une seconde, ainsi qu'un équipement d'injection plastique. « Notre objectif est de relocaliser en France une grande partie de ces productions et de créer de l'emploi », explique Caroline Sors, responsable de la production. Les patins et chaussons Okespor nécessitent de nombreuses interventions humaines. Toutes ces

étapes manuelles confèrent aux produits une qualité de fabrication constante et un contrôle qualité imparable. L'an dernier, Synerglaice a aussi relancé la fabrication des chaussons nautiques de la marque Okespor (les FROGGS, les CATFISH, les WAVE et les AQUAKIDS) avec une production de l'ordre de 25.000 paires à l'année. « Le marché est en plein développement et nous avons des demandes même pour la fabrication de bottes d'équitation. C'est à l'étude », ajoute Caroline Sors.

Pierre Alain

Okespor.com
5 rue de la Forêt, Heimsbrunn
03 89 61 17 91

PUBLI-INFO



Du nouveau en matière de formation professionnelle

Afin d'accompagner les entreprises alsaciennes dans leur plan de formation, le Gifop Formation vient de faire paraître son nouveau catalogue 2018/2019 qui propose une offre complète de plus de 200 formations dont de nombreuses innovantes.

Trois grandes nouveautés au programme :

Digital - transformation numérique : 16 stages sont proposés afin de répondre aux besoins grandissants des entreprises à former leurs salariés aux NTIC. La transition digitale est un levier stratégique de développement. Ces formations courtes (1 journée) permettent d'être opérationnel et de s'approprier rapidement cette priorité d'aujourd'hui.

Ex: Réussir sa stratégie de communication globale, E-commerce, Référencement naturel et payant, E-mailing, Réseaux sociaux, etc.

Santé et qualité de vie au travail : 8 programmes dans un domaine de plus en plus au cœur des préoccupations des salariés et représentant une mission essentielle pour tout chef d'entreprise ou DRH. La performance sociale est aujourd'hui un facteur-clé de succès à prendre en compte dans sa stratégie.

Ex: Gestes et postures, Prévenir le burn-out, Gestion du stress, Communication non violente, etc.

L'Institut de l'Entrepreneur: activateur de croissance, a pour objectif de former ou d'accompagner les créateurs, repreneurs (EDM

formation totalement sur-mesure en fonction des attentes, marchés et spécificités de votre entreprise.

Contactez-nous :
Gifop Formation
15 rue des Frères Lumière, Mulhouse
03 69 76 11 00
info@gifop-formation.fr
www.gifop-formation.fr



La nouvelle vie des friches industrielles de Mulhouse : De Motoco (DMC) à KMØ (Fonderie)

Textes et photos : Pierre Alain

Mulhouse se transforme et certains de ses quartiers ont opéré une lente métamorphose. Ces zones en devenir comme le quartier d'affaires gare, le site KMØ et l'ancienne friche DMC vont rapidement transformer le visage de la cité du Bollwerk.



L'entrée de KMO se fera par ce parvis, à quelques dizaines de mètres de la Fonderie et des futurs lofts

© BAA Architectes

DMC... ou la cité interdite

Le site est énorme et occupe 70 hectares c'est-à-dire presque autant que le centre-ville de Mulhouse (la zone d'activité de DMC occupe seulement 17 hectares). La ville a entrepris une réflexion sur la reconversion du site il y a déjà 15 ans.

Aujourd'hui la volonté de la Ville et de m2A, propriétaires du site, est d'y créer des activités émergentes, autant culturelles qu'alimentaires avec, pourquoi pas, l'installation d'un centre de recherches sur les énergies futures. D'ailleurs cet espace est l'un de ceux qui ont été retenus pour postuler à la sélection des projets du Programme d'investissement d'avenir (PIA), sélection dans laquelle m2A est toujours en course.

Le projet porté par Rhenamap

Parmi les projets en cours d'élaboration, celui d'un système alimentaire localisé en Sud-Alsace et s'appuyant sur le réseau Rhénamap créé en 2010. « Nous avançons sur le projet porté par l'association SALSA (Systèmes alimentaires localisés en Sud-Alsace) et dédié à l'alimentation durable. C'est un projet d'agriculture urbaine, de circuits courts. C'est un projet emblématique porté par la ville, l'agglomération et l'association », explique Michèle Lutz, la maire de Mulhouse. Le projet est porté par le réseau Rhénamap, déjà connu pour les distributions de paniers du jeudi soir. Rhénamap, c'est aujourd'hui 28 producteurs et artisans qui distribuent leurs produits à environ 1.200 familles dans onze lieux du Sud-Alsace. Le

projet SALSA devrait permettre d'aller beaucoup plus loin. Pour l'heure, les paniers de Rhénamap sont distribués les jeudis de 18h45 à 19h45 dans le bâtiment 57 sur le site DMC. Le projet SALSA lui pourrait s'installer dans le bâtiment 48, un bâtiment en sheds de 2.400 m². L'inauguration est programmée au deuxième trimestre 2019, au terme de trois années d'études et de projets dans ce bâtiment en très mauvais état. (www.rhenamap.org)

Une ville dans la ville

L'ensemble des bâtiments en briques rouges représente une surface de planchers de l'ordre de 100.000 m². La reconquête du site a démarré par l'installation de Motoco (activités créatives). Monté sous la forme d'un système associatif, Motoco vient tout juste de changer de statut après quelques ratés financiers et un modèle économique qui a vite montré ses limites (lire encadré). Aujourd'hui, Motoco est devenu une SAS (société par actions simplifiées), portée par 6 chefs d'entreprises associés et dont Martine Zussy est la présidente. Cette SAS louera le bâtiment 75 qu'elle occupe actuellement. Un peu plus loin, le bâtiment 57, avec sa grande cheminée devrait



Le Salon du mariage organisé dans le bâtiment de Motoco, un exemple du type de manifestation que la SAS va organiser sur le site de DMC

faire place au printemps 2019 à un complexe de loisirs urbains centré sur l'escalade : le projet CMC pour "Climbing Mulhouse Club", qui va exploiter la plus haute salle d'escalade de France, soit 26 mètres de hauteur et part sur une fréquentation annuelle de l'ordre de 45.000 personnes. À terme, la création d'un espace consacré à la pratique de la spéléologie, tant amateur que professionnelle (entraînement des services de secours) est également prévue. Un autre bâtiment a également été en partie vendu (le bâtiment 62) pour y créer des lofts, projet conçu par la société

Loft Company, qui est déjà à l'origine des lofts de Manurhin à Bourtzwiller ainsi qu'à la Fonderie. Le projet sur DMC porterait sur une cinquantaine d'appartements de très haute qualité avec des petites maisons sur le toit. Le bâtiment devrait également abriter des activités tertiaires et notamment une entreprise d'informatique d'une centaine de personnes. Le site devrait aussi accueillir de la restauration et des activités de loisirs. En attendant que tout se mette en place, m2A dépense entre 1,5 et 2 millions d'euros par an pour assurer l'entretien du site.

Motoco est mort... vive Motoco & Co

Fin 2016, l'association Motoco (contraction de l'expression anglaise "more to come", "plus à venir") était liquidée par la première chambre civile du tribunal de grande instance de Mulhouse. Installée depuis le printemps 2013 dans un des bâtiments de l'ancienne usine DMC à Mulhouse, l'association Motoco avait pour objet principal de concevoir un laboratoire grandeur nature ouvert sur la société post-industrielle dans ses dimensions multiples (éducation, économie, expérimentation, écologie, échanges, égalité et expression). Elle accueillait dans ses locaux différents artistes et entrepreneurs qui y louaient des espaces de travail et pouvaient ainsi échanger avec les autres locataires. Mais la belle aventure a tourné court avec des charges mal calculées, des loyers impayés et surtout, une gestion de type "amateur". En cessation de paiement, l'association a été contrainte de faire cet acte de gestion pour stopper l'hémorragie

financière [on parle d'un "trou" de près de 150.000 euros]. Le bâtiment 75 de DMC ne s'est pas vidé pour autant. Les artistes qui y logeaient ont continué leur travail. Les propriétaires des lieux, m2A (Mulhouse Alsace Agglomération) pour la friche DMC et la Ville de Mulhouse pour le bâtiment, ont mandaté Martine Zussy, pour la partie administrative, et Sandrine Wymann, pour la partie artistique (directrice de la Kunsthalle).

La seconde vie de Motoco

Les artistes continuent à louer leur propre espace. « Entre un quart et un tiers du bâtiment peut entrer en location. Nous voulons garder des lieux pour créer un incubateur pour les nouveaux diplômés de la HEAR (Haute école des arts du Rhin) et les résidences d'artistes. Les nouveaux résidents seront validés par un nouveau comité qui se renouvellera tous les six mois et regroupera les représentants des propriétaires, d'IBA et

des résidents », explique la nouvelle équipe en place. Différents pôles d'activités vont se mettre en place : un pôle image, un pôle textile, un pôle pédagogie et un pôle bois et métal comprenant notamment le fablab, dont l'activité va redémarrer avec les membres d'openfab. Durant presque une année une réflexion a été menée autour du nouveau modèle économique envisageable afin de poursuivre à cette aventure culturelle (associatif, coopératif ou sous la forme d'une société coopérative d'intérêt collectif). Finalement c'est une SAS (société par actions simplifiées) qui a vu le jour. Autour de la présidente, qui n'est autre que Martine Zussy, sont rassemblés six entrepreneurs fortement investis dans la réussite du projet (Patrick Rein (KMØ), Bertrand Jacobberger (Solinest), Guillaume Delemazure (DEA Architectes), Jérôme Koch (Zuber Laederich), Christian Lehr (Viasphère) et Yannick Etter (Passion Automobiles). Un fonds

de dotation sera mis en place pour le soutien aux activités artistiques. Le site coûte actuellement 200.000 € à la collectivité, somme prise en charge par la SAS. Baptisée Motoco & Co, elle aura pour mission de maintenir les locations aux artistes et de financer la structure avec des événements (salon du mariage, festival Génériq, Text'lll...). Une centaine d'événements payants seraient nécessaires pour parvenir à un équilibre financier. Une quarantaine de dates sont déjà fixées pour 2018. À terme, Motoco hébergera environ 150 personnes avec une dizaine de résidences éphémères pour les artistes ayant des projets nécessitant de grandes surfaces pour plusieurs mois. Un bail emphytéotique de 25 ans devrait être signé très prochainement entre la SAS et le propriétaire du site.

KMØ, la future cité numérique à la Fonderie

Autre quartier en pleine effervescence, celui de la Fonderie, à deux pas de la gare centrale. Ces bâtiments historiques de brique rouge et toits en sheds sont les anciens bâtiments de la SACM, Société alsacienne de construction mécanique, qui produisit des locomotives, des métiers à tisser et des moteurs diesel.

« C'est un lieu fort dans l'inconscient collectif mulhousien. Le bâtiment est beau », insiste Guillaume Delemazure, architecte au cabinet DeA et l'un des acteurs du projet KMØ. L'aventure a débuté en janvier 2012. Le siège de l'entreprise Wärtsilä, jusque-là installé dans le bâtiment 23 de cette friche, levait le camp pour le nouveau quartier d'affaires de la gare. En passant devant l'ancien édifice de briques laissé vacant après plus d'un siècle d'activité, une poignée d'acteurs du monde économique mulhousien s'enthousiasma : ses atouts permettraient d'en faire un "quartier numérique". La volonté de créer un pôle numérique en Alsace a donné naissance au KMØ.

Un clin d'œil historique

KMØ à prononcer KMzéro, pour Kilomètre zéro, une référence historique. En effet, sur ce site de la Fonderie, a été posé le premier rail du train qui fit la liaison entre Mulhouse et Thann en 1841. KMØ symbolise la borne du kilomètre 0 à partir de laquelle est comptée la distance ferroviaire. « C'est le symbole d'un nouveau départ pour l'économie



Des startups, dans des boîtes de 14 m²

© Bé Ateliers

locale », résume Patrick Rein, autre acteur de cette aventure, en osant le rapprochement avec les propos de Steve Jobs sur "la machine à café où se passe la fertilisation croisée" : « KMØ, c'est une énorme machine à café ».

KMØ, c'est le symbole de l'usine du futur, un écosystème favorisant les rencontres et les échanges entre acteurs entrepreneurs, une nouvelle dynamique s'appuyant sur les compétences numériques locales. Le KMØ représente une véritable opportunité pour développer les projets, les startups et les entreprises en Alsace et en France, mais

également au-delà des frontières. Avec KMØ, c'est tout un quartier de ville qui va renaître. Pour réhabiliter le site, le coût des travaux devrait s'élever au final à 6 millions d'euros.

Après une première phase de dépose des structures caduques à l'intérieur du bâtiment, les travaux de construction ont débuté au printemps dernier et sont en cours d'achèvement. Schématiquement, le site, animé par l'association e-nov Campus, comportera alors trois grandes parties, articulées autour d'un espace de rencontres et d'événementiels. Le bâtiment principal accueillera des formations ainsi que des entreprises déjà constituées, qui ont déjà réservé la quasi-totalité des locaux prévus à cet effet. Le bâtiment à sheds (une toiture en dents de scie asymétrique) accueillera pour sa part les jeunes pousses, ou startups, pour lesquelles les porteurs du projet veulent constituer un "fonds d'amorçage". Originalité de la conception architecturale : pour ne pas chauffer en vain des espaces immenses, ces startups vont vivre dans des boîtes. « Un intérieur-extérieur atypique », explique Guillaume Delemazure.

KMØ sera aussi formateur de talents, les futurs "e-talents". Trois formations seront accueillies : Epitech, école dédiée à l'innovation et à

l'expertise informatique, La Ligne Numérique à destination de talents en rupture scolaire mais intéressés par le numérique. Et puis UHA 4.0 ou "learning by doing". Sans cours ni examen, les jeunes auront des heures de coaching et de stages. À la clef : un diplôme équivalent à une licence pro de développeur informatique. Pierre-André Muller (UHA) fait le pari que les jeunes vivant dans cet écosystème feront la preuve de leur capacité d'innovation.

Differents acteurs du territoire (notamment Rhénatic, association d'entreprises alsaciennes) se sont rassemblés pour développer l'économie numérique de la région. Aujourd'hui sur les 2.400 m² de locaux disponibles, il reste à peine 600 m² qui cherchent preneurs.

Si KMØ doit être livré fin 2018, un autre projet est en cours sur le site de la Fonderie. Citivia a cédé à Linkcity, qui regroupe les filiales de développement immobilier de Bouygues Construction, une partie de ses terrains pour un programme mixte proposant à la fois du résidentiel, du tertiaire, une salle de sport, et des activités de loisirs et des commerces de proximité (15.000 m² sur un hectare). Le programme est en cours de commercialisation et devrait voir le jour à l'horizon 2020.



L'architecture des sheds restera apparente

Restaurant : Just be NoMad...

Pendant ce temps, les promoteurs de KMØ ont cherché un professionnel pouvant proposer une restauration spécifique et expérimentale. Ils souhaitaient qu'il « colle à la philosophie du projet, corresponde à l'analyse que nous nous faisons de l'évolution de la société »...

KMØ en a rêvé, Laurent Mathieu l'a fait... c'est le "Just be Nomad" ; le nouveau restaurant bar qui a ouvert ses portes dans le quartier de la Fonderie à Mulhouse. Plus qu'une simple table, c'est un nouveau concept qui est proposé.

Le nom de ce restaurant n'a sans doute pas été trouvé au hasard tant il correspond à son concepteur... Laurent Mathieu. À 52 ans, ce Mulhousien est issu d'une longue tradition familiale dans la restauration depuis son père en passant par son frère Patrick. Du Leffe en passant par le Carré, ou encore la Cant'In, ce chef d'entreprise ne tient pas en place et chacune de ses aventures culinaires a rencontré le succès. Depuis plus de deux ans, il s'est lancé un nouveau défi dans un lieu chargé d'histoire : l'ancienne menuiserie désaffectée de la SACM, datant de 1886. Le chef d'entreprise s'est positionné pour acheter une partie du bâtiment A1 et le transformer en restaurant. « Je suis un amoureux des briques rouges, ce lieu est magique, on sent encore ici tout le passé industriel de Mulhouse. Pour moi, il était évident que je devais m'installer ici ». Ce sportif a très vite été confronté à un véritable marathon

administratif, bancaire ainsi que des retards inhérents à la difficulté de transformer un tel bâtiment en respectant les nouvelles règles en matière de sécurité. Les efforts et la ténacité ont payé : « Je voulais faire de cet espace un lieu de vie où l'on vient profiter des grandes tablées ou faire une pause dans un fauteuil rétro. Un lieu qui, au fur et à mesure de la journée, s'adresse à la fois aux actifs, sportifs ou professionnels qui pourront se connecter loin du bureau, aux étudiants, aux familles, aux sorties entre amis... et pourquoi pas aux solitaires aussi. L'idée étant que chacun vienne comme il est et s'y sente tout de suite à l'aise »... Loin du centre-ville, c'est un nouveau lieu urbain hybride et unique. Le décor : 300 m² avec un mobilier composé de vieilles tables et fauteuils de récupération, de lampes au design post art déco... Un cadre "industriel chic" qui invite à prolonger sa visite confortablement installé dans un canapé à l'écoute de la musique. À noter que l'on pourra privatiser les lieux, en tout ou partie et que les groupes seront les bienvenus. Côté assiette, on vient au NoMad pour y déguster des cocktails, partager des tapas, échanger lors des brunchs du dimanche.



Mais clairement, ce n'est pas une brasserie... « J'ai plutôt opté pour une restauration différente selon les créneaux horaires, petit-déjeuner, lunch ou dîner ».

www.nomadcafe.fr

28b rue François Spoerry, La Fonderie, Mulhouse
Réservation : 03 89 43 63 40

Tack Tack : tout le digital

A son compte depuis 2010 sous le nom de Tack Tack, Brice Gaudin est spécialisé dans la création et refonte de sites internet pour les professionnels. Basé à Mulhouse, il développe depuis un an son activité vers d'autres prestations digitales.

Les prestations du net

Site vitrine, site e-commerce, site multilingue, site extranet... autant de prestations que Brice Gaudin propose à ses clients. « Au fur et à mesure qu'ils se fidèlissent et me font confiance, ils émettent d'autres demandes plus larges ». C'est pourquoi, depuis 2017, l'activité de Tack Tack s'est développée au gré de ces nouvelles requêtes : « J'apporte des conseils techniques à mes clients, je réalise des cahiers des charges pour développer des applications web métier, je mets en oeuvre des outils digitaux pour répondre à certaines problématiques, comme, par exemple, améliorer la communication interne entre les salariés d'une entreprise, etc. ».

Contact permanent avec les clients

Les clients de Tack Tack se situent en Alsace, et quelques-uns dans la région de Bâle. « Une fois

le site web au point, je continue d'être présent pour mon client durant toute la durée de vie du site. J'y apporte des modifications et ajoute des fonctionnalités. Car un site internet se doit d'être vivant. J'apporte de nombreux conseils et idées pour améliorer sans cesse ». Si Brice Gaudin est spécialisé dans le digital, il fait appel à des partenaires locaux pour certaines prestations. « Je ne suis pas spécialisé en photographie ou en rédaction web. C'est pourquoi je collabore en co- ou en sous-traitance avec d'autres freelance qui vont venir embellir mon travail et apporter un résultat final de qualité ».

Des prestations sur-mesure

Depuis le lancement de son activité, Brice Gaudin a laissé la clientèle venir à lui grâce au bouche à oreilles. « Je possède des atouts comme la disponibilité et la réactivité. J'apporte des

solutions techniques auxquelles le client ne pense pas ». Brice Gaudin passe du temps à tester des outils en ligne afin d'être sûr qu'ils vont répondre à la problématique du client, qu'ils sont faciles d'utilisation, etc. « Je n'ai pas d'outil ou CMS de prédilection. Mes services sont entièrement sur-mesure, c'est pourquoi je recherche toujours la technologie qui sera la mieux adaptée aux besoins et au budget de mon client ».

Magali Santulli

Tack Tack
17 place de la Liberté, Mulhouse
06 79 66 82 77
www.tack-tack.fr



Brice Gaudin

Parmi les références client de Tack Tack : ED&N à Sausheim, UNAFERM, Site du Markstein Grand-Ballon, Pâtisserie Dany Husser, Sterne Environnement.

Logicek : prestations de services informatiques

Fondée en 2002, Logicek se spécialise dans les prestations de services informatiques : téléphonie sur IP et sauvegarde sécurisée.

Une activité qui redémarre

Si Logicek a été fondée il y a près de 20 ans, l'entreprise redémarre aujourd'hui son activité en France. « Pour des raisons personnelles, je suis allé vivre au Luxembourg de 2012 à 2016, explique Emmanuel Keller. L'activité s'est arrêtée pendant ce laps de temps en France, et j'ai lancé Logicek chez nos voisins ». Depuis l'été 2016, Emmanuel Keller est de retour dans l'Hexagone et y relance son activité. « Avant de déménager hors de France, nous étions trois collaborateurs. Au Luxembourg, nous étions six. A l'heure actuelle, nous redémarrons à deux ».

Téléphonie sur IP

L'activité de Logicek reprend petit à petit en France avec deux nouveaux services principaux :

« Depuis 2016, nous sommes opérateur de télécommunications. Nous nous occupons de la téléphonie sur IP qui permet de passer des appels téléphoniques en utilisant sa connexion Internet haut débit, tout en conservant ses numéros de téléphone. Pour cette prestation, nous avons conservé nos clients luxembourgeois. Nous sommes réellement implantés avec ce service en Alsace depuis octobre 2017. En plus de nos nouveaux clients dans cette région, nous avons aussi des clients du côté de Montpellier ». Les clients de Logicek sont uniquement des professionnels : avocats, notaires, experts-comptables, etc.

Nouveau : un Datacenter

Logicek a lancé il y a un mois un service de data center. « Les clients peuvent héberger chez nous

leurs sauvegardes, sites web, etc. Nous avons noté qu'il y a une clientèle potentielle importante sur Mulhouse ». L'entreprise continue également de proposer de la prestation informatique générale (infogérance de réseaux, de serveurs...). « Je laisse fonctionner le bouche à oreilles pour trouver une nouvelle clientèle. Nous avons toujours fonctionné ainsi. Nous sommes très à cheval sur le service et disponibles en permanence, ce sont des qualités qui ont toujours fait parler de nous ».

Magali Santulli

Logicek
18 rue du Jura, Sausheim
03 89 31 96 37
www.logicek.com



Emmanuel Keller

Casino Barrière Blotzheim www.casino-blotzheim.com Et si vous offriez plus d'audace à votre événement ?

Niché au cœur d'une nature verdoyante, surplombant Blotzheim et la Région des Trois Frontières, découvrez le Casino Barrière Blotzheim. Fleuron d'une nouvelle génération de casinos grâce à son architecture moderne, il est un lieu de vie perpétuelle, ouvert à tous, 365 jours par an, avec des activités sans cesse renouvelées.

Idéalement implanté à 5 minutes de l'EuroAirport Bâle-Mulhouse, l'accès routier y est facilité par l'autoroute A35.

Dans ce lieu unique et inédit, nous vous proposons d'organiser vos événements tout au long de l'année.

- Événements commerciaux : présentation et lancement de produit, cocktail, opération de relations publiques, notre structure saura s'adapter à votre cahier des charges.

- Séminaires et conventions : un lieu qui motive par son originalité et son offre globale de services. Une convention organisée dans un casino Barrière divertit, stimule et vous permet de vous démarquer.

- Célébrations : pour vos événements privés, notre équipe commerciale vous conseille et vous propose une grande diversité de formules adaptées à vos attentes.

- Spectacle privé : le professionnalisme de nos équipes artistiques vous assure une programmation de qualité pour vos demandes d'animations ou de spectacles sur-mesure.

Plus d'informations

Situation

A 5 minutes de l'aéroport Bâle-Mulhouse, autoroute A35, sortie Blotzheim

Équipements

3 espaces réceptifs jusqu'à 400 personnes : grandes baies vitrées et terrasses

Restaurant "Terrasses Barrière" : cadre cosy et design

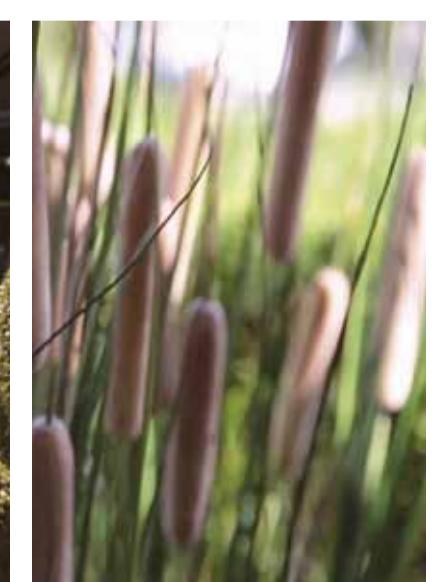
Micros, vidéoprojecteur, écran géant, pupitre, paperboard, sonorisation complète, jeux de lumières

Tarifs

Journée d'étude tout inclus à partir de 57€ par personne

Contact : Cindy Aliouane

777 Allée du casino à Blotzheim
03 89 705 767
caliouane@groupebarriere.com
www.casino-blotzheim.com





Maison Faller : 10 points de vente et un site internet leader

Nathalie Faller est Directrice Générale du Groupe Faller. L'enseigne de confiserie, devenue une institution à Mulhouse, s'est démultipliée en plusieurs points de vente en Alsace et affiche une très belle présence sur internet.

Dix point de vente et un site internet

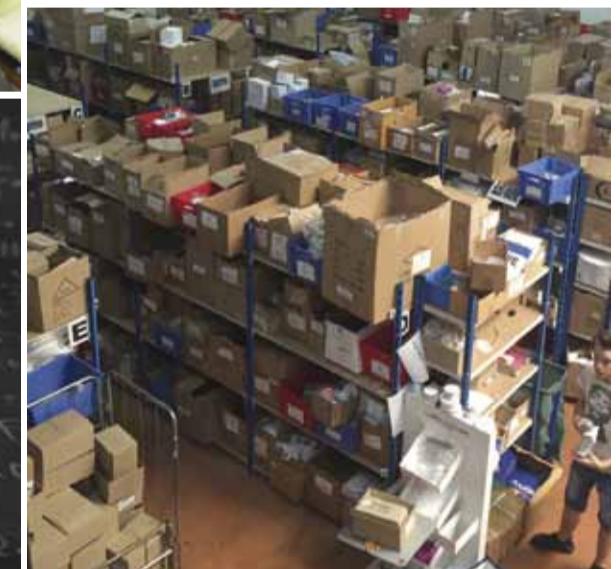
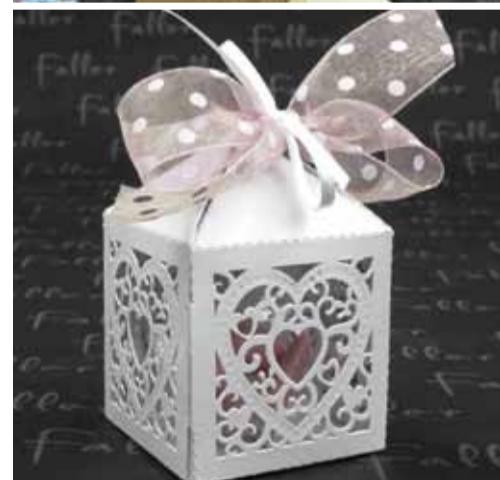
Les Bonbons Faller ont été lancés en 1954 par les beaux-parents de Nathalie. L'enseigne est devenue une véritable institution à Mulhouse. « Il y a vingt ans, mon mari et moi avons repris les rênes de l'entreprise, raconte Nathalie Faller. Nous avons développé l'enseigne en chaîne de magasins et nous avons lancé notre site d'e-commerce. Comme nous commercialisons également des chocolats et des dragées, nous avons changé le nom Bonbons Faller en Faller ». Le groupe compte aujourd'hui une dizaine de points de vente basés à Mulhouse, Colmar et Strasbourg.

Satisfaire toutes les générations

« Douceurs et gourmandises sont les maîtres-mots de l'entreprise. Mon métier, au-delà de vendre des produits sucrés, c'est d'offrir un monde de plaisir et un retour en enfance ». Dans les boutiques Faller, on retrouve des sucreries indémodables et incontournables, ainsi que des nouveautés. « Nous voulons plaire à toutes les générations: continuer à satisfaire les anciennes et attirer les nouvelles. On retrouve en permanence 400 références de produits dans nos magasins. Chaque gérant de boutique peut adapter le choix en fonction de la clientèle, qui aura un profil différent d'un point de vente à un autre ».

22 tonnes de chocolat par an

Chaque mois, l'enseigne sort entre vingt et vingt-cinq nouveaux produits. « Nous avons une centaine de références pour les bonbons. Sur le chocolat, nous avons des produits permanents et des produits saisonniers pour Pâques et Noël. Il y a trois cents références par saison. Nous vendons vingt-deux tonnes de chocolat à l'année ». Pour Nathalie Faller, « le défi est d'avoir les bons produits au bon moment. Car dans notre métier, nous sommes dans des phénomènes de mode ». L'entreprise a réalisé 3,5 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2017 et compte quarante salariés.



70 fournisseurs

Le Groupe Faller achète les dragées chez un fabricant alsacien. Les bonbons viennent de France et d'Europe, et le chocolat provient à 80% de Belgique. « Nous développons avec nos fournisseurs des recettes qui sont les nôtres ». L'entreprise reconditionne elle-même ses produits. « Nos sachets, boîtes, étiquettes, viennent d'Alsace également. Nous imaginons le design de nos emballages avec nos fournisseurs ». L'entreprise travaille avec environ soixante-dix fournisseurs. « Nous avons des fournisseurs historiques, et d'autres, plus récents, qu'on rencontre sur des salons ».

Leader de la vente de dragées en ligne

Grâce à son site internet, la maison Faller est devenue leader de la vente de dragées en ligne. « Nous commercialisons nos produits partout en France. Si nous proposons quelques dragées dans nos boutiques, nous possédons mille références sur le web ». Les particuliers représentent 90% de la clientèle de l'entreprise. « Pour les dragées, nous travaillons avec quelques professionnels du chocolat ou des wedding planners. Les mairies font parfois des demandes de sachets de bonbons auprès de nos boutiques. Mais sinon, nous travaillons très peu en B to B ».

1.000 m² de stock

« Nous vendons exclusivement sur stock, cela nous permet d'avoir toutes les marchandises immédiatement ». Rue de l'Île Napoléon à Rixheim, où se situe son siège social, l'entreprise possède un dépôt de 1.000 m² dans lequel elle conserve tous ses produits. « Toutes nos marchandises sont testées avant d'être sélectionnées. Outre leur qualité et leur fraîcheur, c'est leur excellent rapport qualité/prix qui nous permet d'être encore là aujourd'hui. L'objectif en 2018 est de rester à ce bon niveau ».

Magali Santulli

Faller

64 rue de l'Île Napoléon, Rixheim

03 89 45 95 25

www.faller.fr

Dragees.Faller

Bonbons.Faller

FallerCommerce

Freyburger : menuiserie artisanale et familiale depuis 1903

La menuiserie Freyburger à Hindlingen a été fondée par l'arrière-grand-père de Philippe Freyburger, maître-artisan, officiellement à la tête de la société depuis 2002. L'entreprise réalise sur commande tous travaux de menuiserie en bois.

Toutes les prestations liées à l'habitat

La menuiserie Freyburger propose à ses clients de nombreuses prestations : fabrication de portes, fenêtres, meubles, placards, escaliers, parquets, aménagement de cuisine ou dressing standard ou sur mesure, aménagement extérieur de terrasses en bois ou de petites charpentes (auvent, pergolas...), restauration de vieux meubles, ponçage de parquets, rénovation d'appartement... « Nous confectionnons, au choix, des réalisations rustiques, contemporaines ou modernes », indique Philippe Freyburger.

Une matière première régionale

La menuiserie achète essentiellement son bois en Alsace. « Nous possédons notre propre scierie, ce qui nous permet de débiter directement les troncs selon notre convenance et en fonction des demandes spécifiques (dimensions, essences, etc.). ». Ensuite, les produits sont conçus dans l'atelier de fabrication. « Nous avons un réel respect de la matière. Les clients n'hésitent pas

à mettre le prix dans nos réalisations, car ils savent qu'ils auront un produit de qualité, haut de gamme et bien réalisé ».

Continuer à travailler à l'ancienne

L'atelier de la menuiserie est semi-industrialisé. « Nous avons su évoluer avec le temps, utiliser de nouvelles techniques. Nous avons investi dans des machines à commande numérique. Mais nous travaillons encore beaucoup à la main, car les machines ne feront jamais le même travail que l'humain ». Philippe Freyburger collabore aujourd'hui avec trois salariés, un apprenti, ainsi que deux personnes supplémentaires à temps partiel. « Nous travaillons surtout pour les particuliers, et les professionnels représentent près de 20% de notre clientèle. Nous travaillons également avec les Bâtiments de France ».

De nouvelles ambitions en 2018

En 2018, l'objectif de Philippe Freyburger est de terminer son nouvel atelier. « Nous restons à Hindlingen, mais nous allons déménager pour avoir plus d'espace. Nous passerons de 400 à



Philippe Freyburger

1.350 m². Il y aura les bureaux, un showroom et l'atelier ». Cela permettra à l'entreprise plus de visibilité. « Nous serons sur une axe de passage, au bord de la route, sur une zone artisanale. C'est indispensable pour assurer l'avenir de l'entreprise ». Cet investissement de 500.000 € permettra deux nouvelles embauches.

Magali Santulli

Menuiserie Freyburger
22 rue de Lepuix, Hindlingen
03 89 25 62 19
www.menuiserie-freyburger.fr

Les femmes dans l'artisanat : les rôles changent

Longtemps cantonnées dans l'assistance administrative et comptable de leur mari artisan (avec la non-reconnaissance de ce travail qui a longtemps pesé sur les femmes), elles jouent de plus en plus un rôle dirigeant, voire de chef d'équipe sur le terrain.

Ainsi, le Trophée Madame Artisanat Alsace 2018 a distingué Valérie Acker-Klughertz, peintre en carrosserie, associée-gérante de l'atelier d'entretien et de restauration de véhicules anciens Klughertz à Oberroedern (67). La lauréate a démarré dans les bureaux en tant que comptable, avant de se former au métier de peintre en carrosserie au CFA de Schiltigheim.

Le trophée Marlène Schaeffer (ancienne secrétaire générale de la CMA) est revenu à Peggy Guillon-Zaegel, gérante de l'entreprise de couverture zinguerie Claude Zaegel à Illzach. Une femme qui elle aussi mouille la chemise, en montant sur les toits. Après des études de comptabilité, elle est désormais conductrice de travaux.

C'est la mulhousienne d'origine Perrine Hinderer qui a eu le trophée Mademoiselle Artisanat. A 20 ans, elle prépare un brevet technique des métiers au CFA d'Eschau. Par ailleurs, elle a remporté la médaille d'or aux Olympiades des Métiers du Grand Est en 2017.

Un beau palmarès et l'excellence à tous les niveaux !

VF d'après communiqué



Consommations mixtes du Nouveau CLS Coupé : 5,6-7,8 l/100 km. CO₂ : 148-184 g/km.

Nouveau CLS.
Retombez amoureux.

Mercedes-Benz
The best or nothing.



Mercedes-Benz / smart Mulhouse
Kroely

228 avenue de Fribourg - 68110 Illzach - 03 89 61 89 61

Mercedes-Benz France SIREN 622 044 287. The best or nothing : le meilleur, sinon rien.

**DES CONSEILLERS QUI PARLENT LE LANGAGE DES ENTREPRENEURS
ÇA CHANGE TOUT !**



Christophe GEORGE
Chargé d'Affaires Professionnels



Crédit Mutuel

**SAINT-Louis REGIO
ESPACE ENTREPRISES**

72 rue de Mulhouse - SAINT-Louis

03057@creditmutuel.fr

Tél. 0 820 820 113

(Service 0,12€/min. + prix appel)

ESAT Marie Pire : une structure de réinsertion professionnelle

Au sein de l'association Marie Pire, spécialisée dans la prise en charge d'enfants, adolescents et adultes handicapés, l'ESAT permet une insertion dans la vie professionnelle.

Travailler en milieu protégé

L'ESAT (Établissement et Service d'Aide par le Travail) a été créé en 1972. « Nous sommes 45 salariés et on compte 134 travailleurs handicapés. Ces derniers peuvent intégrer l'ESAT à partir de 18 ans et peuvent y rester jusqu'à faire valoir leurs droits à la retraite », indique Isabelle Fink-Martin, Directrice de l'ESAT. Les travailleurs au sein de la structure possèdent une reconnaissance de travailleur handicapé (RQTH). « La Maison Départementale des Personnes Handicapées oriente une personne handicapée pour travailler en milieu protégé, comme chez nous par exemple, si elle n'a pas la possibilité d'évoluer en milieu ordinaire ».

Différents services aux entreprises

L'ESAT propose quatre services : des ateliers de sous-traitance industrielle, une blanchisserie industrielle, un service entretien des espaces verts et un service restauration comprenant un self ouvert au public et la livraison de repas

froids. « A noter que nous pouvons proposer des prestations de services dans nos ateliers ou les réaliser directement au sein d'une entreprise ». Les salariés travaillent à temps complet (35 heures) ou à temps partiel. « L'ESAT les rémunère à 50% de la valeur du SMIC. Une partie est financée par les prestations de services, l'autre, par l'État. Généralement, les travailleurs perçoivent en complément une allocation adulte handicapé ».

Trois millions d'euros

Grâce à ses prestations, l'ESAT réalise un chiffre d'affaires de trois millions d'euros. « Les résultats sont garantis, le travail est toujours de qualité. Pour les personnes handicapées, travailler est une vraie source de motivation. Cela leur donne une place dans la société et une reconnaissance. Nous sommes capables de répondre aux exigences des entreprises, c'est pourquoi beaucoup sont fidèles ». Cela permet aussi aux entreprises de réduire leur contribution AGEFIPH : « Les sociétés de plus de vingt salariés doivent avoir 6% de leur effectif en situation de handicap. Si elles



Isabelle Fink-Martin

font appel à nos services, elles s'acquittent d'une partie de cette obligation ».

Marie Pire fête ses 100 ans

L'Association Marie Pire est reconnue d'utilité publique. Elle regroupe une dizaine d'établissements spécialisés différents, répartis à Riesbach et à Altkirch, ce qui représente 330 personnes en situation de handicap. Cette année, l'association fête ses 100 ans. Un anniversaire

qui sera célébré en grandes pompes les 2 et 3 juin 2018 avec de nombreuses animations sur le thème du cirque.

Magali Santulli

ESAT Marie Pire
Quartier Plessier - Bâtiment 15a
Avenue du 8^{me} Hussards, Altkirch
03 89 40 17 44
www.mariepire.asso.fr

Alsace Active : promotion de l'innovation sociale

Alsace Active est un acteur engagé dans le développement d'une économie et d'une finance s'inscrivant dans le développement durable et l'innovation, au service des personnes et des territoires.

Son ambition est de donner aux entrepreneurs les moyens d'agir. Elle soutient les créateurs d'entreprises, et développe par ailleurs une offre de conseils et de financement à destination des entrepreneurs sociaux, à toutes les étapes-clés de la vie de leur projet.

Hybride, c'est peut-être le mot qui caractérise le mieux Alsace Active, organisme financé par des fonds privés et publics, et qui encourage la création de projets entrepreneurial à cheval sur le lien social, l'intérêt général et l'activité économique. « Nous aimons les projets qui créent du lien, qui font avancer la société, tout en étant viables à terme. Tous les projets que nous accompagnons bénéficient de fonds publics et privés, avec un objectif social qui relève de l'entreprise classique, mais avec un sens de l'intérêt général », explique Nadia Ourouh. Favoriser un écosystème favorable à l'emploi, notamment dans les quartiers sensibles, relève aussi de la mission d'Alsace Active qui, déclinaison de France Active, prend en compte les besoins et les ressources de son territoire.

Suivi de l'ensemble d'un projet

Chez Alsace Active, pas de tabou : on peut être entrepreneur et idéaliste, avoir l'intérêt général chevillé au corps et apprendre à trouver l'argent qui financera le projet. « Nous nous attachons d'abord à bien analyser le projet et à connaître son porteur, pour estimer sa viabilité économique et sociale ». Peaufiner le concept, s'assurer de son utilité sociale, sécuriser le financement : l'action d'Alsace Active s'adapte à la nature du projet et à ses besoins. Cela peut aller jusqu'à des prêts directs, l'octroi de garanties bancaires et le montage de financements multi-partenaires.

Un travail en réseau

Au-delà, les conseillers d'Alsace Active conseillent les porteurs de projets sur l'ingénierie ou la gestion globale de leur future entreprise. « Notre expérience nous autorise à conseiller tel ou tel financeur, ou de travailler avec un groupe ressources, de rencontrer



Nadia Ourouh : Mettre les personnes et les financeurs en réseau

telle personne, etc. ». Etant donné sa vision transversale du monde bancaire au secteur de l'économie sociale, un projet bien accueilli par Alsace Active est une référence lorsqu'on va voir d'autres organismes, banques ou fondations.

En 2017, plus de 400 entreprises ont été accompagnées en Alsace, ce qui a permis le maintien ou la création de plus de 1.000 emplois.

Béatrice Fauroux

Alsace Active
48 rue Franklin, Mulhouse
Nadia OUROUH
Dispositif Local d'Accompagnement 68
03 69 72 80 42
nourouh@alsaceactive.fr

Parmi les projets soutenus par Alsace Active :

A Mulhouse : Foodlink (restaurant vegan)
- Tilvist (café rue de la Moselle) - La Table de la Fonderie - L'Elan Sportif
Recyclerie de Guebwiller - Recyclerie d'Illzach - Les Sheds à Kingersheim
- Domaine du Hirtz à Wattwiller - Rhenamap.

Avec l'Ecole des managers, vos ambitions prennent forme

Management de proximité et de projet

Qualité Sécurité Environnement

Amélioration continue, Lean

Ressources Humaines

Mediaco : spécialistes de matériels de levage

Avec soixante agences en France et deux en Allemagne, le Groupe Mediaco propose deux types de services : la location de matériels de levage et la prestation de services industriels. L'entreprise est présente dans l'Est de la France, avec une agence implantée à Colmar et une autre à Cernay.

Des grues jusqu'à 500 tonnes

A Cernay, 50% de l'activité de Mediaco représente la location de matériels. « Tous nos engins sont loués avec opérateurs », expliquent Michel Licausi, Directeur de région, Eric Dalmata, Responsable d'agence et Guy Nuninger, Responsable des activités de services industriels. « Nous possédons notamment des grues pouvant transporter jusqu'à 500 tonnes - nous sommes les seuls dans le secteur -, des nacelles pouvant monter jusqu'à 70 mètres, ainsi que des camions bras ». L'agence possède son propre service d'entretien pour les réparations courantes de ses engins.

De nombreux services

L'autre moitié de l'activité est issue des prestations de services : transfert industriel, manutention spécialisée, montage d'usines neuves, maintenance et logistique sur site

industriel, etc. « Nous pouvons intervenir pour des dépannages, comme pour un camion qui se serait couché sur la route par exemple ». Mediaco réalise à Cernay un chiffre d'affaires annuel de 18 millions d'euros et compte 135 collaborateurs. « Nous privilégions une prestation de services globale pour que le client n'ait qu'un seul interlocuteur ».

Les avantages d'une PME

« Nous travaillons occasionnellement avec quelques particuliers, mais la grande majorité de notre clientèle est composée de professionnels : bâtiment, travaux publics, secteur industriel, artisans, énergie, transport, automobile, chimie... Environ 200 clients réguliers nous font confiance, sans compter les prestations ponctuelles ». L'agence de Cernay fonctionne sur le modèle d'une PME, ce qui lui permet flexibilité, disponibilité et proximité avec ses clients.



De gauche à droite: Eric Dalmata, Michel Licausi et Guy Nuninger

3M d'investissements en 2018

Cette année, Mediaco va investir trois millions d'euros pour renouveler son parc et se doter d'outils plus performants. « Nous avons toujours été la pointe des nouveaux équipements. Nous

sommes les premiers dans notre cœur de métier en Alsace à avoir obtenu les certifications ISO 9001 et MASE ». L'objectif en 2018 sera également d'améliorer encore et toujours la sécurité. « C'est un aspect très important, toutes nos équipes y sont formées avec rigueur ».

Magali Santulli



Mediaco
140 avenue Charles de Gaulle, Cernay
03 89 75 90 03
www.mediaco-groupe.com

Decathlon Village : des offres ludo-sportives pour les entreprises

Depuis une vingtaine d'années, le Decathlon Village de Wittenheim possède un service animation à destination des particuliers et des professionnels. L'objectif de ce service est de faire vivre le site tout en proposant, aux entreprises notamment, un moment de convivialité.

Allier travail et détente

Porteur de cette antenne animation, Olivier Noël est en charge de développer des offres pour les entreprises. « Nous leur proposons des animations ludo-sportives ». Différentes offres sont à pourvoir, notamment lors de séminaires d'entreprise. « Nous avons, au sein du village, un espace de réunion. En parallèle, nous organisons des activités sportives pour les participants, d'une durée de 2h30 en moyenne. Doté d'un espace restauration, le village est aussi un endroit idéal pour célébrer l'anniversaire d'une société par exemple ».

Des animations sur-mesure

Le Decathlon propose des fêtes d'été. « Pour les entreprises qui souhaitent offrir une sortie à leurs collaborateurs, nous recréons le principe des clubs de vacances sur une journée. Les enfants sont pris en charge sur place pour que les parents

puissent se consacrer à d'autres activités ». Il existe également des fêtes de Noël. « Nous pouvons mettre en place des animations sur mesure et sortir du cadre du Decathlon Village. Par exemple, nous allons organiser pour une entreprise un tournoi de pétanque à la Citadelle de Belfort ».

Faire évoluer les échanges dans l'entreprise

Participer à ces animations permet à une entreprise de réunir ses collaborateurs et de réaliser un travail de cohésion. « Tout le monde est mis en avant, on casse les codes hiérarchiques. On peut se dévoiler et redécouvrir ses collègues à travers le sport ». Le B to B représente 50% des animations organisées. « Les clients sont essentiellement des entreprises du Haut-Rhin qui viennent de tous les domaines d'activité. Nous

organisons environ trente-cinq séminaires par an, dix fêtes d'été et une quinzaine de fêtes de Noël. Cela représente 6.000 participants ».

Des activités toujours réinventées

Les activités sont encadrées par une dizaine d'animateurs. « Il y a un réel encadrement qualitatif. Nous faisons aussi appel à des coaches sportifs en possession d'un brevet d'état ». Pour Olivier Noël, le défi est de renouveler les animations chaque année. « Il y a des activités qui restent incontournables. Nous venons y greffer des nouveautés ou imaginons des variantes. Si un nouveau produit est lancé en magasin, nous le faisons tester aux participants ». Côté délai, « nous sommes très réactifs. La seule contrainte est qu'il ne doit pas déjà y avoir une réservation au même moment ».

Magali Santulli



Decathlon Village
ZAC Carreau Anna, Wittenheim
03 89 500 600
olivier.noel@decathlon.com



Extra Stockage Le pionnier du self-stockage a 10 ans

Il a été le premier à se lancer sur la région dans l'aventure du "self-stockage". En 2008, Jean-Charles Muller a ouvert le premier centre d'entreposage nouvelle génération. En dix ans et malgré un marché très concurrentiel, Extra Stockage à Illzach a triplé son offre, passant de 337 à 800 box à louer.

Le slogan n'a pas pris une ride : « Louez chez nous la place qui manque chez vous ! ». En 2008, Jean-Charles Muller n'a que 25 ans lorsqu'il se lance dans son entreprise. Le Mulhousien a travaillé chez Peugeot, fait ses armes comme technico-commercial dans le domaine des photocopieurs, chez Xerox, en préparant un BTS en alternance, puis chez Toshiba. Mais son rêve, c'était de créer son entreprise. L'idée, il l'aura lors d'un passage à Paris, dans les couloirs du métro, en voyant des pubs d'une grande enseigne spécialisée



dans le self-stockage, entendez « la location de volumes de stockage individualisés et sécurisés à des particuliers et professionnels avec une souplesse d'accès »... un concept révolutionnaire à des années lumière du poussiéreux garde-meuble. La formule était en plein essor en Île-de-France, mais pas dans la région. Jean-Charles Muller se lance alors dans ce projet après avoir rencontré les acteurs du secteur. Il s'installe au parc d'activités Ulysse, à Illzach. Depuis la petite boîte a grandi. En dix ans, sa surface est passée de 2.000 m² à 6.500 m² (la PME occupe plus de la moitié des 11.000 m² du parc d'activités Ulysse) ; et le nombre de box est passé de 337 à près de 800. Pour répondre à tous les besoins, les dimensions de ces "pièces privatives", sont multiples : de 1 m² à 30 m², sur 2,70 m de hauteur. « Et nous avons aussi une offre pour les PME sur 60, 120 ou 240 m² », ajoute le chef d'entreprise.

Une prestation qui tire vers le haut

Au départ seule sur ce segment, la société Extra Stockage a vu une dizaine de concurrents s'installer sur la région mulhousienne. Malgré cette très forte concurrence, Extra Stockage tire son épingle du jeu. Le chiffre d'affaires de l'entreprise, à l'exception d'un exercice 2017 stable, n'a cessé de progresser et se situe aujourd'hui entre 550.000 et 600.000 €. Le gérant explique cette performance par



Jean-Charles Muller

plusieurs facteurs : la taille, « On est l'un des plus grands - sinon le plus grand - centre de stockage du Grand Est » ; des locaux chauffés et ventilés, « Les clients qui stockent des effets craignant le froid, les variations de température ou l'humidité pouvant altérer matelas, textiles et autres archives » ; la sécurité du site : vidéosurveillance, alarme individuelle dans chaque box, système de contrôle d'accès par code individuel, gardiennage... « En dix ans, on n'a jamais eu le moindre problème de sécurité », assure Jean-Charles Muller. Le chef d'entreprise fait aussi valoir « le confort d'utilisation proposé aux clients avec de larges couloirs et cinq zones de

déchargeement ». Et enfin le service, avec la mise à disposition gratuite d'engins de manutention et la possibilité pour les professionnels de faire réceptionner leurs commandes sur le site. C'est en éllevant le niveau de qualité qu'Extra Stockage a su conserver son avance sur la concurrence.

Pierre Alain

Extra Stockage
parc d'activité Ulysse
9 avenue d'Italie à Illzach
03.89.311.811
www.extrastorage.com



CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

PUBLI-INFO



Du 3 au 5 avril, Bizz & Buzz, initiative de la CCI Alsace Eurométropole, organise 30 rendez-vous incontournables sur le numérique et les objets connectés, et ce à travers toute l'Alsace. Un festival incontournable pour les professionnels.

Pour cette 5^{ème} édition, 100 experts sont attendus sur 25 lieux différents en Alsace. Au total, 30 ateliers et conférences sont organisés. Retours d'expériences, cas pratiques, conseils et animations contribueront à orienter les professionnels en quête de transformation digitale. Avec plus de 2.000 inscrits en 2017, Bizz & Buzz confirme sa place de festival leader du numérique dans le Grand Est.

CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

Le Programme complet

Mardi 3 avril

10h - 12h
Réputation professionnelle & social selling
CCI Alsace Eurométropole - Strasbourg

10h - 12h
Atelier "Booste ta candidature"
Tango&Scan
Motoco - Mulhouse

10h - 12h
Développer vos affaires en Allemagne et/ou en Chine grâce au e-commerce
Strasbourg

14h - 16h
Vendre ou se vendre avec le digital : une formidable opportunité pour l'artisanat et les TPE
Chambre des métiers d'Alsace de Schiltigheim

14h - 16h
Digital society forum : comment la technologie peut-elle accompagner notre humanité ?
CCI Alsace Eurométropole - Mulhouse

16h30 - 18h
Réalité virtuelle, réalité augmentée, serious game : quelles opportunités pour les entreprises ?
KMØ prototype - Mulhouse

18h30 - 20h
Robotique médicale, une discipline riche en savoir-faire pour l'industrie du futur
Telecom physique - Illkirch-Graffenstaden

Mercredi 4 avril

8h30 - 10h
Mathématiques de l'innovation
IRMA - Strasbourg

09h - 11h
Workshop : raison d'être et organisation exponentielle : soyez disruptif !
Ikigai - Strasbourg

10h - 12h
Vendre ou se vendre avec le digital : une formidable opportunité pour l'artisanat et les TPE !
Chambre des métiers d'Alsace de Colmar

10h - 12h
RGPD : Préparez-vous à ne pas être prêts !
CCI Alsace Eurométropole - Strasbourg

12h - 14h
Meetup Alsace - Bade-Wurtemberg : quelles opportunités de collaboration et de business pour les startups ?
CCI Alsace Eurométropole - Strasbourg

14h - 16h30
AI, un ami qui vous veut du bien ?
ENA - Strasbourg

14h00 - 15h30
L'innovation dans les startup
Groupe Phosphore - Logelheim

14h - 16h

Vendre ou se vendre avec le digital : une formidable opportunité pour l'artisanat et les TPE !
Chambre des métiers d'Alsace de Mulhouse

15h - 17h
Le digital dans la restauration
Parc du petit prince - Ungersheim

15h30 - 17h
L'innovation dans les TPE
Groupe Phosphore - Logelheim

16h - 18h
Comment optimiser la gestion des factures grâce à la dématérialisation
DNA - Strasbourg

19h - 22h
Soirée officielle "Let IE bee"
Pavillon Joséphine - Strasbourg

Jeudi 5 avril

8h30 - 10h
Prêt ou don boostez : votre projet avec le crowdfunding
Palais du Rhin - Strasbourg

8h - 10h
Digital customization dans l'industrie
Velum - Bischoffsheim

10h - 12h
Risques liés au cloud dans les relations B2B
Epitech - Strasbourg

10h - 12h

Comment développer mon chiffre d'affaires sur internet ?
CMA - Colmar

10h - 12h
La e-distribution des loisirs : se la jouer solo vs l'union fait la force
Musée Wurth - Erstein

10h - 12h
Automatisation des entrepôts logistique et impact du numérique sur les métiers et organisations
Scapslace - Niederhergheim

14h - 16h
Jedis du web : demain tous stars du X ?
Salle du brassin - Schiltigheim

14h - 16h
Le tourisme du XXI^{ème} siècle voyage-t-il encore ?
Haut-Koenigsbourg - Orschwiller

15h - 17h
Le digital dans la restauration
CCI Alsace Eurométropole - Strasbourg

17h - 19h
Afterwork "To bee or not to bee"
Pixel Museum - Schiltigheim

17h - 19h
Coding afterwork @Ribolab
Ribolab - Ribeauvillé

Plus de détails sur bizzandbuzz.alsace



Une page se tourne même si le nom reste. Stefano D'Onghia, le fondateur du restaurant mulhousien qui avait obtenu deux étoiles au Michelin en 2014, a passé le relais à Jean-Michel Feger. Cet enfant de Flaxlanden, aujourd'hui âgé de 49 ans, n'est pas nouveau dans cette maison nichée dans l'écrin magique de la Cour des Chaînes. C'est lui qui portait la cuisine depuis l'ouverture de l'établissement, il y a 17 ans. Le restaurant Il Cortile avait été imaginé en 2001 par son fondateur, Stefano D'Onghia - qui tenait auparavant l'épicerie À la Ville de Trieste - comme une trattoria aux saveurs transalpines, simples et goûteuses. Six ans plus tard, il décrochait sa première étoile au guide Michelin, un classement inédit pour Mulhouse, de surcroît pour un restaurant dédié à la cuisine italienne. En 2014, l'établissement décrochait même sa deuxième étoile, perdue l'an dernier. En août 2014, plus de 600.000 euros ont été investis pour refaire la salle et la terrasse et la brigade était montée jusqu'à 18 personnes. Un véritable coup de massue. Mais l'aventure n'est de loin pas terminée.

La nouvelle vie du Cortile

Jean-Michel Feger et sa brigade aguerrie (dix personnes) veulent proposer une cuisine « *plus simple, plus généreuse avec un accueil plus convivial...* ». Le nouveau chef a été formé notamment à la table étoilée de Bernard Begat, au Moulin du Kaegy, à Steinbrunn-le-Bas où il aura passé 12 ans, chez Balnel à Neuenburg en Allemagne, ou encore chez Antonio Esposito à La Vigna, ancien restaurant étoilé italien à Laufen en Allemagne. Mais il a acquis

son goût pour la cuisine du terroir lorsqu'il était enfant et qu'il allait en vacances en Lorraine chez ses grands-parents à Marly. « Il y avait là-bas un immense potager. Cela fait peut-être cliché, mais j'ai été baigné là-dedans. Il y avait aussi une basse-cour, des vaches, des cochons car on avait aussi une exploitation. J'ai des souvenirs de cette cuisine de terroir, de cette cuisine de saveurs, de goûts, du plat que l'on pose au milieu de la tablée et du couvercle que l'on soulève avec les odeurs qui se diffusent ».

Une cuisine plus familiale

Le nouveau maître des lieux entend insuffler cette cuisine et ces senteurs dans son restaurant. Il a ainsi mis en place une "Stammtisch" de six couverts et le service est désormais moins "protocolaire". La carte, elle, a été partiellement épurée et le dressage simplifié. « Nous souhaitons mettre en avant des produits de qualité et de saison, sans trahir notre identité. C'est un retour aux sources de la cuisine », insiste le chef. Côté assiette, les prix ont été revus à la baisse avec notamment un menu du midi à 29 euros servi du mardi au vendredi. Les notes méditerranéennes rythmeront encore le menu, mais, tout comme la carte des vins, Il Cortile s'ouvre plus largement aux terroirs français. « En plus de la carte, nous nous laisserons inspirer par les arrivages », souligne le chef. Le guide rouge (Michelin) attribuant son macaron à Stefano D'Onghia, la nouvelle équipe devra reconquérir son étoile, même si ce n'est pas son objectif premier. « Nous ne sommes pas dans une logique de course à l'étoile. Je ne veux pas chercher une deuxième

étoile. Nous nous engageons simplement avec conviction pour satisfaire nos clients. Si le restaurant est plein, si les clients sont contents alors nous aurons réussi. On ne veut plus travailler avec la pression que l'on a pu connaître avant », insiste Jean-Michel Feger.

Pierre Alain

Il Cortile

11 rue des Franciscains à Mulhouse
03 89 66 39 79
www.ilcortile-mulhouse.fr



Un magasin pour répondre à la demande

La famille Iannone importe des produits de toute l'Italie. « Parallèlement à notre activité de gros, nous avons lancé malgré nous notre épicerie, explique Franco Iannone. Les particuliers qui passaient devant nous exprimaient le souhait d'acheter nos produits. En plus de nos 1.500 m² dédiés au stockage, nous avions ces 100 m² disponibles, alors nous avons commencé à disposer des palettes pour faire de la vente au détail. Petit à petit, nous avons installé de vrais rayons ». La famille Iannone travaille avec deux salariés et réalise un chiffre d'affaires de 800.000€, dont 300.000 en boutique.

Des produits 100% italiens

Dans les rayons du Mercato, on retrouve des produits secs alimentaires (dont trente-cinq références de pâtes), des cosmétiques, des produits frais et plus de deux cents variétés de vins. « Depuis peu, nous commercialisons des produits bio et quelques pâtes sans gluten ». Pour ce qui est des fromages, la famille a fait le choix de les mettre elle-même sous vide. « Le goût est préservé et cela permet de vendre moins cher. Nous proposons par ailleurs notre charcuterie à la coupe ». Les clients peuvent

Le Mercato : une épicerie 100% italienne

Il y a près de cinquante ans, la famille Iannone - les époux Franco et Katia et leur fils Stéphane - s'est lancée dans la vente en gros de produits italiens pour la grande distribution française et quelques restaurants. Elle développe depuis 2010 une boutique à destination des particuliers.

Stéphane (à gauche) et Franco (à droite)

retrouver dans la boutique des produits en exclusivité qui ne sont pas commercialisés dans les grandes surfaces.

Goûter les produits sur le terrain

Les produits sont également en vente sur internet, mais « nous encourageons les gens à venir chez nous. Nous pouvons leur raconter l'histoire des produits et nous organisons parfois des dégustations ». Pour importer ses produits, la famille Iannone passe par deux sites logistiques en Italie du Nord et du Sud. « Nous groupons nos commandes et pouvons ainsi vendre nos produits au même prix que dans les grandes surfaces. Grâce à notre expérience, nous choisissons ce qui se fait de meilleur. Je vais régulièrement en Italie, je connais bien les producteurs et leurs produits ».



2018, une année de transition

Cette année, la famille Iannone souhaite améliorer son magasin. « La boutique a pris de l'ampleur et nous sommes sereins quant à son avenir. Pour le moment nous ne fonctionnons que grâce au bouche à oreilles, mais nous allons faire davantage de communication. 2018 va être une année de transition pour savoir quelle direction prendre avec la boutique. ». La famille Iannone reprend depuis peu une activité de traiteur et peut servir des buffets jusqu'à une trentaine de personnes.

Magali Santulli

Le Mercato

53 rue Josué Hofer, Mulhouse
09 51 26 68 00
lemercato.fr



La Ferme aux Pampilles, 100% bio

Près de 7 ans après le début de son activité, la ferme aux Pampilles à Masevaux affiche une belle santé, avec un élevage composé de 30 chèvres laitières et près de 100 porcs charcutiers à partir desquels le couple de fermiers fabrique de nombreux produits 100% bio de plus en plus variés.

Elise Happel aide une chèvre à accoucher. Les chèvres mettent bas en février et début mars et la production peut reprendre ensuite.



Elise et Jérôme Happel se partagent bien les rôles : à elle la fabrication à partir du lait des chèvres, à lui la transformation des porcs. Ce lundi, c'est lundi, Elise vient de fabriquer 800 yaourts avec plus de 20 arômes différents, tandis que Jérôme prépare des pâtes. La ligne bio est tenue avec rigueur, de l'alimentation des bêtes - bio et en partie produite à la ferme - au produit fini. La qualité des produits est constante, au prix de semaines de travail de 70 à 80 heures, une peine récompensée par un bouche à oreilles efficace.

Le magasin de la ferme est ouvert au public le samedi matin, et distribue, en plus de ses produits, plusieurs références de partenaires en bio : pains, œufs, tisanes, miels, vinaigres, légumes, fromages à base de lait de vache, poulets...

Cette année, la boutique de la Ferme aux Pampilles va être agrandie, avec de nouvelles références.

● **La Ferme aux Pampilles**

10 rue de l'Abattoir, Masevaux
03 89 75 96 50
www.ferme-aux-pampilles.fr
 fermeauxpampilles

● **Magasin de la Ferme**

Ouvert samedi de 9h00 à 12h30

● **Marchés :**

Sentheim, le mardi de 17h à 19h. Ferme Nicolle Masevaux, le mercredi matin



VOUS DIRIGEZ UNE PETITE ENTREPRISE EN PHASE DE DÉVELOPPEMENT ?

AYEZ LE RÉFLEXE ARDAN !

ACTION RÉGIONALE POUR LE DÉVELOPPEMENT D'ACTIVITÉS NOUVELLES

Contact : maria.hennermaroko@lecnam.net

Un dispositif de la Région Grand Est et avec son soutien financier

Porté par le Cnam en Grand Est

le cnam
Grand Est

6 MOIS POUR FORMER UN NOUVEAU COLLABORATEUR

6 MOIS POUR DÉVELOPPER UN PROJET

Déclinaisons Fruits : confitures bio

Le Kembsois Jean-Philippe Badeau a lancé son entreprise individuelle Déclinaisons Fruits en juillet 2016. Il propose des confitures bio réalisées par ses soins.



Jean-Philippe Badeau dans son laboratoire

Faire de sa passion un métier

Jean-Philippe Badeau est un ancien mécanicien moto et ambulancier qui a souhaité se reconversion. « J'ai toujours aimé les fruits et le sucre. Un jour, j'ai rencontré un artisan confiturier et j'ai eu un coup de coeur pour ces produits. J'ai alors fait le pari de me lancer moi aussi dans ce métier ». Jean-Philippe loue un laboratoire situé à la Fruitière de Muespach. Pour lancer son activité, il a dû réaliser un stage obligatoire de trente-cinq heures à la Chambre des Métiers. « J'ai reçu le soutien de BGE Alsace et de Initiative Sud Alsace ».

Des confitures 100% bio

« Le sucre et les fruits que j'utilise sont bio et sélectionnés pour leur qualité. J'achète du sucre de canne auprès de l'établissement Fleurance à Mouzillon. Eux-mêmes se fournissent en Amérique du Sud. L'essentiel de mes fruits rouges vient d'Alsace. J'importe aussi des fruits de Bretagne, du Sud de la France et un peu d'Italie ». Le label bio des confitures est délivré par Certipaq qui exerce un contrôle régulier et strict sur les produits.

Travailler davantage avec les professionnels

Jean-Philippe Badeau vend ses produits dans des magasins bio sur les secteurs de Mulhouse, Saint-Louis, Altkirch... et via des AMAP. Ses confitures sont également en vente sur le site www.petit-marche.fr. « Je vend de temps en temps lors de salons bio ou de fêtes de village ». Le producteur ne vit pas encore de son activité, mais espère que ce sera le cas d'ici la fin de l'année. « 2018 sera pour moi une année de démarchage. J'aimerais davantage travailler avec les professionnels : hôteliers, restaurateurs, pâtissiers ».

Une reconnaissance... mondiale !

Lorsque la phase de démarchage sera bien avancée, Jean-Philippe Badeau se consacrera à la réalisation de nouvelles recettes. « Je propose pour le moment dix-huit parfums sur l'année. J'aimerais doubler cette gamme ». A noter que le producteur a récemment participé au Championnat du Monde de la Confiture de Malicorne sur Sarthe, où il a décroché la troisième place. « C'est une vraie reconnaissance de mon travail. Cela m'a permis de me faire connaître et m'a rassuré sur la qualité de mon travail ». Une performance pour à peine deux ans d'activité !

Magali Santulli

● **Déclinaisons Fruits**

06 29 16 54 03
declinaisons.fruits@orange.fr
 declinaisonsfruits

Des fraises prêtes à être transformées en confiture





Comment travaillent les inspecteurs du Guide Michelin ?

On a beaucoup parlé de l'étoile perdue du Cortile à Mulhouse, des chefs qui disent refuser leurs étoiles, ou de la trop grande influence du Guide Michelin : Comment travaillent les inspecteurs du Guide ?

Il faut savoir que les inspecteurs déjeunent et dînent au restaurant... tous les jours. Leur vie de famille n'est donc pas simple, et pour rester objectifs, ils doivent changer de région chaque année. Ce sont donc des passionnés, qui possèdent obligatoirement une formation et une expérience dans la restauration. De plus, ils sont formés durant six mois par des inspecteurs expérimentés. Attentifs à tous les détails et surtout, concentrés sur leur assiette, ils travaillent incognito : il est impossible à un restaurateur d'identifier les inspecteurs. Au nombre d'une petite centaine, ils repèrent les restaurants à tester et se comportent comme tout convive, paient leur repas et ne prennent pas de notes. Pour parfaire leur jugement (nombre d'étoiles, Bib Gourmand, Assiette), il leur arrive de passer plusieurs fois dans le même restaurant. Leur qualité première, c'est de savoir flairer le potentiel d'un cuisinier. Et cette quête est une partie des délices de ce métier : qui va dénicher le prochain Bocuse ?...

Les 5 critères d'attribution des étoiles sont transparents :

- la qualité des produits.
- la maîtrise des cuissons et des saveurs.
- la personnalité du chef dans ses plats et sa créativité
- le rapport qualité/prix.
- la constance de la prestation dans le temps, critère de régularité

Soit "l'assiette, rien que l'assiette".

Une sélection de bonnes tables !

Retrouvez tous les deux mois nos coups de cœur gastronomiques qui vous aideront à choisir une bonne table, pour déjeuner en toute décontraction ou inviter un client. Retrouvez-les également sur notre site le-periscope.info !



Venez découvrir notre Menu
Au Bonheur du Marché à 28 €
(hors boissons)
Amuse-bouche • Entrée
Plat • Fromage ou dessert
Servi le midi du mercredi au samedi
et le dimanche soir

AUBERGE DU CHEVAL BLANC
20 rue de Rouffach - Westhalten
03 89 47 01 16
auberge-chevalblc.com
Ouvert du mercredi midi au dimanche soir



le Clos des Sens
Restaurant
Palmira & Loïc Paugain
10 Route Nationale - Schlierbach
03 89 83 40 11
www.leclosdesens68.fr [leclosdessens68](https://facebook.com/le.clos.des.sens)
Fermé le dimanche soir, le lundi et le mardi
Menu du jour à partir de 19€
Produits frais et de saison
Plus de 500 références de vins dont une grande majorité en vins bio



TABLAPIZZA
Les duettines sont de retour !
32 rue Paul Cézanne, Mulhouse - 03 89 53 99 99
ouvert du lundi au samedi de 11h45 à 14h et de 18h45 à 22h30



Brasserie le Trident
Hôtel Holiday Inn "le Trident"
34 rue Paul Cézanne, Mulhouse
03 89 60 44 44
holidayinn-mulhouse.com

Un passeport gourmand pour (re)découvrir la gastronomie alsacienne

Lancé il y a une trentaine d'années, le Passeport Gourmand permet à ses détenteurs de bénéficier de tarifs préférentiels au restaurant.

Par le biais de ses trois éditions (Haut-Rhin/Territoire de Belfort, Bas-Rhin et Centre-Alsace), le passeport Gourmand fait (re)découvrir à ses utilisateurs plus de 200 restaurants partenaires en Alsace. Des établissements aux spécialités variées, de la pizzeria à la winstub en passant par le restaurant gastronomique ou la cuisine du monde.

Tous les annonceurs du guide proposent un excellent rapport qualité-prix-accueil. La liste des restaurants, qui s'étoffe chaque année, est aussi complétée par des offres sur des activités culturelles et de loisirs.

Sur présentation du Passeport Gourmand, des remises sur l'addition jusqu'à -50% peuvent être effectuées sous certaines conditions. La réduction s'applique une seule fois par établissement. Le Passeport Gourmand est valable durant un an à partir de sa date d'achat. On peut se le procurer en version papier



en format poche, et une application pour smartphone existe également.

www.passeport-gourmand.alsace

Passeport Haut-Rhin :
59€, 160 pages, limité à 5.000 exemplaires
Passeport Centre-Alsace
55€, 136 pages, limité à 3.000 exemplaires
Passeport Bas-Rhin
59€, 240 pages, limité à 7.000 exemplaires

CLUB EXPORT SUD ALSACE
organise

L'Apériscope

"SPECIAL EXPORT"

du jeudi 24 mai à partir de 18h30

GIFOP Formation, 15 rue de Frères Lumière à Mulhouse

Cette invitation est exclusivement réservée aux entreprises qui ont une activité dans l'export ou cherchent à développer leur activité exportatrice, et sera consacrée à des échanges et conseils dans ce domaine.

S'inscrire sur le formulaire en ligne www.le-periscope.info

Nous vous remercions pour le respect du thème de cet Apériscope



Une équipe dynamique et pro au service des PROS...

Crédit Mutuel

ESPACE ENTREPRISES

CENTRE D'AFFAIRES
le Rhénan

VOTRE RÉUSSITE, NOTRE OBJECTIF



Parc des Collines - 1 avenue de Strasbourg - DIDENHEIM - CS 82157 - 68057 MULHOUSE CEDEX - Tél. 03 89 39 41 50 - www.centre-affaires-rhenan.com