



Le Périscopie

Le média des entreprises locales le-periscope.info

EDITO

De l'art, j'adore !

Il est là, présent à chaque instant de notre quotidien.

L'art est partout. Parfois discret, quand il s'affiche sur un timbre poste, parfois grandiose quand il emballa les monuments. Il peut être populaire, naïf ou brut et aujourd'hui même, digital, dématérialisé.

Mais finalement, il n'est que la conclusion, le moyen d'expression de ces artistes qui posent un oeil sur notre société.

Véritables sociologues sans le savoir (ou pas), les artistes nous livrent leur vision du monde, leurs pensées sur des sujets divers et variés.

En tous cas, ils nous poussent à nous interroger nous aussi sur des questions existentielles et sans le savoir (ou pas) nous devenons à notre tour des analystes du monde qui nous entoure. L'art est partout et il se trouve également dans les colonnes du Périscopie que vous tenez entre vos mains. L'occasion pour nous de devenir le relai d'un secteur économique parfois méconnu, qui nous en met plein les sens. Nous vous incitons à rendre visite à ces "marchands d'art" afin qu'ils vous fassent découvrir les trésors qu'ils exposent dans leurs galeries. A consommer sans modération car c'est bon pour la santé intellectuelle.

Tout comme les hommes et les femmes des entreprises que nous avons rencontrés ces dernières semaines, qui nous invitent également à nous amuser, nous délecter de leurs bons produits, à nous informer sur leurs dernières innovations. Finalement, ne sommes nous pas tous des artistes dans nos domaines respectifs ? L'art est partout et il s'exprime sous des formes bien différentes dont l'entreprenariat fait partie. Bonne lecture à toutes et tous.

Charles Plaisant

Dossier : Immersion au coeur des galeries d'art

Elles sont quatre galeries, installées sur Mulhouse et dans son agglomération. Chacune d'entre elle a développé son propre style mais leur point commun est de se nourrir de ces belles rencontres provoquées par le milieu artistique. Un véritable métier passion. Immersion au coeur de ces galeries d'art.

Orlinda Lavergne Gallery, génération graffiti

En 2012, Orlinda Lavergne passe du statut associatif avec une première expérience dédiée à l'art haïtien, au statut d'entrepreneur. De la génération graffiti, elle se spécialise tout naturellement dans le street art. Orlinda Lavergne réalise son rêve en 2015, en ouvrant Orlinda Lavergne Gallery au coeur de Mulhouse.

L'art a toujours guidé ses pas. Elle-même prend régulièrement le pinceau. « J'ai dessiné quelques projets mais je n'ai pas l'ambition de m'exposer. C'est une question de pudeur, aussi », confie-t-elle. Elle a toujours nourri ce rêve d'ouvrir un jour sa propre galerie. Et ce jour a fini par arriver. C'était il y a dix ans. Une aventure entrepreneuriale qu'elle débute avec prudence et avec des artistes qui jusque-là, ne s'exposaient qu'en extérieur. « Nous avons testé ce marché par des expositions dans des Salons mais aussi chez des particuliers. Nous n'avions pas de lieu physique, nous étions une galerie itinérante. » Et la demande était au rendez-vous. En 2015, Orlinda ouvre sa galerie au coeur de Mulhouse. « C'était pour moi la ville où s'installer, par son passé industriel. Mulhouse est aussi une ville tournée vers l'art. Pour preuve son histoire avec les murs peints du XVI^{ème} siècle. »

Un équilibre entre les artistes installés et les artistes émergents

Orlinda Lavergne débute avec C215. Un artiste déjà bien installé dans le milieu. « Les artistes confirmés sont essentiels, ils nous permettent de gagner en notoriété, en crédibilité aussi. Cela nous permet ensuite de pouvoir proposer des artistes émergents », explique la galeriste. Au-delà de l'aspect stratégique, Orlinda fonctionne au coup de coeur. « Je ne suis pas un marchand d'art. Je reste une galerie découvreuse », souligne-t-elle encore. La galerie jongle entre les artistes qui répondent à une demande et les artistes qui font l'identité de la galerie, qui constituent le line-up des lieux. « Dégager de la rentabilité n'est pas évident. Il ne faut pas oublier qu'être galeriste, c'est énormément d'heures et de maintenance, aussi. » Un métier dans lequel il faut également apprendre à gérer ses frustrations. « Dans ma tête, je suis libre, j'ai ce désir et cet oeil de proposer des choses intéressantes et différentes, mais les artistes eux aussi ont leurs stratégies... »

Une galerie ouverte sur l'extérieur

Orlinda est également connue pour mener des projets dans l'espace public, ce qui offre une caisse de résonance à sa galerie. C'est ainsi qu'est né le projet avec l'artiste espagnol Dourone et cette fresque monumentale réalisée sur une fa-



En 2015, Orlinda Lavergne réalise son rêve, celui d'ouvrir sa galerie, un lieu dédié au street art et installé au coeur de Mulhouse. DR

çade de 38 mètres de haut dans le quartier des Coteaux, en partenariat avec la Ville de Mulhouse et m2A Habitat. Orlinda Lavergne Gallery est également très présente sur les réseaux sociaux, ce qui lui permet à la fois d'entrer en interaction avec les artistes mais aussi avec un nouveau public. Elle ouvre aussi ses portes aux écoles. « L'art est propice au dialogue, au lien. Les oeuvres de la rue interpellent, créent des interactions. Les panneaux de Clet, par exemple, permettent d'éveiller les enfants à l'art, c'est une première porte d'entrée. Il est plus compliqué d'aller visiter des expositions conceptuelles avec des enfants. L'art est trop frontal et direct. »

« Je rencontre des personnes qui aiment l'art comme je l'aime »

Les artistes confient leurs oeuvres à Orlinda en dépôt-vente, pour une durée de six mois à un an. Une année peut se passer entre l'arrivée de la pièce et la rencontre avec son acheteur. « Si je ne la vends pas, c'est que la rencontre ne s'est pas encore faite. » Les 35/55 ans composent la majorité de sa clientèle. « Cela dépend aussi des artistes. Avec KEF !, j'ai touché un public de sexagénaires. J'ai quelques enfants qui viennent avec leurs parents pour une sérigraphie. » Des "artlover" qui, comme Orlinda, ont l'art dans la peau. « Ce qui est fabuleux, c'est que je rencontre des personnes

qui aiment l'art comme je l'aime. Elle les nourrit au quotidien. Ils ne voient pas l'objet comme un élément technique, mais comme investi d'une valeur symbolique. Un jour, un client m'a dit que l'art était un risque canapé. C'est vrai. Lorsqu'on achète un canapé, il ne prendra jamais de valeur, il va en perdre même. Une oeuvre d'art, au mieux, en prendra. Après, bien sûr, l'utilité est différente. »

Coussins d'artistes à collectionner

Par sa boutique en ligne, Orlinda a déjà pu envoyer des oeuvres jusqu'à Singapour, aux Etats-Unis aussi. Elle a récemment lancé une production de coussins textiles liés aux oeuvres d'art qu'elle propose. Orlinda Lavergne envisage de déménager son showroom - lorsque l'opportunité se présentera - pour y installer son concept de boutique de coussins rue des 3 Rois à Mulhouse et bénéficier de locaux plus spacieux ailleurs.

Emilie Jafrate

Orlinda Lavergne Gallery
33, rue des Trois Rois, Mulhouse
09 50 89 59 93
orlinda.gallery
Orlinda Lavergne Gallery

Soléa recrute

SES FUTUR(E)S
CONDUCTEURS·TRICES,

et forme !



Scannez, postulez !



ou
recrutement@solea.info

Suivez-nous sur



solea.info

Votre réseau de transport
est un service



Courant d'Art, l'aventure artistique de Brigitte et Christian Lang démarrée sur un coup de coeur américain en 1987

Brigitte et Christian Lang ont ouvert les portes de leur galerie Courant d'Art il y a 34 ans déjà. Entre les artistes à exposer et les encadrements, le couple n'a pas vu passer les années.

L'histoire démarre par un coup de coeur à l'occasion d'un voyage aux États-Unis. Christian Lang y découvre des affiches d'artistes, très en vogue à l'époque. C'est le coup de coeur. C'est ainsi que naît Courant d'Art, en octobre 1987, rue de la Loi à Mulhouse d'abord, pendant 19 ans, avant de déménager rue des Tanneurs. « Je suis issu de la technique, je n'ai aucune formation artistique », sourit Christian Lang. Et pourtant... Guidé par son amour de l'objet artistique, sa boutique s'étoffe dans un premier temps de lithographies, gravures et photos.

L'encadrement pour sublimer les oeuvres

De fil en aiguille, Christian Lang s'intéresse à l'encadrement. « J'ai commencé par du standard pour les affiches, à la demande des clients. » Le métier n'a cessé d'évoluer avec l'évolution du marché de l'image. « Les encadrements servaient initialement à la mise en valeur d'une oeuvre quelle qu'elle soit. Aujourd'hui, on cherche aussi à la protéger. Nous pouvons même proposer des verres musées, qui sont invisibles. » Christian et son épouse, Brigitte, prennent le temps d'écouter leurs clients pour leur proposer un encadrement personnalisé, sur-mesure, de la couleur à la texture. Dans son atelier, Christian façonne ensuite le cadre. « J'ai appris sur le tas, à l'aide de formations auprès de nos fournisseurs. » Le gérant se plaît aussi à trouver des solutions aux problématiques d'accrochage.

« Trouver la symbiose entre les artistes, nos clients et nous, galeristes »

Et puis sont arrivés les premiers artistes, au gré des rencontres. « Nous sommes là pour défendre leur travail. L'essence même de notre métier est de

trouver la symbiose entre les artistes, les clients et nous, galeristes. Il faut non seulement arriver à cette bonne combinaison, mais il faut aussi trouver le bon artiste. Tous nos artistes vivent de leur art. Nous devons le vendre. De toute manière, si la proposition ne nous touche pas, nous ne le représenterons pas. » Courant d'Art représente aujourd'hui une quarantaine d'artistes. La galerie mulhousienne mixe les styles, les époques aussi. Du contemporain au figuratif en passant par le travail de matières... « Notre première exposition a dévoilé les artistes de l'Ecole des Beaux Arts. Nous avions ainsi accueilli les frères Montanaro ou encore Marie-Jo Gebel. La plus prestigieuse était celle de l'artiste japonais international Shoichi Hasegawa. Nous le représentons d'ailleurs toujours encore aujourd'hui. » Une exposition personnelle est mise à l'honneur chaque trimestre. Certaines collaborations mettent du temps à éclore. Et c'est ce qui fait tout le charme du métier. « Nous avons été en contact pendant dix ans avec la sculptrice Sophie Faivre, avant de pouvoir l'exposer. En octobre dernier, nous avons exposé Joseph et ses créations pop art pour la première fois, alors que cela fait dix ans aussi que nous suivons son travail. »

L'objet d'art, une porte d'entrée

Courant D'Art est également attaché à l'objet. Des objets comme ces nains détournés par Otmar Horl et leur fameux doigt d'honneur, qui provoque à tous les coups le sourire. Au rang des dernières nouveautés, les conserves en résine signées Ted Pop Art, les Bearbrick, ces ours japonais déclinés artiste par artiste ou encore ces vraies planches de skateboard, réalisées en partenariat avec Skateroom et la Fondation Andy Wharol. Ces objets en rapport

avec l'art représentent une porte d'entrée pour des plus jeunes. Un moyen de leur ouvrir l'appétit. Si le public cible est majoritairement féminin, entre 35 et 55 ans, la galerie touche également les plus jeunes. « Nous avons d'anciens étudiants qui, une fois installés, poussent notre porte pour une première acquisition, souligne Christian Lang. L'art doit rester accessible. Chez nous, on peut se faire plaisir à partir de 300 euros. »

Emilie Jafrate



Brigitte et Christian Lang prennent plaisir à proposer des artistes renommés, aussi bien que des objets d'art.

Eyefood Factory, le concept alsacien décliné à l'international par Jean-François Ehlinger

Si le street art a explosé ces cinq dernières années, Jean-François Ehlinger était parmi les premiers à le proposer en galerie. Et c'est bien par envie de le démocratiser qu'il ouvre Eyefood Factory en 2010.

Cette entreprise est un véritable projet de vie. En 2010, Jean-François Ehlinger n'avait que 24 ans lorsqu'il lance son concept. Passionné d'art actuel, entouré d'artistes dans sa vie personnelle, le chef d'entreprise a appris les rouages de l'entrepreneuriat au sein d'une maison d'édition. « J'étais jeune, je sentais que le moment était venu de me lancer, sans pour autant penser en arriver là où nous en sommes aujourd'hui », souligne-t-il.

Des éditions limitées sur toile prêtes à accrocher au mur

Jean-François Ehlinger se lance avec un concept avant-gardiste en produisant et commercialisant des séries limitées à partir d'oeuvres originales d'artistes sur toile et dibond. « C'était complètement novateur. On trouvait des sérigraphies, mais pas de tableau prêt à accrocher au mur. » Encore moins une toile tendue sur châssis. Un produit 100% français, réalisé dans leur atelier situé à Habsheim. L'impression et la sublimation se font sur papier recyclé, transféré à chaud sur le tissu, sans eau. Le bois des cadres provient de forêts développées durablement. « Nous sommes sensibles à l'impact écologique que tout cela peut entraîner, et dans l'avenir, nous souhaitons développer des actions qui ont du sens pour notre planète. »

« Nos premiers artistes ont grandi en même temps que nous »

La première vague d'artistes estampillés Eyefood Factory était composée d'amis artistes. Aujourd'hui, ils sont une vingtaine à bénéficier d'une véritable exposition que ce soit dans leur art shop, via leurs partenaires revendeurs et leurs réseaux sociaux. « Nos premiers artistes ont grandi en même temps que nous. Nous avons permis à quelques-uns d'entre eux de se professionnaliser. Un lien affectif s'est tissé entre nous. Je les connais tous. »

Le chef d'entreprise et ses équipes fonctionnent au coup de coeur en fonction des découvertes. « La notion de plaisir est importante. Il faut savoir qu'un artiste que l'on intègre, représente des coûts importants en communication, numérisation et production. Il doit aussi pouvoir s'intégrer de manière cohérente dans notre univers. » Eyefood Factory s'inscrit dans une synergie créative et dynamique dans la promotion d'artistes novateurs et inspirés. « Nous mettons tout en oeuvre pour dénicher des styles cohérents avec l'essence même d'Eyefood Factory et garantir un cachet authentique à l'intérieur de nos clients. »

Une distribution multi-canaux

La force d'Eyefood Factory est sa distribution multi-canaux développée au fil des années. Elle dispose d'une centaine de distributeurs installés en France et à l'étranger. Ils sont sept à travailler pour Eyefood Factory. « 99% de mes collaborateurs font partie de ma famille, ce sont des amis ou alors de belles rencontres professionnelles. Une chose est sûre, pour y arriver, il faut être bien entouré. » L'entreprise a étoffé son maillage territorial au fil des années. Eyefood Factory, c'est aujourd'hui un e-shop (2010), un concept store à Mulhouse (2018), un Art shop à Rixheim (2016) ainsi que sur le port de Nice dont l'ouverture s'est faite en 2020, le jour du premier confinement. En novembre 2018, le concept a passé un cap en entrant sur le marché suisse avec une galerie et deux collaborateurs installés à Lausanne. « C'est un marché qui a du potentiel avec une clientèle très attirée par l'art. » 2022 marque l'ouverture d'un tout nouveau projet Eyefood Factory en Australie. « C'était une belle opportunité. Mon meilleur ami est parti s'installer là-bas. » Toutes ces implantations permettent de faire tourner les toiles entre galeries et provoquer des coups de coeur sur la planète.

De l'édition en série limitée à l'oeuvre originale

Eyefood Factory propose un large panel de formats, de 40x40cm à des formats king size, qui peuvent s'adapter aux grands comme aux petits espaces. Côté prix, il faut compter 300 euros en moyenne pour une édition. Mais les petits formats sur toile débutent à 75 euros. « Nos clients s'offrent une

édition par coup de coeur, dans une logique décorative, mais l'achat d'une oeuvre originale est perçue comme un investissement. De nos artistes émergents, certains ne le sont plus et sont exposés dans de grandes galeries. On peut alors constater que les artistes prennent de la valeur, c'est pourquoi l'achat d'une oeuvre originale reste un bon investissement. » En proposant également depuis plusieurs années une large sélection d'oeuvres originales, Eyefood Factory décide d'agrandir son offre et ouvre ses portes à un public plus averti.

Emilie Jafrate

Eyefood Factory

120, rue de l'Île Napoléon, Rixheim
03 69 07 58 72
eyefoodfactory.com
f Eyefood Factory



Jean-François Ehlinger n'avait que 24 ans lorsqu'il a lancé son concept Eyefood Factory en 2010. Un concept décliné aujourd'hui à l'international qui ne cesse de se développer tout autour du globe. DR

Galerie Concorde, l'histoire de la famille Keiflin depuis 1974

Avec un papa artiste peintre, David Keiflin baigne dans l'art depuis son plus jeune âge. Il accepte les clés de la galerie paternelle à partir de 1990. Une galerie qui propose de découvrir des artistes qui s'inscrivent dans les tendances du moment, mais aussi de l'encadrement et de la restauration d'oeuvres d'art.

David Keiflin a toujours été au contact de l'art. Artiste peintre et amateur d'art, c'est son père, Roger Keiflin, qui ouvre d'ailleurs les portes de la Galerie Concorde en 1974. Seize ans plus tard, il choisit de s'installer dans le Var pour continuer d'alimenter son inspiration artistique. Roger Keiflin confie alors les clés de la galerie à son fils. Nous sommes en 1990.

Passeur de relais

Le regard de David Keiflin est entraîné et surtout, averti. Chacun des artistes qu'il représente n'a presque aucun secret pour lui. « Lorsque vous rentrez chez nous, vous ne choisissez pas un produit par hasard pour qu'on vous l'emmène en caisse, souligne le galeriste. Nous sommes là pour mettre l'artiste en avant. J'aime leur détailler les oeuvres, expliquer qui est l'artiste, ce qu'il fait, son évolution... Je suis là pour ouvrir le regard. Chaque peinture a une âme et parle, que ce soit par sa couleur, son style aussi bien que sa forme. Je suis là pour passer le relai. »

Des artistes et des clients fidèles

Une approche qui lui a permis de se construire une clientèle fidèle, laquelle s'est étoffée au fil du temps par le bouche à oreille. David Keiflin a su gagner leur confiance. « Ils viennent d'ailleurs me voir moi. Je suis l'interlocuteur avec lequel ils souhaitent échanger. » Avec la pandémie, les gens se sont fait plaisir autrement qu'en partant en vacances. Certains n'ont pas hésité à investir dans l'art. « Je n'ai jamais aussi bien bossé, souligne David Keiflin. De leur côté, les artistes ont mis cette période à profit pour travailler d'arrachepied. » La Galerie Concorde bénéficie d'une clientèle très frontalière. Elle touche des clients de Zürich à Lörrach en passant par Freiburg. « Je

touche les 40 ans et plus. Les plus jeunes qui poussent ma porte ont été sensibilisés par leurs parents. »

Un style généraliste et moderne

Ils sont une quinzaine, au total, à être exposés au coeur de la Galerie Concorde, la plus ancienne de la place. Et certains depuis ses débuts. Une confiance qui lui permet de fonctionner en dépôt-vente. « Le travail d'un artiste doit en revanche évoluer. Un client peut ainsi acheter deux oeuvres du même artiste à deux périodes différentes de sa vie sans pour autant qu'elles se ressemblent. » La Galerie Concorde propose un style généraliste, moderne sans tomber dans l'excès mais surtout, au goût du jour avec le souci de complémentarité entre les oeuvres présentées. « Les goûts ont évolué en 30 ans et ils se sont modernisés. »

Encadrement et restauration d'oeuvres d'art

David Keiflin propose également de l'encadrement. Un service dans lequel il se démarque par l'originalité de ses montages. Sa passion pour les belles oeuvres l'ont également tout naturellement poussé à proposer de la restauration. Si au départ, 70% de son activité était consacrée à l'encadrement et 30% à la vente, les forces se sont aujourd'hui équilibrées.

Emilie Jafrate

Galerie Concorde

1, Place de la Concorde, Mulhouse
03 89 45 64 54
galerieconcorde.fr
f Galerie Concorde



David Keiflin a repris le flambeau de la galerie créée par son père, artiste peintre, en 1990. DR

L'ALTERNANCE, UNE OPPORTUNITÉ POUR VOTRE ENTREPRISE

Des candidats présélectionnés, de Bac+2 à Bac+5

Un service clé en main jusqu'à la mise en place du contrat de l'alternant

Un suivi tout au long du parcours de l'apprenti

Des aides à l'embauche en apprentissage

NOS CURSUS À MULHOUSE

- Management
- Numérique
- Vente / Commerce
- Assistants / Fonctions Support
- Comptabilité / Gestion / Finances
- Ressources Humaines
- Assurances

www.ccicampus.fr • 03 68 67 20 00

#ccicampusalsace f @ in

LE CENTRE DE FORMATION CCI ALSACE EUROMETROPOLIS

CCI
campus
ALSACE



L'AGENCE DE DÉVELOPPEMENT WEB SUR-MESURE



Site internet



Application web



Maquette UX/UI



Audit



API



Hébergement

☎ 06 01 75 47 87

8 rue des Cailles - RUELISHEIM
contact@olwe.fr

olwe.fr

Sensas Mulhouse, le défi fou aux cinq sens de Tom Poitelin et Théo Epifani

Il y a les Escape Game, et il y a Sensas. Un concept de loisir totalement novateur qui place les cinq sens au cœur d'une aventure de deux heures. À Mulhouse, Tom Poitelin et Théo Epifani ont ouvert le 9ème centre de la franchise. C'était en décembre 2019.

Il y a trois ans, le monde de l'escape game était en plein boom. Mais ce que recherchaient Tom et Théo, c'était un concept qui sorte de la tendance. Ils partent sur Marseille avec leurs proches pour tenter l'expérience Sensas et reviennent en Alsace avec la ferme intention d'apporter cette nouveauté dans leur région.

200 000 euros d'investissement

Lancer un tel projet - surtout pour un duo âgé d'une vingtaine d'années seulement - c'était relever plusieurs challenges, à commencer par trouver un financement pour un investissement total de 200 000 euros. Tom et Théo décident de s'installer à Sausheim, dans les locaux d'un ancien prothésiste dentaire. Un bâtiment qu'ils rasant entièrement pour reconstruire des locaux optimaux. Ils ouvrent en décembre 2019, deux mois avant le début de la crise sanitaire. Premier confinement, Sensas Mulhouse ferme trois mois, jusqu'à mi-juin 2020. Tom et Théo pensaient alors se relancer avec leur parcours Halloween. « Au final, nous avons dû refermer. Nous avons perdu près de 4 000 euros sur deux jours. Nous n'avons rouvert que sept mois plus tard, début juin 2021. »

Formules Team Building d'entreprises

Depuis septembre, Théo et Tom ont le renfort de deux alternantes, et nourrissent l'ambition d'embaucher un troisième salarié d'ici l'année prochaine. Leur clientèle est large et variée, de la famille aux groupes d'amis en passant par les enterrements de vie de jeune fille et de garçon, sans oublier le public entreprise, pour les team building ou autres moments de cohésion. « Nous pouvons faire entrer un groupe de 30 personnes en même temps sur le même créneau. Nous le scindons entre le sas 1 et le sas 3. Ils ne se croisent pas et nous pouvons même les mettre en rivalité. » Une fois tous les deux mois, pendant les vacances scolaires, Sensas accueille les enfants des centres de loisirs. Les étudiants alentours sont également friands des lieux via leur Crous, par exemple, ce qui donne lieu à des soirées d'une cinquantaine de personnes entre 19h et 23h30.

Une dimension solidaire

Le parcours fait appel aux cinq sens : le goût, le toucher, l'odorat, l'ouïe et la vue. Un animateur est dédié à chaque groupe et prend en charge



Tom Poitelin (à gauche) et Théo Epifani, co-gérants de la franchise Sensas à Mulhouse. DR

l'expérience du début à la fin de l'aventure. « Nous proposons une piscine à boules géantes. Peu importe l'âge, adultes et enfants, tout le monde est heureux de se jeter dedans », s'amuse Tom. Le but du jeu est de récupérer des amulettes, au fil des énigmes. Dix centimes d'euros par amulette sont reversés à une association de proximité. « Au total, cela revient entre 2000 et 4000 euros à l'année », précise Tom. À Mulhouse, Sensas a choisi de soutenir l'antenne locale d'APF France Handicap.

Un manager de centre, côté projets

La franchise Sensas comptabilise aujourd'hui une vingtaine de centres, en France ainsi qu'à

l'étranger. Sensas Mulhouse dispose d'un potentiel de 990 000 habitants entre le Haut-Rhin et Belfort. Il n'est pas rare d'entendre les consignes en version allemande, anglaise et italienne. Côté projets, ils ne manquent pas. « À terme, nous aimerions avoir un manager de centre pour faire tourner Sensas Mulhouse en toute autonomie. Notre but à nous est d'ouvrir notre propre concept indoor et de le franchiser. »

Emilie Jafrate

Sensas Mulhouse
104, rue des Bains, Sausheim
07 86 54 17 82
mulhouse.sensas.top
f Sensas Mulhouse

BH Arena, le nouveau lieu de vie multi-activités inter-générationnel, pensé par Aladin Amdouni à Kingersheim

Après douze ans de coaching sur les parquets de basket-ball, Aladin Amdouni décide de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale à travers son Basket Home. Un complexe multi-sports, bar, restaurant et événementiel, dédié à la famille. À compter du 16 mars, BH Sports devient BH Arena. Nouveau look et nouveau nom pour ce concept inspiré des Etats-Unis.



Aladin Amdouni (au centre) et son équipe. DR

Exit Basket Home, bienvenue BH Arena ! Le complexe multi-sports installé à Kingersheim change de nom, de look et de logo. Une identité visuelle plus claire, fruit d'une réflexion menée pendant les longs mois de confinement. BH Arena est désormais un lieu qui réunit de nombreuses activités sportives, un restaurant, un fast food spécialisé dans le burger, ainsi qu'un bar dans lequel les mordus de retransmissions d'événements sportifs sur petit écran y trouveront leur compte. « On vient au BH et on verra

bien ce que l'on fera, c'est ça l'idée », glisse Aladin Amdouni, fondateur du concept.

Un concept repensé suite à la crise

Né en décembre 2020, après six mois de travaux et un premier investissement de 800 000 euros le concept de départ était d'offrir un espace dédié aux basketteurs. « Nous nous sommes rapidement rendus compte qu'il y avait un besoin et une demande au-delà de cette seule discipline sportive. » Il bascule alors sur du multi-sports :

badminton, volley-ball et futsal. Sa fréquentation augmente alors de 30%. La crise s'invitant durablement à la fête, Aladin Amdouni se remet davantage en question. Il ouvre plus encore les lieux en accueillant salsa et kizomba. Modulables selon les besoins, les 3000m² de BH Arena peuvent également être loués pour des événements d'entreprise.

Du bistrot moderne au fast food

Pour en faire un lieu d'accueil complet, Aladin Amdouni soigne également ses offres de restauration, du bar au fast food spécial burger, en passant par le restaurant. Tout, ici, est concocté avec des produits locaux, frais et de qualité. Ces espaces ont été réaménagés pour un investissement de près de 50 000 euros. Un moyen de monter en gamme. BH Arena propose ainsi 48 couverts dans sa partie bistrot moderne et 50 couverts côté fast food.

Accueillir une clientèle la plus large possible

Toute la complexité du chef d'entreprise aujourd'hui, est de se faire connaître et de brasser un public large : les collaborateurs d'entreprises alentours pour la pause déjeuner, les familles pour les sorties du week-end, les entreprises pour leurs événements... « Dans un commerce, on vise rarement un public aussi large. Nous, nous recherchons ce brassage, de 7 ans à 77 ans. » Côté sportif, les lieux ont déjà été éprouvés. Face au manque d'infrastructures, les clubs de basket de Pfaffstätt, Richwiller et Kingersheim les ont déjà adoptés pour leurs entraînements hebdomadaires. BH Arena a également noué un partenariat avec le comité départemental de basket. Il accueille ainsi toutes les formations d'arbitres, d'entraîneurs et les détectations. Pour toucher d'autres fédérations, Aladin Amdouni reverse 10% des consommations de chaque licencié à son club d'origine.

D'entraîneur à chef d'entreprise, le basket pour fil rouge

« Coacher et diriger une entreprise, ce n'est pas si différent, même si le rôle d'un entrepreneur est quand même dix fois plus difficile, souligne celui qui a exercé pendant 12 ans en tant que coach de basket. Mais comme dans le sport, on retrouve ces notions de résultat, de management, et il faut se battre pour gagner sa place. » Il manage d'ailleurs ses cinq collaborateurs comme s'il manageait ses basketteurs. « Je leur demande beaucoup, mais je suis à l'écoute. Et que cela aille ou pas, je me montre complètement transparent avec eux. Ils sont au courant de l'état de santé de l'entreprise. »

L'ambition de devenir un lieu de vie incontournable

Son ambition aujourd'hui ? Faire de BH Arena un lieu incontournable. « De toute manière, je suis un bagarreux. Quoiqu'il arrive, il va marcher. L'échec n'est pas une option. Nous avons d'ailleurs su tout recommencer à zéro. » Et les idées ne manquent pas pour continuer d'avancer. BH Arena dispose d'ailleurs de 600m² supplémentaires à l'étage, qui ne demandent qu'à être transformés. Côté équipe aussi, elle sera amenée à évoluer. À terme, Aladin Amdouni vise l'embauche de cinq personnes supplémentaires pour atteindre les dix collaborateurs, au total. Quand à ses ambitions plus personnelles... L'appel des terrains se poursuit et il n'est pas impossible qu'il oeuvre à nouveau sur le banc.

Emilie Jafrate

BH Arena
10, rue du Bigarreau, Kingersheim
03 68 89 00 63
bhsports.fr
f BH Arena

Omnino "Une Belle Etape" et "Les Arcades", l'expérience du café de spécialité au cœur de Mulhouse

La passion du café est le point de départ de l'aventure Omnino. Une histoire de rencontres aussi, qui a permis à cette micro brûlerie alsacienne de voir le jour et d'implanter ses cafés de spécialités sur le territoire alsacien. À Mulhouse, il est possible de les déguster sur le pouce, depuis juin 2020, au cœur de son café-boutique "Une Belle Etape", rue de l'Arsenal ou de prendre le temps de s'installer à l'une des tables de son café-troquet "Les Arcades", Avenue Foch.

De l'arbre à la tasse... Le cheminement du grain de café n'a plus de secrets pour les créateurs d'Omnino. Il est leur matière première, celle qu'ils torréfient à Strasbourg. La maison prône le café de spécialité. Seuls les producteurs qui garantissent une qualité supérieure et une traçabilité éthique à leur production disposent de ce grade d'exception. À l'origine du concept, deux Mulhousiens d'origine, François et Thomas Lesage qui ont développé leur entreprise au gré de leurs amitiés.

Une cuisson légère pour des arômes préservés

Près de 10 000 tonnes de grains de cafés sont torréfiés durant l'année à Strasbourg. « La plupart des cafés sont amers, parce qu'ils sont brûlés pendant la torréfaction, souligne Alexandre Dessert. Chez nous, la cuisson est légère, ce qui nous permet de préserver les arômes des fruits. » C'est une véritable expérience en tasse que propose Omnino. Une marque qui réconciliera même les plus réticents avec le café filtre traditionnel. Des saveurs auxquelles ne sont pas encore habitués la plupart des palais. Avec pédagogie, les fondateurs d'Omnino proposent ainsi une expérience étape par étape. Un cheminement qui débute par la sélection bleue, porte d'entrée dans le monde des cafés de spécialité avec ses saveurs rondes, douces et rassurantes, la rouge et ses cafés fruités et de caractère, l'or pour terminer, avec ses différents profils aromatiques, plus complexes que les deux précédents.

Du café itinérant à quatre lieux physiques installés à Strasbourg puis Mulhouse

L'aventure Omnino débute en juin 2017, avec un café itinérant, le Citroën. La marque se déplace d'événement en événement. Novembre 2018, Omnino franchit une nouvelle étape en ouvrant son premier point de vente - L'Escabeau - à Strasbourg, soit 18m² consacrés à la vente de grains de cafés torréfiés mais aussi de matériel pour s'équiper. Elle décroche aussi les 10m² alloués au Kiosque, qu'elle transforme en café-oasis. Juin 2020 marque son arrivée en terre mulhousienne. Après un test réussi au cœur du pop up store, Omnino installe son café-boutique rue de l'Arsenal. Un an plus tard, il inaugure un nouveau concept, celui du café-troquet, Les Arcades, avenue du Maréchal Foch. « Soit nous restions tout petits avec notre camion, ou alors nous gagnions en volume pour atteindre un point d'équilibre encore fragile aujourd'hui. Il nous faut atteindre un rythme plus soutenu encore. » Ils sont douze personnes, aujourd'hui, à oeuvrer au sein de l'entreprise.

Le barista, élément primordial dans la réussite du bon café

Avec la levée des restrictions liées à la crise sanitaire, Le Citroën d'Omnino et ses deux caravelles achetées début 2020 ont pu reprendre du service pour les mariages, les événements privés d'entreprises, les salons aussi. Certains restau-

rants proposent également ce café de spécialité à leurs clients. « Notre fierté reste le Crocodile, à Strasbourg, souligne Alexandre Dessert. Nous ne sommes présents que dans des établissements qui disposent d'une machine à espresso manuelle et qui s'engagent à respecter notre exigence. Nous valorisons le travail du barista qui est primordial dans le respect de notre café. Chacun de nos collaborateurs est formé en interne. » Omnino fournit également les bureaux, notamment le Parc des Collines, à Mulhouse.

Le producteur, le torréfacteur et le barista, les trois branches d'Omnino

Les Arcades leur ouvre un nouveau champ de possibles, avec, à l'étage, un laboratoire pour cuisiner ainsi qu'une pièce privatisable pour tout événement. Des ateliers sont également organisés dans ces lieux avec, pour objectif, celui de s'initier à cette démarche du café de spécialité. De la théorique, mais surtout une expérience

pratique par la réalisation de mini brochettes de torréfaction avec l'étude de différentes courbes de cuisson et pour finir, la dégustation de cafés « fraîchement sortis du four ». Deux personnes oeuvrent aujourd'hui au service, du côté des Arcades. Alexandre Dessert envisage l'embauche d'une personne dédiée à la partie restauration des lieux, en plus de Baptiste et Axelle, les deux baristas.

Emilie Jafrate

Les Arcades
17, Avenue du Maréchal Foch, Mulhouse
03 92 05 19 37
omnino.fr
f Les Arcades

Une Belle Etape
7, rue de l'Arsenal, Mulhouse
06 45 48 68 66
f Omnino - Une Belle Etape



Alexandre Dessert, gérant associé, Axelle et Baptiste, les baristas des Arcades de Mulhouse.

Baguette Box, le bonheur du pain frais tous les jours, sur le pas de sa porte apporté par Jérémie Kamm et Vincent Hengy

Jérémie et Vincent sont les premiers franchisés Baguette Box en France. Un concept de livraison de pain frais et de viennoiseries, en service sur le secteur du Sud Alsace, depuis mai 2021.

Cette aventure entrepreneuriale est le fruit du hasard. Issus du monde de la restauration, tout s'est arrêté du jour au lendemain pour Jérémie Kamm et Vincent Hengy. Ils découvrent alors le concept Baguette Box, né à Wasselonne. « Nous étions au bon endroit au bon moment, sourit Jérémie Kamm. Ils recherchaient le profil de quelqu'un qui venait de la restauration, qui mette les mains

dans le cambouis et qui n'ait pas peur des horaires atypiques. » De salarié, le binôme découvre également le métier d'entrepreneur.

Pallier les déserts de boulangerie

Baguette Box Centre Alsace vient de signer sa 10^{ème} boulangerie. Le concept étant méconnu sur le territoire, il a d'abord fallu l'expliquer.

« Lorsque nous définissons un secteur, nous contactons tous les boulangers pour savoir s'ils souhaitent travailler avec nous, explique Jérémie Kamm. Certains nous reçoivent, d'autres refusent d'entrée. Lorsqu'il y a accord, nous signons une convention. » Par ce concept de livraison à domicile, Jérémie et Vincent touchent un nouveau type de clientèle. Une clientèle additionnelle, bien différente de celle qui fréquente aujourd'hui les boulangeries ou les dépôts de pain. « Ce sont beaucoup de personnes âgées qui ne peuvent plus se déplacer, aussi bien que des actifs qui n'ont pas le temps parce qu'ils partent trop tôt et rentrent trop tard. On s'arrête en supermarché pour acheter du pain pour le lendemain, on en congèle, aussi, et on finit par l'oublier... » Leur point commun reste leur éloignement géographique d'une boulangerie. Un concept qui permet également de limiter le gaspillage, aussi bien pour le boulanger que pour le consommateur. Chaque livreur dépose une soixantaine de produits frais par jour. Du pain et des viennoiseries que le client paye au même prix qu'en boulangerie. Le modèle économique de Baguette Box repose sur ses abonnements. Comptez 6€90 par mois.

Le pain à domicile avant 6h30

Les commandes peuvent être réalisées en ligne ou par téléphone jusqu'à 18h ou 20h, la veille. « Sur certaines zones, nous avons deux bou-

langeries, ce qui permet à nos clients de s'offrir un panachage », se réjouit Vincent Hengy. Les livreurs Baguette Box démarrent chaque matin vers 3h30, selon les heures d'ouverture des boulangeries partenaires. Les collaborateurs récupèrent les commandes avec, pour mission, de les distribuer avant 6h30. Au réveil, les clients se rendent jusqu'à leur Baguette Box, dans laquelle ils retrouvent leurs commandes. Le pain du jour les attend, dans un sac dédié, plein d'humour, les viennoiseries dans leurs sachets. Particularité de ces box : elles sont réalisées en résine alimentaire. Au fur et à mesure, les boulangers se prennent au jeu et s'amusent à étoffer leurs gammes de produits. « Certains même renvoient leurs clients vers Baguette Box, cela leur évite des files d'attente trop longues », se réjouit Vincent Hengy.

Avec les producteurs locaux partenaires le samedi

Le samedi, Baguette Box diversifie sa proposition. Une dizaine de producteurs locaux se sont associés à la franchise. Les gens peuvent ainsi commander leurs paniers de légumes, leur miel artisanal, aussi bien que du fromage, des volailles, des biscuits, du chocolat... Une gamme qui ne cesse de s'élargir et livrée en début de week-end. « On ne livre pas du pain, on livre du bonheur », sourit Vincent Hengy. Et le samedi, les collaborateurs Baguette Box apprécient d'échanger quelques mots avec leurs clients qu'ils ne croisent pas la semaine.

Emilie Jafrate

Baguette Box
4, Allée de la Hardt, Schlierbach
03 89 39 00 72
f Baguette Box - Centre Alsace



Jérémie Kamm, Président de la franchise Baguette Box Sud Alsace (à gauche) et Vincent Hengy, Directeur Général.

Dr Khalid Zahouily, le chercheur qui a su décroiser le monde de la recherche et celui de l'industrie, à travers **Photon & Polymers**

Photon & Polymers est un laboratoire privé indépendant installé à Lutterbach. Depuis sa création en 2001, son fondateur, Khalid Zahouily travaille au développement de matériaux photopolymères personnalisés et innovants. Un laboratoire qui a su créer des passerelles entre le monde de la recherche et celui de l'industrie.

« Nous transformons une résine liquide en solide, par photo activation, c'est-à-dire par l'action de la lumière UV-Vis », explique simplement Khalid Zahouily, fondateur du laboratoire PnP installé à Lutterbach. Les applications de cette innovation dans l'industrie sont déclinables à l'infini. « Il n'y a pas besoin d'apport de chaleur, pas de solvant et son séchage est quasi instantané à température ambiante, et c'est bien ce qui intéresse l'industriel », souligne le chercheur.

La différence entre le « faisable et l'industrialisable »

Khalid Zahouily est tombé dans la chimie lorsqu'il était tout petit. « À dix, douze ans, je piquais les médicaments périmés à la maison et je les mélangeais pour en faire une potion magique. J'habitais au Maroc, en bordure de Casablanca. Il y avait des champs avec des plantes sur lesquelles je versais des louches de cette potion et je venais en constater les effets une semaine après », sourit le chercheur à l'évocation de ce souvenir. Après une classe préparatoire à Orléans, Khalid Zahouily intègre l'École de chimie de Mulhouse. Il réalise un doctorat en photochimie, à l'Université de Haute-Alsace. Il devient chef de projet au sein du CNRS. Douze années au cours desquelles il côtoie les plus grands et tout particulièrement le Professeur Christian Decker, un « homme de cœur et de science ». Pendant ces années-là aussi, le

chercheur apprend à faire la différence entre le faisable et l'industrialisable.

« Nos industriels ont besoin d'un centième de notre savoir pour créer de l'emploi et de la valeur »

Et un jour, le déclic. « Je reçois un coup de fil de Gerflor à Tarare. L'entreprise avait dû arrêter sa production suite à un problème avec le vernis-UV qui ne photopolymérisait plus. Ils cherchaient un expert pour comprendre leur problème. » Seulement, toute sortie du CNRS demandait un ordre de mission avec un délai de trois à quatre semaines. Comprenez l'urgence de la situation, le chercheur prend un congé pour pouvoir solutionner le problème. « Je suis revenu avec un contrat de 20 000 euros », souligne-t-il. Saisissant l'opportunité, Khalid Zahouily décide de fonder son propre laboratoire. « Nos industriels ont besoin d'un centième de notre savoir pour créer de l'emploi et de la valeur. » PnP était né et Gerflor est encore à ce jour, l'un des clients du laboratoire.

Dr Khalid Zahouily, de chercheur à entrepreneur

Après une période d'incubation entre 2001 et 2004, PnP a pu voler de ses propres ailes. Pour y arriver, le chercheur a dû passer par plusieurs phases d'accompagnement. « Un chimiste ne sait

pas ce qu'est un business plan ni en quoi consiste le marketing. » De nombreuses cordes que Khalid Zahouily a dû accrocher à son arc. « Aujourd'hui encore, je me forme à la digitalisation. Des spécialistes m'accompagnent pour nos réseaux sociaux. » Endosser la casquette d'entrepreneur n'a pas forcément été chose aisée. « C'est une aventure dans laquelle on emmène aussi toute sa famille. Heureusement, j'ai toujours eu le soutien de ma femme, Martine et de mes filles, Soraya, Inès et Kenza. » Passionné, ce qui lui tient particulièrement à cœur, c'est la transmission de son savoir. Près de 150 stagiaires sont passés par le laboratoire de Lutterbach depuis sa création. « Nous ne leur soumettons jamais des projets dédiés à nos clients, nous les faisons travailler sur des projets prospectifs à deux, trois ans. »

Trois ans et quatre chercheurs à temps plein pour élaborer un revêtement antigivre dédié à l'aviation

PnP, c'est aujourd'hui six collaborateurs ainsi que deux chercheurs support du CNRS auxquels Khalid Zahouily demande conseil. Sa force reste sa taille humaine. « Nous sommes capables d'être à la pointe grâce à notre réseau d'experts sur lequel nous nous appuyons. » Un laboratoire discret, mais connu et reconnu à travers le monde. PnP investit chaque année 10% de son chiffre d'affaires dans la R&D. Ses innovations ont déjà fait leurs preuves dans le domaine du luxe, de l'horlogerie, de l'aéronautique aussi, avec pas moins de cinq brevets internationaux déposés concernant l'antigivre. « Depuis la naissance de l'aviation, 500 crashes ont été causés par le givre. Notre revêtement a demandé trois années de développement et quatre chercheurs à temps plein. » PnP est aussi l'auteur du revêtement anti-graffitis pour la RATP ou encore de revêtements photopolymérisables antimicrobiens pour les hôpitaux. « Nous sommes concepteurs de solutions, mais nous accompagnons les industriels pour qu'ils puissent les appliquer dans leurs productions. »

Un avenir par l'impression 3D

L'avenir se tourne résolument vers le domaine médical, à travers l'impression 3D ou 4D. « Imprimer des parties d'organes, c'est l'avenir. Nous

travaillons sur des photopolymères d'aligneurs d'orthodontie. Nous avons encore à optimiser la flexibilité de ces morceaux de photopolymères. » Un avenir à tracer.

Emilie Jafrate

PnP - Photon et Polymers
66 rue du Général de Gaulle, Lutterbach
06 08 13 36 44
photonpolymers.com



Le Dr Khalid Zahouily a su décroiser les mondes de la recherche et de l'industrie. En 2021, son laboratoire privé a reçu le Trophée TalentiSIM dans la catégorie "Entreprise Innovante". DR

UNE EXPERTISE À TOUS LES NIVEAUX !

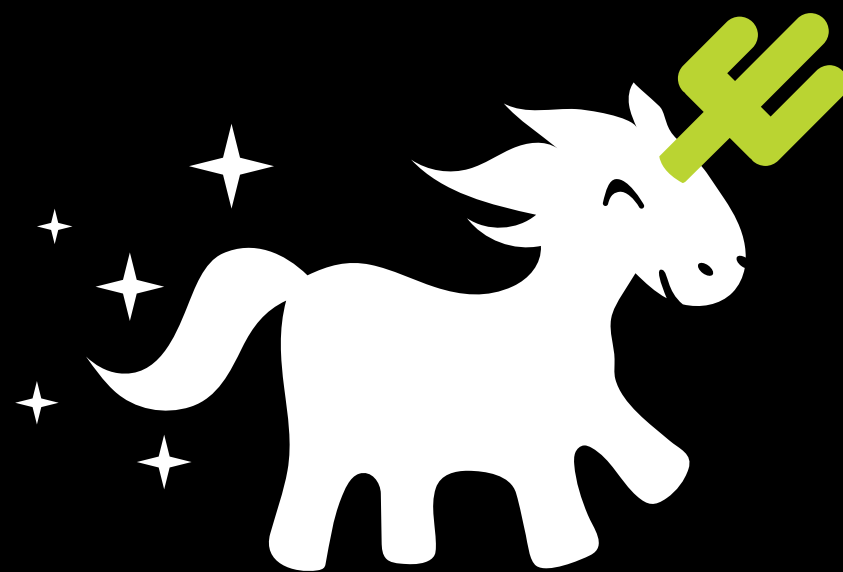


Crédit Mutuel
SAINT-LOUIS REGIO

ESPACE ENTREPRISES
72 rue de Mulhouse - SAINT-LOUIS
03057@creditmutuel.fr

Tél. 03 89 70 85 48

CONSEILS ET STRATÉGIES // CRÉATIONS GRAPHIQUES
MEDIA PLANNING // SITES INTERNET
MOTION DESIGN // VIDÉO // WEB MARKETING // EVENT



CACTUS
MET DU RÊVE
DANS VOS
CAMPAGNES !

MULHOUSE | DIJON | NANCY agence-cactus.fr

L'ESGM, vingt ans d'expérience dédiés à l'alternance au cœur de Mulhouse

Installée au cœur de Mulhouse depuis 2001, L'Ecole Supérieure de Gestion et de Management (ESGM) propose 19 cursus en alternance, de Bac+ 2 à Bac+5, dans quatre filières différentes, de la comptabilité au management, en passant par les ressources humaines et le marketing digital. Aux manettes de cet établissement, un duo de directrices : Aurélie Vervoort et Carine Walch.



Aurélien Vervoort, Directrice commerciale de l'établissement (à gauche) et Carine Walch, Directrice pédagogique ont pris les rênes de l'ESGM en octobre 2020.

De quatre salles installées allée Clémenceau à Mulhouse en 2001, l'ESGM n'a cessé de se développer au fil des années. Implanté aujourd'hui du côté du Parc Glück, le campus est désormais composé de 27 classes, pour un total de 650 alternants et une équipe pédagogique de 90 formateurs. « Nous sommes à ce jour l'un des plus grands opérateurs haut-rhinois en terme d'études supérieures en alternance », souligne le duo de directrices. En 2015, l'ESGM franchit une nouvelle étape en reprenant Pro Format. À ses trois filières historiques (management, ressources humaines et marketing digital) s'ajoutent alors

une offre de formation sur la niche du sport avec un BPJEPS animation sportive, ainsi qu'un cursus transport et logistique. La dernière née est la filière gestion/comptabilité, initiée il y a deux ans. Chacun de ces diplômes est reconnu par l'Etat, gage de qualité.

Considérer l'alternant comme un collaborateur et non comme un étudiant

Présent à ses débuts, l'ESGM a vécu la mutation de ce monde de l'alternance. « Au début, le plus

compliqué était de trouver des entreprises, souligne Aurélien Vervoort. Il y a vingt ans, l'alternant coûtait cher aux sociétés. Nous avons donc fait de la plus value de l'alternant en entreprise notre cheval de bataille pour qu'il soit considéré comme un collaborateur à part entière. » Le rapport de force s'est inversé depuis. « L'alternance est devenue essentielle aux yeux du gouvernement. Les entreprises de moins de 250 salariés peuvent bénéficier d'une prime de 8000€, ce qui peut faire pencher la balance dans leur recrutement. Ce système permet avant tout de donner aux jeunes leur première expérience professionnelle. » De l'autre côté, les entreprises aussi y trouvent leur compte. « La présence de ces jeunes peut pallier le manque de collaborateurs d'une société, par exemple, mais aussi, et on le vit au quotidien, apporter de nouvelles idées, de nouveaux projets. »

La relation école/entreprise au cœur de son ADN

Au fil des années, l'ESGM a noué une véritable relation de confiance avec le monde économique. Elle dispose aujourd'hui de 500 partenaires différents. « Nous nous sommes implantés avant même que l'alternance n'ait gagné ses lettres de noblesse et c'est une force ! » L'ESGM apporte un soin tout particulier à personnaliser le recrutement en entreprise. La première étape est de déterminer ses besoins et ses attentes avant de réaliser une sélection au cœur de son vivier d'alternants. « C'est un gain de temps pour nos entreprises. Nous leur proposons des pépites qui leur appartient de développer ensuite. » Les men-

talités ont changé et il n'est pas rare de voir les entreprises conserver leurs alternants à l'issue de leur diplôme. Certaines même, créent des postes tout spécialement pour eux, à la suite de projets réussis, menés en interne.

Trois catégories de formateurs

La diversité des formateurs constitue l'autre force de cet établissement. La plupart d'entre eux sont d'anciens professionnels qui ont choisi de se reconverter pour apporter leur expertise et leur expérience à travers la formation. Il y a aussi les professionnels toujours en activité qui dispensent certains modules, ainsi que quelques retraités. Des formateurs issus de l'Education Nationale se prêtent également au jeu, généralement une demi-journée par semaine. Un moyen aussi pour eux de se confronter à un public différent. L'ESGM cultive ses relations privilégiées avec les entreprises en faisant appel à ses professionnels, à l'occasion de conférences métiers. « D'anciens étudiants reviennent chez nous à l'issue de leur master. C'est le cas par exemple de l'un de nos formateurs en négociation. C'est très drôle d'ailleurs, de les retrouver sur une matière qu'ils ont étudié chez nous. »

L'ESGM recherche de nouveaux locaux pour se développer davantage

Pour grandir encore, l'ESGM a désormais besoin de nouveaux locaux. Aurélien Vervoort et Carine Walch ont besoin d'une surface de 2000m² à Mulhouse, accessible en transports en commun. « Nous aimerions poursuivre le développement de notre filière gestion/compta, en lançant un Bac+5, mais nous sommes aujourd'hui bridées par manque d'espace. Nous n'avons plus de quoi asseoir davantage d'étudiants. »

Emilie Jafrate

ESGM Formation
19 allée Glück, Mulhouse
03 89 66 09 01
esgmformation.com
f ESGM Formation

L'IMT Business School, l'alternance de territoire au service des entreprises du secteur

Depuis son rachat en 2016 par Ralph Spindler, l'IMT est passé de la formation continue à l'alternance. Née à Belfort, elle rencontre un vif succès sur Mulhouse et ne cesse de se développer en fonction des besoins économiques des territoires. L'école s'apprête à vivre un nouveau tournant.

Ils étaient 80 alternants en 2016. Six ans après, ils sont 450 apprentis répartis sur les sites de Belfort et Mulhouse, entourés d'une équipe pédagogique de 70 formateurs et 11 permanents. L'IMT a connu une croissance forte autour des filières immobilier et ressources humaines avec l'ouverture massive de cursus allant de Bac+3 à Bac+5. « Ce qui nous a donné un vrai coup d'accélérateur a été nos déménagements dans de nouveaux bâtiments. Nous sommes passés de Montbéliard à Belfort, et à Mulhouse, nous avons investi La Tour, à Wittelsheim, qui nous offre un outil de 1300m² », souligne son directeur, Ralph Spindler. Un outil qui bénéficie en prime d'outils digitaux dernier cri.

75 à 92% de taux d'employabilité à six mois, selon les filières

La raison d'être de l'IMT est de fournir les entreprises qui recrutent, en collaborateurs qualifiés. L'IMT propose ainsi quatre filières : immobilier, ressources humaines, commerce et marketing. « Les besoins des entreprises de notre territoire constituent notre boussole. Nous ne sommes pas là pour sortir massivement des candidats, mais des personnes compétentes et bien formées. » L'IMT Business School se place ainsi comme une école de territoire. « Notre objectif est de permettre à un maximum de nos jeunes de poursuivre leurs études à proximité de chez eux et d'intégrer l'une des entreprises de ce même territoire. » Elle bénéficie d'un taux d'employabilité estimé entre

75 et 92% à six mois. « C'est un baromètre, mais nous ne sommes pas focus sur le taux de réussite aux examens. Si les jeunes cherchent un diplôme, les entreprises, elles, cherchent la compétence. Nous sommes là pour trouver l'équilibre entre les deux. »

Labellisé Happy At School, troisième CFA français en terme de qualité de vie des étudiants

Ce campus s'articule autour de valeurs en adéquation avec le monde de l'entreprise : le sport bien-être, le handicap, la place de la femme, le harcèlement et la discrimination, les nouvelles formes de travail ainsi que l'écologie. En parallèle de la formation, ce campus tient à offrir la meilleure expérience possible à ses étudiants en leur offrant un maximum de services. L'IMT Business School vient d'ailleurs d'obtenir le label Happy At School, qui en fait le troisième CFA français en terme de qualité de vie des étudiants. « Nous tenons à ce que nos apprentis trouvent chez nous un environnement serein, et rempli de bienveillance. Nous sommes à leur écoute et mettons toute une série de services et de partenariats en place pour qu'ils ne soient non pas consommateurs, mais acteurs de leur vie étudiante et professionnelle. » Toutes ces valeurs se concrétisent au fil des mois. C'est ainsi que l'école a lancé son action « 24H pour un Rêve » en partenariat avec le Mulhouse Olympique Natation, en soutien au paratriathlète Michaël Herter. Au quotidien, les étudiants peuvent aller décompres-



Ralph Spindler, directeur de l'IMT Business School.

ser à la salle de sport Liberty Gym ou bénéficier d'ateliers de sophrologie pour apprendre à gérer leur stress aux examens. Les Masters Ressources Humaines ont récolté des vêtements qu'elles sont allées distribuer aux côtés de la Croix Rouge dans les rues mulhousiennes. Autant d'actions qui permettent à ces alternants de grandir et de s'accomplir.

Un tiers lieu, créateur de synergies entre le monde de l'alternance et le monde de l'entreprise

L'IMT Business School s'impose comme un tiers lieu. Celui dans lequel se croisent et interagissent les entreprises avec les alternants. 95% de son équipe pédagogique est d'ailleurs composée de formateurs entrepreneurs. Des professionnels également impliqués dans la formation, que ce soit par le biais de conférences aussi bien que de workshops. Indépendant, ce campus dispose d'une totale liberté d'action et de pédagogie. « Un grand pas a été fait concernant l'alternance, mais j'ai toujours cette impression d'être au début de quelque chose, souligne Ralph Spindler. De nombreux enjeux sont à venir. »

Après Belfort et Mulhouse, l'IMT Business School s'implante à Colmar

L'IMT Business School continue sa croissance. En septembre 2022, Ralph Spindler ouvrira son troisième campus, à Colmar, toujours dans cette logique de territoire. En plus des trois filières historiques portées par l'IMT, ce campus ouvre quatre nouveaux cursus : un BTS notariat, une spécialisation intérim au cœur de sa filière RH, un Bac+3 banque et assurance ainsi qu'un Bac +5 ingénieur d'affaires. Le campus colmarien - installé sur une surface de 2000m2 dans les anciens locaux de la SEP - franchit un cap supplémentaire dans son approche vis à vis des entreprises, par l'ouverture d'un espace de co-working. Ralph Spindler vise un objectif de 300 apprentis à l'horizon 2024.

Emilie Jafrate

IMT Business School
25, rue des Pays-Bas, Wittelsheim
03 89 44 00 55
imt-formation.fr
f IMT Business School

À L'Essentiel Saint-Louis, le restaurant de transition vers un emploi pérenne dirigé par Louis Merlier

Le restaurant ludovicien À L'Essentiel est le fruit d'un partenariat noué entre l'APEI Sud Alsace et l'association intermédiaire Ludo Services. Le concept des lieux est d'accompagner des personnes en situation de handicap à se réinsérer dans la société. Un établissement dirigé par Louis Merlier.

C'est un endroit dans lequel on va à l'essentiel avec des produits frais, bio, locaux ainsi qu'un service rapide. Un endroit essentiel aussi puisqu'il permet à des personnes en situation de handicap de retrouver un emploi et acquérir de nouvelles compétences pour se réinsérer dans la société. Particularité : la cuisine est gérée par l'entreprise adaptée Solicook, qui emploie douze personnes. « Il livrent chaque jour plus de 700 repas dans l'ensemble des écoles et des crèches de Saint-Louis. Lorsqu'ils ont terminé, ils poursuivent au sein de notre établissement, explique le directeur du restaurant, Louis Merlier. Nous profitons du cahier des charges exigé auprès des enfants. »

Deux ans de travail, de l'idée à l'ouverture en juin 2021

Louis Merlier a suivi toutes les étapes de ce projet né il y a deux ans déjà. Issu de la restauration traditionnelle, il décide de se réorienter par le biais d'un apprentissage au sein de l'APEI Sud Alsace. Au cours de sa carrière professionnelle, il exerce également en tant que formateur au sein de l'association intermédiaire INSEF INTER et connaît tous les rouages du contrôle de gestion qu'il a appris auprès d'associations pour personnes en situation de handicap. Avec toutes ces cordes à son arc, il était le candidat idéal pour relever ce

nouveau défi. Après deux ans de travail et une inauguration reportée à plusieurs reprises à cause de la crise sanitaire, À L'Essentiel finit par ouvrir ses portes en juin 2021.

Des postes adaptés aux différents handicaps

À L'Essentiel propose un menu différent chaque jour ainsi qu'une petite carte de trois entrées, trois plats et trois desserts différents chaque saison. L'établissement se limite pour l'heure à 35 couverts. Au service en salle, le directeur Louis Merlier ainsi que Charles Millet. Ce dernier a travaillé près de 30 ans chez un étoilé en Suisse. Un emploi qu'il a dû quitter suite à des soucis de santé. « Son expérience vaut de l'or. Il nous a énormément apporté dans le projet. En tant qu'entreprise d'insertion, notre accompagnement dure deux ans. Nous avons obtenu une dérogation pour le garder jusqu'à sa retraite, explique Louis Merlier. Nous n'embauchons pas en CDI. Notre rôle est de leur remettre le pied à l'étrier pour qu'ils puissent retrouver un emploi dans le milieu ordinaire. » Des postes qui sont appelés à être adaptés selon les handicaps. Frédéric Ketterer, lui, oeuvre à la plonge. « C'est sa première expérience en restauration. Frédéric est peintre de métier mais il ne peut plus exercer à cause de soucis de dos. La salle était trop compliquée pour lui alors nous lui avons trouvé un autre poste. »

Un potentiel à exploiter

Depuis deux mois, l'établissement est à l'équilibre financier. « Le jour où nous réaliserons du bénéfice, il nous faudra le réinvestir ou alors l'utiliser pour de nouvelles embauches. » Le pre-

mier objectif est d'atteindre une équipe de cinq personnes pour pouvoir utiliser l'ensemble du potentiel des lieux avec une capacité de 50 couverts au total en intérieur et 30 en terrasse. Le premier renfort devrait arriver d'ici le mois de mai. « Trois critères sont importants pour nous. La personne doit disposer d'une reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé (RQTH), être en situation d'insertion et avoir envie. Nous sommes un lieu de transition, dans lequel on apprend les vrais gestes des métiers de la restauration. » Sont compris dans les heures de travail, trois heures d'accompagnement réalisés par Célia Bider, responsable sociale en charge de la gestion du personnel.

Une clientèle composée de professionnels et de retraités

Depuis son ouverture, À L'Essentiel a trouvé la clientèle ciblée depuis le départ, celle des travailleurs alentours. D'autres professionnels n'hésitent pas non plus à passer la frontière pour s'offrir un déjeuner À L'Essentiel. « Certains collaborateurs de l'aéroport viennent chez nous jusqu'à trois fois par semaine. Nous sommes ouverts le lundi et les restaurateurs de Saint-Louis viennent s'installer chez nous. Nous avons vraiment bien été accueillis par la profession. Cela fait chaud au cœur. » « Mais nous recevons une clientèle que nous n'attendions pas, celle des retraités. Ils se sont passés le mot et se sentent bien chez nous. Non seulement, nous offrons un bon rapport qualité/prix, mais nous prenons également le temps d'échanger quelques mots avec eux. Nous sommes aujourd'hui à 50/50. » Pour l'heure, le restaurant affiche régulièrement complet.

Emilie Jafrate

À L'Essentiel

14, rue François Antoine Xavier Wittersbach,
Saint-Louis
06 49 59 36 88
restaurant-alessentiel.fr

📍 À L'Essentiel



Louis Merlier, directeur du restaurant et Célia Bider, responsable sociale en charge également de la gestion du personnel.

Crédit Mutuel

ESPACE ENTREPRISES

Le Crédit Mutuel Centre Affaires Rhénan

LE PARTENAIRE SUR QUI VOUS POUVEZ COMPTER !

Nos équipes se rendent toujours disponibles pour vous épauler, vous conseiller et vous guider dans vos choix.

Nous sommes à vos côtés !

N'hésitez pas à nous contacter et à nous solliciter :

📞 **03 89 39 41 50**



VOTRE RÉUSSITE, NOTRE OBJECTIF COMMUN !

Parc des Collines | 1 avenue de Strasbourg
DIDENHEIM | centre-affaires-rhenan.com



Jean-Charles Eberle, vingt années au service de la Serrurerie Métallerie Eberle

Employé au cœur d'une métallerie pendant dix ans, Jean-Charles Eberle décide de passer de l'autre côté en se lançant à son compte. Le 1^{er} mai 2021, son entreprise a soufflé sa dixième bougie.

Il l'a toujours clamé haut et fort... Un jour, le patron, ce sera lui ! Et ce jour-là, a fini par arriver. Fort de dix années d'expérience, du statut d'apprenti à celui de responsable d'atelier, Jean-Charles Eberle décide de passer de l'autre côté de la barrière. Une formation en dessin plus tard, et il crée sa propre entreprise, Serrurerie Métallerie Eberle, qu'il officialise le 1^{er} mai 2011.

Une équipe de quatre personnes

S'il démarre seul, Jean-Charles Eberle embauche son premier salarié au bout d'un an à peine. « Jamais je n'imaginais embaucher du monde, se souvient-il. Je pensais ne vivre que de petits travaux. » Ils sont aujourd'hui quatre à œuvrer à ses côtés avec, chacun, un rôle précis à jouer au cœur de l'entreprise. Jean-Charles Eberle assure la vente du projet, le suivi de chantier et tout ce qui est lié à l'administratif, son chef d'atelier est à plein temps au sein de l'entreprise et ses poseurs naviguent de chantier en chantier. Un effectif doublé dix mois dans l'année par l'apport d'intérimaires.

Collectivités, syndicats de copropriété, sous-traitance et particuliers

Tout est allé très vite pour la métallerie de Jean-Charles Eberle. Aujourd'hui à l'équilibre, son chiffre d'affaires a connu une augmentation de plus de 80% sur les cinq premières années. D'abord installé dans le Sundgau, le chef d'entreprise fait l'acquisition d'un atelier de 350m² à

Pfaffstätt, dès 2014. « Mais nous ne cherchons pas à nous développer davantage, je veux que l'on reste tel que l'on est. » Une entreprise à taille humaine qui permet à Jean-Charles Eberle de se montrer proche de chacun de ses clients. « Peu importe le projet, nous savons de quoi nous parlons, du dessin à la livraison », souligne-t-il. Présent sur l'ensemble du Haut-Rhin, la Métallerie Serrurerie Eberle réalise 80% de son chiffre d'affaires auprès des collectivités et des syndicats de copropriété. Le reste est consacré au particulier.

De roue de secours à partenaire privilégié

« Nous étions beaucoup appelés en tant que roue de secours, au départ, parce qu'un serrurier avait fait faux bond au client. Et puis, nous sommes parvenus à nous imposer peu à peu comme partenaire principal. » Une réputation bâtie sur la satisfaction de ses clients. « Ma plus grande fierté est de solutionner un problème, sourit le chef d'entreprise. Sur les petits chantiers, rien de tel que le sourire du client ou ces mails que nous font certains particuliers pour nous dire qu'ils sont contents du résultat. De toute manière, c'est simple, lorsque tu fais du bon boulot, cela se répercute ensuite par le bouche à oreille. »

Spécialiste du balcon suspendu depuis 2015

Le garde-corps reste la spécialité de la maison. « Nous sommes capables d'en produire en grande quantité, en très peu de temps », précise



En mai 2021, Jean-Charles Eberle a soufflé la 10^{ème} bougie de son entreprise, Serrurerie Métallerie Eberle, installée rue des Anges à Pfaffstätt.

Jean-Charles Eberle. Son autre spécificité reste le balcon suspendu. Les premiers ont été réalisés en 2015, Métallerie Serrurerie Eberle ne cesse d'en produire depuis. « Nous savons calculer les rapports de charge. Réaliser ce type d'ouvrage est un risque que nous prenons, aussi. Ce n'est pas rien de suspendre un balcon à neuf étages. » Des balcons visibles sur Mulhouse, depuis le quai de l'Alma. Au rang des chantiers références, la rénovation d'une copropriété rue Fénélon dans le quartier Bel Air à Mulhouse. « Elle avait un aspect vieillot. Nos garde-corps et nos pare-vues ont permis de leur donner un aspect résidentiel. » L'arche installée sur le rond-point de Morschwiller-le-Bas est également une réalisation maison. « L'architecte nous a apporté le dessin et nous, nous lui avons trouvé la résistance adéquate et la conception à mener pour sa mise en œuvre. »

L'atout confiance pour faire face à la concurrence

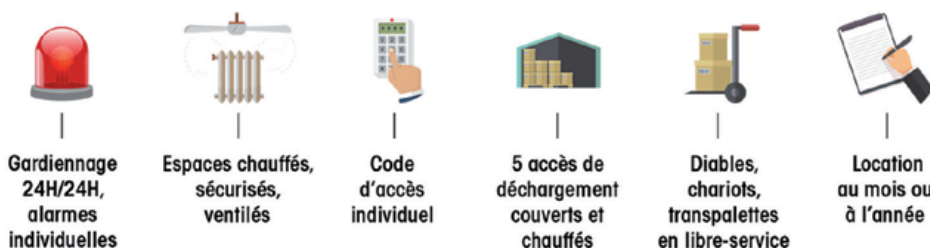
Si le métier devient de plus en plus concurrentiel, Jean-Charles Eberle peut compter sur la confiance qu'il a su instaurer avec ses clients. Il ne souhaite pas étoffer son équipe, mais le chef d'entreprise pense tout de même à l'avenir en formant des apprentis. « Il faut savoir s'entourer de personnes autonomes ! »

Emilie Jafrate

Eberle SAS
17, rue des Anges, Pfaffstätt
03 89 31 80 05
metallerie-eberle.com

EXTRA STOCKAGE

Location de Box et Garde Meubles



03 89 311 811 extrastockage.com

9 Avenue d'Italie - 68110 Illzach

DEPUIS PRÈS DE 60 ANS, LES ASSOCIATIONS SINCLAIR FACILITENT L'INCLUSION SOCIALE ET PROFESSIONNELLE DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

FAITES APPEL À NOS SERVICES !

- Propreté
- Maintenance des bâtiments
- Espaces verts
- Prestation de services en entreprises et collectivités
- Blanchisserie
- Restauration, activité traiteur et location de salles
- Sous-traitance et conditionnement



contact@sinclair.asso.fr - ☎ 03 89 45 88 06
2 avenue du Maréchal Joffre - MULHOUSE - www.sinclair.asso.fr

HYDROALSACE
Solutions photovoltaïques

DÉCOUVREZ L'AUTONOMIE!

RÉSIDENTIEL
PROFESSIONNELS
COLLECTIVITÉS



hydroalsace.com

contact@hydroalsace.com
Tél : 09 81 64 53 99

la Cité de l'Habitat
68460 LUTTERBACH

Les Bourgeons, « les bons mots auprès des bonnes personnes », la clé de l'accompagnement vert et durable, signé **Carole Muller**

Après une première vie professionnelle en tant qu'éditrice à Paris, Carole Muller décide de changer de cap et d'exercer un métier qui ait du sens. En 2021, elle lance sa petite entreprise, Les Bourgeons, avec pour leitmotiv, « communiquer moins, pour communiquer mieux ». La transition écologique reste sa ligne directrice.

Issue d'un parcours littéraire, Carole Muller commence sa vie professionnelle du côté de Paris, en tant qu'éditrice, pendant plus de six ans. « Et puis j'ai traversé une crise de sens, se souvient-elle. J'avais besoin de nature. Avec mon conjoint, nous sommes partis en Savoie. Là-bas, toutes les idées qui étaient enfouies en moi ont fini par éclore. » C'est ainsi que naît Les Bourgeons, début 2021. Avec l'arrivée de la crise sanitaire, Carole Muller fait le choix de revenir aux sources en s'installant à Mulhouse, au plus près de sa famille.

Une communication raisonnée, raisonnable et réfléchie

Si elle démarre son activité en tant que rédactrice indépendante, avec, notamment, la relecture et la correction de contenus, Carole Muller étend le champ de ses compétences par l'accompagnement de jeunes entreprises dans leur communication. Elle a ainsi élaboré un programme court collectif de deux fois trois heures, ou alors individualisé à raison de cinq rendez-vous d'une heure, pour qu'elles puissent facilement structurer leur communication. « Selon moi, la clé est de communiquer moins, mais mieux, avec sobriété. Je les aide à trouver le bon message, les valeurs qui leur correspondent en définissant les bons mots auprès des bonnes personnes. » La jeune femme s'adresse principalement aux indépendants en début d'activité. « Lorsqu'on se lance, on n'a pas forcément les clés, on ne sait pas comment bien communiquer ni quelle identité visuelle adopter. » Carole Muller, elle, opte pour la communication raisonnée, raisonnable et réfléchie. « Sur les supports imprimés, par exemple, je réfléchis à la typographie la moins énergivore en encre. »

Une réflexion autour de l'empreinte numérique

Carole Muller a ainsi accompagné une graphiste ou encore cette formatrice à "1000 idées à la seconde". « Elle partait dans tous les sens, sourit Carole Muller. Elle publiait à chaque idée, annonçait les choses importantes trop tard... Nous avons mené un important travail pour épurier, écrémer et recentrer tout cela. Nous avons tous un fil rouge qui a du sens. Le sien était d'aider les jeunes à trouver leur voie professionnelle. En s'adressant à tout le monde, elle ne s'adressait au final à personne. » La jeune femme mène également toute une réflexion par rapport à l'empreinte numérique de ses clients. « J'incite mes clients à faire du nettoyage dans leurs anciens posts, comme les comptes à rebours, par exemple. »

Artisans, créateurs, spécialistes en développement personnel et libéraux

Son cœur de clientèle reste les professionnels en lien avec le développement personnel, les artisans, les créateurs ou les libéraux comme les avocats et les experts comptables, par exemple. Si 60% de son activité est consacrée à la communication, Carole Muller réalise 40% en tant que prête plume. « Je travaille avec des particuliers qui souhaitent écrire leur autobiographie. Ce sont des missions qui me touchent énormément. » Une activité qui lui est tombée dessus, juste comme ça, à l'issue d'un premier projet couronné de succès. « Il y a eu un effet boule de neige, sourit-elle. J'aime beaucoup écouter les personnes âgées se raconter. J'étais bénévole en maison de retraite, c'est quelque chose qui ne m'a jamais quitté. » Son ancien statut d'éditrice lui permet de mener le projet jusqu'à

son terme, avec l'édition de quelques exemplaires, souvent en cadeau offert à la famille proche.

Une plateforme des événements durables et engagés

Il lui a fallu du temps pour dessiner des contours restés jusque-là flous. La jeune femme a désormais trouvé sa place et se sent utile. Aujourd'hui, elle va au-delà de l'accompagnement de la communication des entreprises avec le développement de sa plateforme "Les Bourgeons". Une plateforme née pendant ses années savoyardes qui recense les événements durables et engagés de la région, avec l'envie de la développer sur l'Alsace. Certains événements sont d'ailleurs déjà accessibles depuis Mulhouse et le Sud Alsace, puisqu'ils peuvent être suivis à distance, via des ateliers en ligne. 2022

devrait être le lancement d'ateliers d'écriture créative. « Des gens sont bloqués parce qu'ils conservent un mauvais souvenir de leurs cours de français. Il y a cette espèce d'angoisse de la page blanche... J'aimerais aider ces personnes de manière informelle, personnelle, d'abord, pour qu'ils puissent s'en servir ensuite dans leur vie professionnelle. Qu'ils se sentent capable de rédiger une newsletter, un article de blog, une présentation de leur parcours... »

Emilie Jafrate

Carole Muller - Les Bourgeons

Rue de la Waldkapelle, Vieux-Thann
06 89 12 55 18
lesbourgeons.fr
f Les bourgeons



Carole Muller a trouvé un sens à sa vie en proposant sa vision d'une communication durable et engagée. Tel est le leitmotiv de son entreprise "les Bourgeons".

SERVEURS ET POSTES • SOLUTIONS DE GESTION • PROTECTION DES DONNÉES
TÉLÉPHONIE IP • E-COMMERCE • FORMATIONS

Si vous pensez
qu'une barre d'outils c'est ça...



< Il est peut-être temps de nous contacter ! >

atlantis

**25 ANS
D'EXPERTISE**

informatique professionnelle

43 RUE BUFFON • MULHOUSE
☎ 03 89 33 43 34

atlantis-info.com

@atlantis-agence-cactus.fr

**DÉPLOYER SES
AILES**

et se donner toutes les libertés.



NOUS SOMMES COMME ÇA CHEZ LYCÈNE !

On aime vous donner les moyens de satisfaire toutes vos ambitions. Vous avez une conception de vie ? nous sommes là pour vous aider à la réaliser. Et oui, on est comme ça chez Lycène !

**MAISONS
Lycène**

f t in

Pour un premier envoi,
rendez-vous sur
maisons-lycene.fr

NF HOE
HABITAT

Pôle
Habitat FFB
ARTISANS CONSTRUCTEURS PROMOTEURS

RENDEZ-NOUS VISITE À LA CITÉ DE L'HABITAT À LUTTERBACH • 03 89 81 90 35

Apose, la montre automatique de luxe à la française, réalisée par un trio mulhousien : Didier Finck, Ludovic Zussa et Romain Thiriez

Elle est imaginée, dessinée et assemblée à Mulhouse. Apose est une marque de montres de luxe à la française, tout droit sortie de la collaboration des Mulhousiens Didier Finck et Ludovic Zussa. L'assemblage des composants de cette montre automatique est réalisé à Mulhouse, par l'horloger Romain Thiriez.

Ils cumulent à eux deux, vingt ans d'expérience au cœur de l'horlogerie suisse : Didier Finck au design, Ludovic Zussa pour la partie industrielle. Leur rencontre n'a fait qu'accélérer une envie commune. Celle de créer une montre haut de gamme à la française. L'un comme l'autre ont toujours été attiré par cet objet sentimentalement fort. « C'est une histoire d'amour que je vis depuis très longtemps, souligne Didier Finck. J'ai un cursus en design de projets mais déjà, mon projet de fin d'année portait sur une montre. En Suisse, j'ai eu la chance de découvrir les secrets de leur fabrication en plus de

les dessiner ! » Ludovic Zussa, lui, associe la belle montre au poignet de son oncle. Cet objet a un côté émotionnel fort. « Je la voyais une fois par an, à Noël. J'avais envie de me rapprocher du produit et de son design. En Suisse, j'ai trouvé le challenge de la production. »

Pureté, sobriété et élégance

Ils ont mis au point une vingtaine de prototypes avant de sortir leur première montre. Aujourd'hui, Apose, c'est une forme « ni ronde, ni carrée ». Une montre qui casse les codes, à contre courant des

marques suisses aux belles mécaniques. Pureté, sobriété et élégance sont les maîtres mots de son design. Sa dimension unique de 40mm s'adapte aux petits comme aux grands poignets, pour un design mixte. Lancées officiellement en novembre 2020, les premières montres Apose sont sorties en édition limitée à 400 exemplaires. « Nous allons conserver ce design unique tout en le faisant évoluer, comme l'a fait Porsche avec sa 911. » La collection n°3 édition 2022 est composée de six modèles différents.

Une montre française à 70%

Les Mulhousiens ont d'abord investi dans l'outillage, puis ils se sont créés un pool de fournisseurs fiables. Leur montre est aujourd'hui à 70% française. Le bracelet, certifié FKM, soit le plus haut de gamme des élastomères, est fabriqué en Italie. « Les connaisseurs nous félicitent pour ce bracelet. Aujourd'hui,

nous disposons de l'outillage qui permettrait de les fabriquer mais il nous faut du volume pour pouvoir trouver une usine française qui l'utilise et le fasse tourner. » Les cadrans viennent de Suisse mais là aussi, les fondateurs d'Apose cherchent à rapatrier la fabrication en France. Le mouvement est franco-suisse. Chaque point de fabrication est situé à 1h30 maximum de Mulhouse. L'assemblage est réalisé à Mulhouse, par Romain Thiriez, l'horloger de l'équipe. Un profil rare sur le marché et inespéré pour les co-fondateurs de la marque.

Le luxe accessible aux primo-acquéreurs

Leur cœur de cible sont les chefs d'entreprises et les professions libérales. « Nous souhaitons également devenir la porte d'entrée à toute personne souhaitant s'offrir une première belle montre automatique. » Côté budget, comptez 1600 euros l'exemplaire. « En France, nous sommes dans le haut du panier alors qu'en Suisse, nous serions situés au milieu du panier. Notre montre est abordable pour ceux qui connaissent l'horlogerie. » Apose touche aujourd'hui de nombreux collectionneurs, des passionnés. Leur système de vente en direct leur permet d'absorber les coûts de fabrication.

Apose cherche des investisseurs

Didier Finck et Ludovic Zussa sont aujourd'hui en quête d'un investisseur, dans une stratégie de levée de fonds. « Nous recherchons quelqu'un qui dispose de valeurs fortes, mais aussi d'un savoir-faire que nous ne maîtrisons pas. Nous avons besoin de quelqu'un qui s'investisse auprès de nous. » Au rang des projets, l'ouverture d'une boutique en nom propre à Paris. « Notre cible actuelle représente 1% du potentiel parisien. Mais nous souhaitons que tout le monde accède au produit de luxe, avec un univers bien à nous, accessible, que les gens n'aient pas peur de pousser la porte. » Leur but ultime est de proposer une montre 100% française.

Emilie Jafrate

Apose
46, Quai de l'Alma, Mulhouse
06 25 61 21 20
apose.fr
f Apose Officiel



Romain Thiriez, horloger-créditeur | Didier Finck, responsable design
Ludovic Zussa, expert des technologies laser (de la gauche vers la droite) DR



L'engagement mutuel !

Ensemble, faisons évoluer votre activité professionnelle !



Crédit Mutuel
La DOLLER

L'EXPERTISE BANCAIRE DES PROFESSIONNELS
POUR LES PROFESSIONNELS

PÔLE ENTREPRISES

3 rue du 2e Bataillon Choc MASEVAUX-NIEDERBRUCK
7, rue du Pont d'Aspach BURNHAUPT-LE-HAUT

Tél. : 03 89 36 64 63 - Courrier : 03530@creditmutuel.fr

Patch & Guard
GARDE DE CHIENS SUR LIEUX TOURISTIQUES

Profitez de vos visites touristiques, et faites confiance à **PatchGuard** pour garder votre chien !

Nous gardons votre chien directement devant les sites touristiques. Un personnel formé accueille votre chien de façon personnalisée dans un endroit calme et propre. Il recevra de l'affection, aura accès à des jeux et pourra se promener.

Pour plus d'informations
patch-guard.fr



laetitia@patch-guard.fr
06 89 67 51 99 PatchGuard
Lacote Laetitia patchguardofficiel



Catherine Geis, Présidente de la société Clipso. DR

Clipso, conclut un accord exclusif avec le Groupe Ecophon Saint-Gobain, leader mondial de système d'absorption acoustique

C'est un tournant que vient d'amorcer Clipso. Le 9 février 2022, le spécialiste alsacien de revêtements textiles pour les plafonds et les murs a conclu un accord exclusif avec le Groupe Ecophon Saint-Gobain.

La belle histoire se poursuit pour l'entreprise Clipso. Une histoire débutée en 1997 du côté de Vieux-Thann. « Mon époux, Bernard, voulait mettre au point un produit différent des produits PVC qui existaient déjà sur le marché, souligne Catherine Geis, Présidente de la société. À force de recherches, il a créé sa propre machine d'enduction et a acheté son propre tricot, pour au final, préparer son enduction en propre. » Après trois années de recherches, Bernard Geis lance son concept sur le marché, une toile tendue à froid pour tous les intérieurs. On est en 2001.

« Savoir être force de conviction pour s'installer à l'export »

Clipso connaît une croissance très forte. Au rang des tournantes de la société, la création de son laboratoire de Recherche & Développement qui lui permet d'élargir son offre et ses gammes, développer son savoir-faire et son expertise. Clipso adapte ses revêtements aux normes internationales ISO 9001 et CE. À partir de 2007, la société alsacienne part en conquête internationale vers les Etats-Unis, avant de s'installer sur de nouveaux marchés dès 2011. Clipso distribue ainsi à travers le Brésil, le Royaume-Uni, l'Asie, le Moyen Orient. « C'est notre capacité à nous montrer force de conviction qui nous a permis de nous installer à l'export, souligne Catherine Geis. Un nouveau produit peut faire peur. À l'époque, tout le monde connaissait le plâtre et la peinture. Le tissu technique était peu connu et peu répandu, jusqu'à ce

que notre produit arrive jusque chez eux. Il a fallu se montrer précautionneux et savoir convaincre. » Clipso commercialise aujourd'hui 55% de ses produits en Europe et 25% aux USA, dispose d'un réseau mondial de 1500 installateurs indépendants certifiés et est présent dans 80 pays pour un total de 60 collaborateurs. « 2019 a été une superbe année. Nous avons confirmé notre position sur l'ensemble de nos marchés à l'export », souligne la Présidente.

Une innovation poussée toujours plus loin

Le cœur de cible de Clipso reste le professionnel, de l'architecte aux économistes de la construction, en passant par les agences, les architectes d'intérieur, les cuisinistes, jusqu'aux cabinets médicaux... « Nos installateurs ne peuvent plus s'en passer. Nos toiles tendues permettent d'effacer toutes les contraintes techniques. Sa mise en œuvre est rapide, propre, et sans odeur. » Au-delà de son aspect technique, le produit estampillé Clipso ne cesse d'avancer en innovation. Il connaît aujourd'hui neuf déclinaisons : acoustiques, rétro-éclairées, imprimées, anti-bactériennes, scintillantes, supports de communication, cadres entoilés, diffuseurs sonores, sans oublier les classiques.

Des réalisations prestigieuses

Un savoir-faire installé dans des lieux de prestige, à l'instar du Centre d'Entraînement de la FFT,

Roland Garros, au cœur de la piscine olympique de Monaco pour ne citer que quelques réalisations françaises. En Israël, le centre commercial Shopping Mall of the Group Azrieli a été rénové avec les cadres Clipso. Des toiles imprimées comme têtes de lit ont été installées dans l'Hôtel Dina Morgabine à l'Île de la Réunion tandis que le siège social de Host Hotels & Resort à Bethesda, Maryland, USA s'est doté de toiles design couplées à des performances acoustiques. Au Danemark, des bureaux et des salles de réunion ont été équipées en plafonds tendus translucides blancs rétro-éclairés.

Ecophons Saint-Gobain pour gagner en visibilité dans le monde

Le 9 février 2022, Clipso et Ecophon Saint Gobain concluent un accord exclusif. Un partenaire qui n'a pas été choisi au hasard par Catherine Geis. Ecophon développe, fabrique et commercialise en effet des produits et des systèmes acoustiques qui contribuent à un bon environnement de travail et au bien-être des personnes. Une société forte d'unités commerciales installées à travers 20 pays, de délégations dans 30 autres pays et fort de 110 employés. « Nous avons la volonté de nous développer davantage et grossir rapidement à l'international mais pour cela il nous faut une visibilité plus importante, souligne Catherine Geis. Ecophon Saint Gobain est un gros faiseur, connu sur tous les continents. C'est une étape de plus dans la visibilité de notre marque. Un projet un peu fou dans lequel j'emmène toute mon équipe. » L'heure est à l'intégration. Les deux entités doivent apprendre à se connaître, former et se former à leurs produits respectifs, avant de définir les lignes de leur avenir commun.

Emilie Jafrate

Clipso Production SAS
5, rue de l'Eglise, Vieux-Thann
03 89 37 10 84
clipso.com
f Clipso Group

ACTION RÉGIONALE POUR LE DÉVELOPPEMENT D'ACTIVITÉS NOUVELLES

“ ACTIVEZ VOS PROJETS EN INTÉGRANT UN TALENT ! ”

contact@ardan-grandest.fr
ardan-grandest.fr

WORKING-SPIRIT.FR

EYES OF THE TIGER !
Pour attaquer la journée.

Chez Working Spirit, nous faisons en sorte de bien vous connaître. Vos compétences sont importantes. Mais ce qui nous importe c'est vous, ce qui vous anime, ce qui vous fait vibrer, vous donne la banane pour aller travailler. Parce qu'un salarié qui se sent bien rend son entreprise encore meilleure. Alors nous vous donnons toutes les cartes en mains pour que vous vous sentiez bien ! **C'EST ÇA L'ESPRIT WORKING SPIRIT.**

Ça donne envie d'avoir envie !

Working Spirit
L'AGENCE D'INTERIM QUI PREND SOIN DE VOUS !

INTÉRIM & RECRUTEMENT • MULHOUSE • BELFORT • HÉSINGUE

Mel Lueur, les bougies gourmandes concoctées par Mélinda Bohatier depuis Riedisheim

Esthéticienne de métier, Mélinda Bohatier arrive jusqu'à la bougie par hasard. D'une activité pour occuper son congé parental, elle en fait son métier. C'est ainsi que naît Mel Lueur en avril 2021. La petite entreprise riedisheimoise s'apprête à souffler sa première bougie.



Mélinda Bohatier a lancé sa marque Mel Lueur en avril 2021. Elle réalise des bougies 100% végétales, naturelles et gourmandes.

Cerise noire, caramel beurre salée, pastèque, melon, barbe à papa, chocolat noisette... Les bougies signées Mel Lueur sont gourmandes. Leur look est d'ailleurs digne des plus belles coupes glacées. Elle reproduit aussi bien la fraise que la pastèque en passant par la tablette de chocolat. « Certains de mes clients me disent de les trouver trop belle

pour les allumer », s'amuse-t-elle. Pour que ses clients n'aient aucun regret, la jeune femme vient de lancer des bougies fleuries, au style beaucoup plus épuré, uniquement agrémentées de fleurs séchées. « Ce sont d'ailleurs les bougies que je voulais initialement proposer, sourit-elle. Mais les gourmandes me sont venues comme ça. C'est

peut être aussi parce que j'aime faire des gâteaux avec mes filles, que j'ai commencé à leur donner cet effet chantilly. »

La barbe à papa, son best seller

Chaque jour, Mélinda se met aux fourneaux - pour

l'heure dans sa cuisine - et concocte de nouvelles variantes. Particularités de ses bougies : elles sont réalisées à partir de cire de soja végétale certifiée sans OGM ni pesticides. Côté olfactif, elle travaille avec des senteurs créées à Grasse, sans substances CMR. Son best seller reste pour l'heure la barbe à papa. « Elle est rose, agrémentée de petits coeurs. Elle plaît énormément. La violette arrive en deuxième position. » De l'idée à la création, cela peut aller très vite, en une journée seulement, tests compris. « Lorsque je me plonge dans mes bougies, c'est mon moment à moi. Je suis dans mon cocon, entourée de toutes ces odeurs avec ma petite musique. Je fais des séries entre 10 et 15 pièces du même parfum. Ce qui me fait aussi avancer, ce sont les retours clients. » Des bougies qu'elle personnalise aussi selon les événements, à la demande. Sa clientèle est majoritairement composée de femmes entre 20 et 40 ans.

Sur Tik Tok pour gagner en notoriété

Pour se faire connaître, la jeune femme s'est immédiatement positionnée sur les réseaux sociaux. Sur Instagram d'abord, puis Tik Tok. « C'est un réseau incroyable. Après un post je peux avoir jusqu'à 20 commandes dans la journée. Certains posts ont obtenu 300 000 vues. De nombreux professionnels me contactent pour savoir s'ils peuvent distribuer mes bougies. » Mel Lueur est présente dans des boutiques de créateurs en dépôt vente, comme chez Bretzel et Arc en Ciel à Mulhouse, chez des fleuristes ainsi qu'au sein de cabinets d'esthétique. « Je me souviendrais toujours de ma première commande. J'avais 100 bougies à livrer. » Pour pouvoir vivre de son activité, la jeune femme doit atteindre les 300 bougies par mois. Des bougies qui voyagent dans la France entière via sa boutique en ligne et même au-delà. Mélinda en a récemment envoyées en Belgique et vient d'enregistrer une demande depuis Tahiti.

Emilie Jafrate

Mel Lueur

25, rue des Lilas, Riedisheim
06 42 40 89 27
mellueur.fr
mel_lueur

Santé au Travail Sud Alsace devient Santé au Travail 68

Avec plus de 11 000 entreprises adhérentes et plus de 110 000 travailleurs suivis, Santé au Travail Sud Alsace, est le partenaire privilégié des entreprises du Haut-Rhin en matière de prévention et de santé au travail des entreprises du Sud Alsace.

Leader sur son marché avec un maillage territorial composé de 10 centres, d'Altkirch à Colmar, en passant par Masevaux, Saint-Amarin et Mulhouse, Santé au Travail Sud Alsace accompagne au quotidien entreprises et salariés en matière de santé au travail, pour prévenir les risques professionnels en entreprise.

La mission de STSA va bien au-delà d'un service de médecine du travail :



Au-delà du suivi médical, Santé au Travail 68 vous propose de nombreux services tels que :

- L'aide à la réalisation du Document Unique : accompagnement dans l'évaluation des risques et aide à l'élaboration du plan d'action.
- Nos ateliers de sensibilisation et l'organisation d'événements pour les salariés et employeurs sur les lieux de travail ou dans nos locaux.

- Une démarche collective de prévention des risques psychosociaux : évaluation, conseil et appui pour les acteurs de l'entreprise.
- Le diagnostic des risques présents aux postes de travail pour donner suite à la visite de nos intervenants (ergonomie, bruit, risques chimiques...), et propositions concrètes de mesures de prévention.
- Un accompagnement préalable à la conception ou au réaménagement des locaux.
- Et bien d'autres actions de prévention

Une réforme importante de la santé au travail vise à renforcer la prévention en santé au travail au sein des entreprises :

- Les services de prévention et de santé au travail (SPST) doivent proposer une offre socles de services à fournir à leurs adhérents.
- Dans une vision décloisonnée de la santé au travail et de la santé publique, la prévention de la désinsertion professionnelle et l'accompagnement des publics vulnérables sont au centre de cette réforme.
- La gouvernance du système de santé au travail est refondue.

Cette réforme est une formidable opportunité pour Santé au Travail Sud Alsace de renforcer sa proximité avec ses 11 000 adhérents dans le Haut-Rhin en faisant bénéficier les entreprises du territoire de son expertise en matière de santé au travail.

Notre association a connu, durant ces derniers jours, une petite révolution en changeant de nom. Un changement qui a été acté lors de notre

Assemblée Générale du 30 mars 2022 à 16h30 à l'auditorium de la Maison du Bâtiment.

Santé au Travail Sud Alsace (STSA) a laissé sa place à Santé au Travail 68.

Un changement qui s'inscrit dans le dynamisme actuel de notre association. Un changement de dénomination, certes discret, mais qui, à l'inverse de certains de nos confrères / concurrents, est identifiable facilement (pas d'acronyme) et indique clairement le champ d'action de Santé au Travail 68 sur son territoire (le Haut-Rhin).

Le changement le plus visible vient du logotype. Dotée d'une nouvelle identité visuelle pleine de pep's, cette nouvelle dénomination servira efficacement le champ d'action de Santé au Travail 68.



De même, un nouveau site internet plus clair et lui aussi dans l'esprit de cette nouvelle identité accompagnera les visiteurs dans leur recherche d'informations : sante-au-travail-68.fr (disponible à partir du 7 avril, date du lancement officiel de la marque en interne).

Sans oublier l'accueil téléphonique et la correspondance par mail qui restent toujours en place.

Charles Plaisant



Claude-Esther Schmitt, Présidente de Santé au Travail 68 . DR



Cédric MEGEL, Directeur de Santé au Travail 68 . DR

Santé au Travail 68

Contact Presse : Cédric MEGEL
Directeur de Santé au Travail 68
Maison du bâtiment - 12 allée Nathan Katz
CS 60005 - 68086 MULHOUSE CEDEX
03 89 36 30 18
contact@sante-au-travail-68.fr
sante-au-travail-68.fr

La CCI Alsace Eurométropole mise sur la créativité pour sensibiliser les entreprises et leurs collaborateurs aux enjeux du changement climatique

Preuve que la créativité a toute sa place en entreprise, la CCI Alsace Eurométropole a initié des ateliers dédiés, sur la thématique du développement durable. Ces sessions ont été imaginées par Aurélie Roche, conseillère en entreprise et Amandine Amat, chargée de mission changement climatique et eau. Des ateliers officiellement proposés depuis juin 2021 et financés par le programme « Interreg Clim'Ability Design ».

Le concept a été tout spécialement pensé et conçu pour le monde économique. Aurélie Roche et Amandine Amat proposent des ateliers de créativité autour du changement climatique. Un atelier de deux heures qui débute

par une présentation des perspectives du changement climatique à court terme, les impacts sur l'échelle du territoire alsacien, la prise de conscience de ces impacts sur l'activité au quotidien, sur la gestion, mais aussi sur la perfor-

mance globale de l'entreprise. Au bout de cette première heure informative, place à la créativité. Les collaborateurs sont mis à contribution pour trouver - ensemble - des pistes de solutions pratiques pour y remédier.

Une accentuation des périodes de canicule à prendre en compte dans toutes les strates de l'entreprise

La thématique abordée est la vague de chaleur à venir. Les participants ont le choix entre quatre sujets : la prise en compte de la chaleur sur le salarié en milieu industriel, en milieu agro-alimentaire ou alors sur les stocks en industrie ou en agro-alimentaire. « Il faut compter une accentuation des périodes de canicule, souligne Amandine Amat. Elles vont s'élargir pour débiter mi-mai et se terminer en octobre. Les journées au-delà des 35 degrés vont devenir de plus en plus fréquentes, tout comme les nuits tropicales dont les températures ne passeront pas sous les 20 degrés. » Des prévisions à échéance 2030.

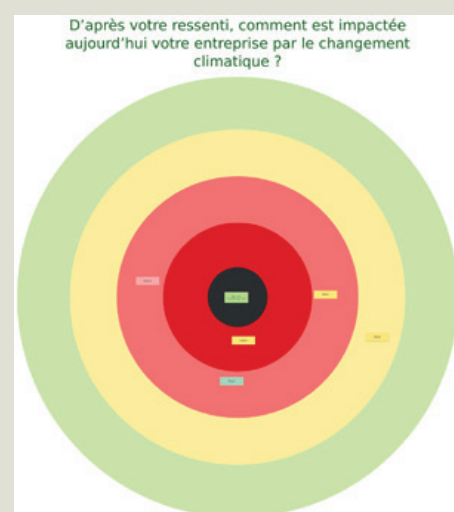
Une évolution de la perception du changement climatique pour 70% des participants

Huit ateliers ont déjà été organisés. La bonne surprise a été la diversité des profils, de l'infirmière au chef d'industrie, en passant par la directrice RH ou encore le responsable R&D. 100% des groupes ont choisi le sujet qui concernait le salarié. La perception de 70% d'entre eux a évolué vis-à-vis du changement climatique. « Une personne est venue en nous disant que seule la créativité l'intéressait, souligne Aurélie. Il pensait ne pas être impacté et au final il nous a dit avoir vécu un été pendant lequel les ordinateurs surchauffaient à cause de la chaleur. Preuve que tout le monde est impacté. »

Un diagnostic vulnérabilité climatique pour aller plus loin

Ces ateliers sont de véritables portes d'entrées à la sensibilisation du changement climatique. Les entreprises peuvent en effet aller plus loin encore par un diagnostic de vulnérabilités climatiques, dans le cadre du programme européen « Clim'AbilityDesign » dont fait partie la CCI Alsace Eurométropole. « Nous venons dans les entreprises pour dresser un état de lieux de l'impact du changement climatique sur l'activité avec une projection pour le futur », explique Amandine Amat. Un diagnostic accompagné de l'installation de capteur d'ambiance climatique pendant une année, pour les volontaires

Emilie Jafrate



Aurélié ROCHE
Conseillère d'entreprises
03 89 36 54 95
a.roche@alsace.cci.fr



“ Mon challenge ? Rendre les entreprises responsables et résilientes face au changement climatique ”

Amandine AMAT
Chargée de mission changement climatique et eau

Amandine Amat, chargée de mission changement climatique et eau. . DR

CPME 68

En 2022, la CPME 68 garde son rythme !

Vous le savez, en 2021 la CPME a pris la première place des organisations patronales françaises en ce qui concerne le nombre d'entreprises adhérentes !

Plus de 243 000 entreprises adhérentes, dont plus de la moitié sont des employeurs, avec plus de 4 millions de salariés. Une belle augmentation de près de 70% par rapport à l'audience de 2017.

Dans le département, l'ouverture du bureau de Colmar en plus de Mulhouse a marqué l'année 2021 ainsi que l'arrivée d'une nouvelle collaboratrice en octobre dernier. L'équipe compte 3 personnes.

Sophie Loth, Directrice de la CPME68

Je vous rappelle les services proposés aux adhérents :

- Service juridique gratuits,
- Partenariat avec la Clinique du Droit de l'Université de Haute Alsace
- Formations obligatoires gratuites SST-ATMP

- Conseil et financement en matière de formation professionnelle avec l'AGEFICE
- Accès au Comité d'entreprise CE+ Services
- Conseil et information en matière de logement,
- Assurance chômage pour les chefs d'entreprise à travers la GSC,
- Prolongation de l'accès gratuit pour nos membres au service OPALE audit financier de la Banque de France incluant un rendez-vous d'expert
- Sans oublier la mobilisation forte de la CPME et ses partenaires de l'emploi, pour accompagner vos besoins de recrutement.
- Enfin un nouveau service de valorisation des CEE, certificat d'économies d'énergies en partenariat avec EDF

Une importante campagne de renouvellement des mandats sociaux s'opère actuellement et permet de retrouver des mandataires CPME 68 à des postes stratégiques à la CAF, CARSAT, URSSAF, CPAM, STSA, etc... afin de mieux défendre et représenter nos adhérents.

Je vous invite à consulter le Livre Blanc de la CPME et ses 76 propositions qui placent la réussite des PME au cœur du prochain quinquennat.

Les deux rencontres-débats qui se sont tenues en présentiel les 9 et 16 mars au siège de la CPME Nationale à la Défense, sont à revoir en replay. En résumé, une équipe pleinement mobilisée aux côtés des TPE-PME-PMI du territoire qui n'attend plus que vous la rejoignez et passez à l'action !



Flashez pour accéder au Livre Blanc

cpme 68
HAUT-RHIN



Sophie LOTH
Directrice de la CPME 68.DR

CPME 68
10 rue de la bourse, Mulhouse
68 avenue de la République, Colmar
03 89 45 15 56
cpme68.fr
f i t i n

#CPME #DialogueSocial #MandatsPatronaux

Bihl, le professionnel du poisson au long cours, installé à Friesen

Installée à Friesen depuis plus de 70 ans, l'entreprise Bihl est passée entre les mains de la quatrième génération familiale. À son arrivée le 1^{er} février 2020, Gilles Kiene-Bihl a donné un coup de jeune à cette entreprise de commercialisation de poissons d'eau douce sundgauvienne.

Il est tombé dedans quand il était petit mais c'est une toute autre direction qu'a pris Gilles Kiene-Bihl. « De base, je suis un administratif, explique-t-il. J'ai passé 14 ans dans un cabinet d'expertise comptable avant d'exercer pendant cinq ans dans l'emballage industriel. » Il occupe d'ailleurs le poste de directeur général d'Embalsace à Cernay pour reprendre les manettes de l'entreprise familiale. Sa mise en vente a été un véritable déclic. « Je ne me voyais pas la laisser partir entre les mains d'un tiers, souligne le nouveau patron. De toute manière, j'en avais assez d'être uniquement derrière un bureau. J'avais besoin de changement. »

Coup de frais sur l'identité visuelle de la maison familiale

Avec l'arrivée du Covid, la reprise n'a pas été de tout repos. Mais Gilles Kiene-Bihl a tout de même pu engager quelques projets, à commencer par la modernisation de l'image de l'entreprise familiale. Nouveau logo, nouvelles couleurs, nouvelle identité visuelle pour Bihl, accompagnée d'un nouveau site internet ainsi que d'une page Facebook. Au rang des nouveautés aussi, l'installation d'un distributeur de poisson frais en mai 2021. Une conséquence directe des confinements successifs et d'une nouvelle demande en provenance des particuliers. « Pendant le confinement, les gens venaient chercher leurs trois truites pour leur repas du soir. Lorsque tout s'est rouvert, s'est posée la question de savoir comment faire après. J'avais découvert ces distributeurs du côté d'Arcachon. Là-bas, il est possible de chercher des bourriches d'huîtres à n'importe quelle heure du jour et de la nuit. »

« On avance ensemble »

L'arrivée de Gilles Kiene-Bihl a marqué le pas à un management proche de ses collaborateurs. « J'ai une sensibilité qui me permet de savoir lorsque quelque chose ne va pas. Je souhaite que l'on avance ensemble. Il est important pour moi d'avoir leur avis. Pour ne donner qu'un exemple, le choix des tabliers. C'est tout bête, mais nous en avons discuté ensemble pour trouver le meilleur modèle. Les solutions, on les trouve ensemble et tout le monde termine ensemble. Les jours de rushs, nous nous donnons des coups de main réciprocques. » Ils sont dix en tout, cinq personnes dédiées au laboratoire de transformation, trois chauffeurs, deux assistantes administratives et « un homme volant, c'est moi », sourit Gilles Kiene-Bihl.

Hyper-réactivité et hyper-fraîcheur

S'il y a une chose qui ne change pas, c'est la qualité du poisson. L'hyper-fraîcheur constitue le point fort de la maison. « Nos truites viennent exclusivement de France, souligne le gérant. Nos carpes sont françaises aussi longtemps que nous en disposons en France. Nous sommes contraints de les chercher plus loin sinon, nous n'aurions pas de poisson de mai à septembre. Dans les années 70, mon grand-père et son beau-frère importaient déjà pour répondre à la demande. Nos étendues



Gilles Kiene-Bihl a repris les rennes de l'entreprise familiale, cinq semaines avant l'arrivée du Covid.

d'eau ne sont pas comparables à celles qui se trouvent ailleurs en Europe. » La famille a tout de même conservé son vivier de carpes, histoire de s'offrir un moment de pêche sportive, de temps à autre.

Livraisons maison 7j/7

Au fil des ans, la transformation du poisson a pris de plus en plus d'ampleur. « Les restaurateurs ont changé la donne, souligne Gilles Kiene-Bihl. Nous leur livrons, à 97%, le poisson prêt à cuire. » La grande distribution et les associations consomment également du poisson déjà transformé. Mais Bihl livre aussi du poisson vivant, pour les clubs de pêche sportive, notamment. L'entreprise familiale réalise elle-même les livraisons dans un rayon de 250km autour de chez elle, de l'Alsace Bossue à Baume-les-Dames, dans les Vosges et la bordure rhénane, en Suisse et en Allemagne. Un moyen de se montrer hyper-réactif et très flexible. « Nous connaissons chacun de nos clients, ce ne sont pas des numéros, cela marque également notre différence. Ils gagnent en plus un à deux jours de DLC. » Le service client est assuré 7j/7, du lundi au samedi avec une permanence le dimanche.

« Un cumul que n'ont pas connu les générations précédentes »

Gilles Kiene-Bihl attend que passe cette zone de turbulences. « Nous avons eu le Covid, mais il y a aussi l'augmentation des matières premières, des céréales au carburant. Nous utilisons des matériaux dérivés du pétrole. Et c'est en cela aussi que nous ne sommes plus du tout dans les standards d'avant. C'est un cumul que n'ont pas connu les générations précédentes. » Le patron devra patienter quelques temps encore avant d'apporter davantage de modernité encore. Une modernité qui passera par des investissements dans les outils de production.

Emilie Jafrate

Bihl-Exploitation piscicole du Sundgau
7, rue Principale, Friesen
03 89 25 62 15
pisciculture-bihl.fr
f Bihl - Exploitation Piscicole du Sundgau

GROUPE COFIMÉ
L'ACCOMPAGNEMENT DURABLE

UN PARTENAIRE AUX MULTIPLES EXPERTISES !

Pour répondre aux évolutions de votre entreprise !

- Expertise Comptable, Juridique et Sociale
- Audit légal et contractuel
- Pilotage stratégique et performance
- Gestion de patrimoine
- Formation
- Stratégie marketing et communication
- Soutien aux entrepreneurs
- Gestion de projets informatiques
- Cession & acquisition d'entreprise

Agence de Mulhouse : 03 89 61 12 12
hlg-groupecofime.com

Xo-xo, la première marque française dédiée à la protection intime adaptée au corps des jeunes filles, signée **Audrey Paris**

Le sujet est encore tabou. Audrey Paris a choisi de le démystifier en jouant le "Sherlock Holmes" de la protection intime. Xo-xo, c'est la marque développée par cette Alsacienne d'adoption, avec, et pour les jeunes filles. Une marque qui s'apprête à entrer dans un réseau de grande distribution sur la région Grand Est.

À l'heure où les jeunes filles connaissent une puberté de plus en plus précoce, le sujet reste pourtant encore tabou, les informations compliquées à trouver. Face à ce constat, Audrey Paris, alors maman de deux fillettes âgées de 5 et 7 ans, engage des recherches. Mais elle ne trouve rien. Pas de marque qui joue la carte de la sensibilisation, encore moins de produits adaptés à la morphologie des filles entre 9 et 13 ans. « On parle de tout, de la poitrine, de la pilosité, de l'acné, mais on ne parle pas des règles, souligne Audrey Paris. Il ne faut pas oublier non plus que les produits sur le marché sont dédiés aux femmes. On ne prend pas en compte la morphologie des enfants ni le fait qu'à cet âge-là, ce sont des éponges et que les

perturbateurs endocriniens présents dans les produits existants n'ont pas les mêmes effets sur un corps d'adulte que sur celui d'un enfant. »

Une enquête auprès des jeunes filles de 9 à 13 ans et leurs mamans

C'est dans cette logique, qu'Audrey Paris décide d'aller mener son enquête auprès des concernées, une vingtaine de jeunes filles entre 9 et 13 ans, mais aussi auprès de leurs mamans dans une logique de co-création de produit. « Avant 11 ans, il est beaucoup plus simple de parler avec elles de ce sujet. Après 11 ans, une pudeur natu-

relle s'installe avec l'entrée au collège. Certaines sont déjà très informées, d'autres ne savent rien. Il n'y a pas de normalité. Parmi les autres constats, le tampon est anxiogène, la culotte n'est pas assez rassurante parce que trop nouveau. 100% des jeunes filles interrogées utilisent en revanche une serviette jetable. »

Un manque à combler sur le marché

Lancer un produit innovant sur le marché, Audrey Paris sait faire. L'environnement du produit, elle connaît bien pour avoir été cheffe de produit, d'achat et de distribution en grande distribution. « Je me suis toujours dit que je créerais un produit le jour où je me rendrais compte qu'il manque sur le marché. Et puis à un moment donné, j'en avais assez d'être un simple code barre. J'avais besoin de donner du sens à ma vie, me réinventer. » L'ambition d'Audrey Paris n'est pas de devenir le leader de la serviette jetable en France, mais d'adapter tous les produits liés à la protection intime. Plus courtes, plus étroites, leurs dimensions ont été travaillées en collaboration avec les jeunes filles. Un produit réalisé en coton bio 100% certifié. « On écarte ainsi les substances nocives car les peaux à cet âge-là sont beaucoup plus sensibles. Les mamans sont prêtes à mettre un peu plus de budget parce qu'elles veulent le meilleur pour leurs filles. » Les serviettes Xo-xo ont été testées par des laboratoires français spécialisés dans l'hygiène féminine, autant d'un point de vue composition que performance.

Xo-xo, la touche innovation du rayon protection intime

La première gamme d'Xo-xo est composée de quatre références. « Je suis tout particulièrement fière du kit premières règles. Il remporte d'ailleurs un franc succès en précommande et il permet aux parents d'en parler. Cela confirme bien un besoin, c'est juste qu'il n'était pas exprimé. 9 ans est l'âge idéal pour aborder le sujet. Il permet également aux jeunes filles qui ne les auraient pas d'aider une copine dans le besoin, tout en parlant le même langage. » Une boutique en ligne a vu le jour le 4 avril et le 6, Xo-xo fait son entrée physique dans dix hypermarchés Cora du Grand Est. « Je suis ravie de voir de l'innovation dans ce rayon qui reste figé », souligne Audrey Paris. Son équipe compte aujourd'hui trois personnes: Fanny Haycot pour la communication, Mathieu Hoffarth en ce qui concerne le marketing digital et Olivier Pideloup, associé. De nouveaux produits sont d'ores et déjà en développement R&D. « Nous travaillons aussi sur une gamme d'accessoires en collaboration avec des créateurs français, comme une bouillotte bien dimensionnée. » Au rang de ses projets, ramener la production de ces serviettes en France, mais avant d'y arriver, Xo-xo doit trouver son public.

Emilie Jafrate

Xo-xo SAS

26, rue Victor Schoelcher, Mulhouse
06 12 26 69 90

xo-xo.fr

f XO-XO jeune et naturelle



Audrey Paris a développé et lancé des protections intimes adaptées au corps des jeunes filles âgées de 9 à 13 ans. Un développement réalisé en collaboration avec les principales intéressées et qui a donné naissance à la marque Xo-xo.

Recevez dans votre boîte aux lettres

les **6 numéros** du PÉRISCOPE

pour seulement **65€HT**

Pour souscrire un abonnement :
service-commercial@le-periscope.info
ou appelez au 03 89 52 63 10

Le PÉRISCOPE

Le média des entreprises locales | le-periscope.info

Zone de distribution

Mulhouse

- Sausheim
- Eden
- Illzach
- Hôtel Kyriad
- Kinépolis
- Plastatt
- La Maison Engelmann
- La Maison de l'Entrepreneur
- Rixheim
- Frank&Gil
- Lutterbach
- KMO
- Espace Squah 3000
- Riedisheim
- Holiday Inn Mulhouse
- L'auberge du Zoo
- Crédit Mutuel Burnhaupt-le-haut

HAUT-RHIN

- Thann
- Cernay
- Masevaux
- Altkirch

Saint-Louis

- Hôtel Mercure
- Business Center
- EuroAirport Basel-Mulhouse-Freiburg
- Crédit Mutuel Saint-Louis

Le PÉRISCOPE en quelques chiffres

- 6** parutions par an
- 15 000** exemplaires
- 4 000** entreprises distribuées

Chaque symbole **P** indique l'emplacement d'un présentoir