



Holiday Inn
Trident | Mulhouse

**VOS ÉVÉNEMENTS
SUR MESURE**

Business | Particuliers

commercial@holidayinn-mulhouse.com

03 89 60 44 44

holidayinn-mulhouse.com

Le Périscopie

Le média des entreprises locales le-periscope.info

EDITO

Révolution silencieuse

L'exercice de la démocratie participative a quelque chose d'anxiogène. Même si tout le monde s'accorde à dire que politique et entreprise ne font jamais bon ménage et qu'il faut les séparer, les liens sont souvent tellement étroits que c'est impossible. Et justement nous voilà dans un nouvel exercice de démocratie participative avec les élections municipales qui vont changer (ou non) la donne.

Les conseils municipaux seront renouvelés et, par voie de conséquence, la gouvernance des communautés d'agglomérations et par extension également les représentativités au sein des organismes consulaires... bref de quoi changer les habitudes, les relations et les contacts. Pourtant il ne faut pas oublier que l'entreprise est le socle d'une économie, un passage incontournable pour créer de la richesse, de l'emploi. Sans entreprise pas d'avenir, sans entreprise, pas de politique... alors la révolution dans les urnes se fera silencieuse. Les vrais acteurs de l'évolution seront toujours là, aux commandes...

Dans ce numéro vous pourrez découvrir un échantillon de la richesse de ces chefs d'entreprise, de ces femmes et de ces hommes qui silencieusement font l'avenir de demain en dehors de toute considération politique...

Pierre Alain

SOMMAIRE

- 2 Im'serson / Octogone
- 3 Orange Bleu / ACB COM
- 4 Audition Gutleben / Hydro Are
- 5 Déco Design
- 6 Mitwill Textiles Europe
- 7 Actualités
- 8 Hubshare
- 9 Portrait : Philippe Lebran
- 10 Night Prestation / Decryptis
- 12 La Boutique J2B / Mazawood
- 13 Thierry Gomot / CCI
- 14 Un Petit Truc en Plus
- 15 Ferme Zum Burahisla / Le Verger de Mathilde
- 16 Pérès Immo

Dossier

Objet de communication ou communication par l'objet... telle est la question. Dans notre dossier nous nous sommes intéressés aux acteurs qui se sont développés autour de cette communication aussi vieille que les entreprises et indissociable de ces dernières. Il est loin le temps du calendrier et du stylo au logo de la boîte. Aujourd'hui cette communication se veut étonnante voire innovante. Un chiffre d'après une enquête de l'institut Ginger sur "Les Français et l'objet publicitaire", 81 % des Français conservent les objets publicitaires qu'ils reçoivent puis les utilisent, 15 % les conservent puis les oublient, 20 % les donnent à leurs enfants ou à une tierce personne et 1 % les jettent directement.

Lorrach Objets de Communication, la vente plaisir

Fondée en 1962, Lorrach a commencé par la vente de bouteilles et verres destinés essentiellement aux brasseries et distilleries alsaciennes avant de prendre le virage "objets publicitaires". Une entreprise qui a su gagner la confiance de plus de 120 clients, dont certains depuis plus de 30 ans.

C'est un agent commercial, André Lorrach, qui est à l'origine de Lorrach Objets de Communication. Ses principaux clients étaient alors les brasseries et distilleries alsaciennes. La demande a évolué vers les cendriers en verre et les stylos. C'est ainsi qu'a démarré la partie objets publicitaires. L'entreprise a été reprise par Sophie Grunenberger le 1^{er} janvier 2018. Elle était entrée dans l'entreprise en tant que représentante en 1981. Elles sont aujourd'hui trois. Annick Allemann, assistante commerciale - entrée dans la société en 1989 - ainsi que Mélanie - en alternance avec un BTS négociation et digitalisation des relations clients - travaillent à ses côtés.

« Les produits bios, recyclés ou recyclables ont le vent en poupe »

L'entreprise s'est développée sur le secteur Grand Est. Ses principaux clients sont les groupes bancaires, les entreprises commerciales, les industries, les sociétés de service, aussi bien que les administrations. Bonbons, stylos, clés USB, tee-shirts, polos, vestes, etc., mais aussi hauts parleurs bluetooth, batteries de secours, lunch box, mugs, totebags font aujourd'hui partie de leurs meilleures ventes. « Au printemps 2019, nous avons lancé une opération boules de pétanque pour une industrie, qui a très bien fonctionné. Les demandes vont du stylo à 40 centimes aux produits à plus de 150 € ». Depuis quelques temps maintenant, l'objet publicitaire a pris un virage plus "écologique". « Les sociétés offrent moins de cadeaux de fin d'année aujourd'hui. L'objet publicitaire a augmenté en



De gauche à droite : Annick Allemann, assistante commerciale - entrée dans la société en 1989 - Sophie Grunenberger, gérante depuis le 1er janvier 2018 et auparavant représentante, et Mélanie - en alternance avec un BTS négociation et digitalisation des relations clients.

valeur mais il sert toute l'année, fait remarquer Sophie Grunenberger. L'écologie est de plus en plus importante aux yeux des clients. Les produits bios, recyclés ou recyclables ont le vent en poupe, y compris les produits de fabrication française ou européenne ».

Distributeur exclusif

Lorrach Objets de Communication représente le Groupe Seb Business dans ce secteur. Un groupe qui distribue les marques Seb, Calor, Tefal, Rowenta, Moulinex, Krups... Les produits fournis par la société mulhousienne sont distribués dans le cadre d'opérations de promotions, de fidélisations ou de parrainages. « Nous avons livré jusqu'à près de 1 000 pièces par mois dans le cadre d'une opération de parrainage avec des machines à café Krups/Nespresso pour un groupe bancaire ». Lorrach est également agent commercial pour le plus gros fabricant européen d'agendas et de calendriers.

« Une parenthèse ludique dans la journée de nos clients »

La force de cette entreprise reste le professionnalisme, le sérieux et le service. « Ce

n'est pas la peine d'offrir un couteau lorsque le bénéficiaire du cadeau va prendre l'avion », souligne Sophie Grunenberger. Un atout qu'internet ne parvient pas à concurrencer. « Nous guidons nos clients sur l'utilisation, la cible. La vente des objets publicitaires c'est du plaisir dans les deux sens. Une parenthèse ludique dans la journée de nos clients ».

Une nouvelle gamme depuis quelques mois

Depuis quelques mois, la société a choisi d'élargir sa gamme. Elle représente désormais deux sociétés dans le domaine de la PLV sur la région Grand Est : un distributeur d'écrans dynamiques et un fabricant de meubles/displays en MDF. De nombreuses opérations de promotions sont déjà en projet pour l'année 2020.

Emilie Jafrate

Lorrach Objets de Communication

25 rue Victor Schoelcher, Mulhouse

03 89 32 20 28

lorrach@lorrach.fr

www.lorrach.fr

Lorrach Objets de Communication

LCR
LES CONSTRUCTEURS REUNIS
LCR MULHOUSE 03 89 42 89 74

PROMOTEUR - CONSTRUCTEUR - CONTRACTANT GÉNÉRAL
La construction clé en main en immobilier d'entreprises

Plateformes logistiques / Transport / Messagerie, Immeubles tertiaires, Villages d'entreprises, Sites industriels (yc agro-alimentaire), Locaux d'activités, Pôles médicaux, Hôtels & réhabilitations...

Pour tous vos projets de 300 à 50 000 m²

Retrouvez nous aussi : à Lille, Metz, Nancy (a déménagé au 96 Boulevard d'Austrasie à NANCY), Strasbourg (Siège), Dijon, Besançon (a déménagé au 9 Avenue des Montboucons à BESANÇON), Lyon & Annecy

Im'serson, la communication visuelle solidaire

Aucune matière ne leur résiste... Installée à Wittenheim, Im'serson dispose sur place de la palette complète de la communication. Autre particularité, l'entreprise a pour vocation, l'insertion de ses salariés.



Passé en SCOP depuis 2018, Im'serson compte 12 permanents et 15 personnes en insertion

10% du chiffre d'affaires pour l'objet publicitaire et le textile

Ici, l'objet publicitaire et le textile représentent 10% du chiffre d'affaires d'Im'serson. Si l'objet publicitaire a toujours existé, il n'a été redéveloppé qu'à partir de 2016, pour répondre aux demandes des clients. « Nous avons de nombreuses demandes pour les mariages, par exemple. Cela devient tendance d'offrir un cadeau personnalisé, glisse Franck Roth, gérant d'Im'serson. L'objet publicitaire représente une faible part de notre activité, mais il représente une porte d'entrée ou un complément à nos autres produits ». Mugs isothermes, éco-cups sont à la mode. Tout comme le fameux stylo. « Même les nôtres, à l'entrée, font fureur, s'amuse le gérant. C'est l'objet pub le moins cher, aussi. Et le besoin est constant, sur les salons par exemple ». Im'serson se plaît aussi à détourner les objets. « Nous avons réalisé des cartes de vœux façon post-it. On aime s'amuser et proposer de l'utile ! ».

Quatre extensions entre 1992 et 2014

Im'serson est un chantier d'insertion. L'aventure débute en 1992 pour aider les jeunes en recherche d'emploi. L'imprimerie, la sonorisation et le service étaient les premières activités de l'entreprise. La structure a grandi au fil des années. Elle a connu quatre extensions. La construction du bâtiment à Wittenheim date de 1992. Le premier agrandissement arrive en 1996. Les années 2000 marquent la tranche trois et Im'serson repousse les murs une dernière fois en 2014, pour arriver à une surface totale de travail de 1 300 m².

De l'association à la SCOP

Sous statut associatif jusqu'en 2018, Im'serson est passé en SCOP. « Nous étions 12 permanents et nous sommes tous devenus associés de cette structure, souligne Franck Roth. Nous comptons aujourd'hui 15 personnes en insertion. Leurs parcours sont divers. Nous avons des jeunes à qui nous offrons une première expérience, des personnes proches de la retraite, des salariés souffrant d'une addiction ou ayant purgé une peine tout comme des personnes rencontrant des soucis de santé... L'humain est important,

chez nous. Nous sommes de plus en plus appelés pour du publipostage, par exemple. Le pliage, les agrafes et les finitions du papier, se font à la main. Nous avons beaucoup de manutention ! ». Le recrutement, lui, se fait tous les trois mois, avec les fins de contrats d'insertion.

Un investissement important tous les cinq ans

Le chiffre d'affaires d'Im'serson s'élève à 1 250 000 euros pour l'année 2019. Une année 2019 qui aura aussi été une année riche en investissements. 250 000 euros ont été consacrés à l'arrivée d'une imprimante offset pour l'impression papier, en octobre dernier. Une autre machine est entrée dans le parc matériel de l'entreprise : une machine à graver. « Nous avons racheté cette machine mais également le portefeuille client d'une entreprise qui a fermé ses portes. Avec la gravure, nous étoffons notre gamme, explique Franck Roth. Im'serson réalise un investissement important tous les cinq ans ». Au delà de l'impression tous supports et tous formats, d'une activité de découpe développée depuis 2008, de l'équipe de pose, et de la gravure, l'entreprise dispose également d'un atelier textile avec de la sérigraphie à l'ancienne.

« 90% de nos produits sont réalisés en interne »

Avec le passage en SCOP, l'entreprise est en train de revoir toute son organisation. « La SCOP, c'est une réorganisation du travail mais aussi une autre implication des salariés », souligne Franck Roth. La force de cette entreprise, c'est sa réactivité. « Nous maîtrisons les délais. 90% de nos produits sont réalisés en interne. Nous faisons du sur-mesure et surtout, nous assurons le conseil et le suivi. Nous faisons ce que ne propose pas Internet ». Et c'est avec cette philosophie qu'Im'serson souhaite poursuivre son développement.

Emilie Jafrate

Im'serson
5 rue du Ried, Wittenheim
03 89 53 20 70
contact@imserson.org
f Im'serson

Octogone, la force de la spécialisation

La spécialité première d'Octogone a été la protection de claviers. La société a ensuite été reconnue pour ses tapis de souris. Entreprise franco-allemande à sa création, Damien Akono en reprend la succursale française en 2019.

Le tapis de souris toujours d'actualité

Les tapis de souris ont toujours le vent en poupe. Ils constituent près de 50% de l'activité d'Octogone. Jusqu'en 2014, elle était encore de 70 à 80%, rien qu'avec ce produit. « Certaines commandes atteignaient jusqu'à 50 000 pièces ! souligne Damien Akono, le gérant de la succursale française. Aujourd'hui, les grandes commandes n'atteignent plus que 20 000 unités. La majorité d'entre elles vont de 50 à 1 000, voire 10 000 tapis ». La production s'est certes ralentie mais elle existe toujours grâce à son innovation et sa technique de plus en plus poussée. Il y a eu le tapis de souris en microfibre, ou encore un modèle à venir, 100% recyclable. « Nous existons parce que nous nous sommes spécialisés dans un produit », souligne encore Damien Akono. La fabrication est réalisée dans les ateliers de la succursale allemande, à Auggen. Un produit 100% européen.

Des objets pensés et créés par Octogone

Si le tapis de souris reste le produit d'appel de l'entreprise, Octogone s'est diversifié depuis. Parmi les objets les plus demandés en 2019, les accessoires de téléphone (16,36%), les powerbanks et câbles (13,37%) et les clés USB (7,50%). L'entreprise crée même ses propres objets, comme son USB-plug personnalisable. « Les entreprises ont toujours des besoins en cadeaux d'affaires en interne, et pour ses clients. C'est vrai qu'on a l'impression de faire la même chose d'année en année, mais le secteur ne s'épuise pas. Ce qu'il faut, c'est toujours amener de la nouveauté ».

Une clientèle de 2 500 revendeurs

Octogone est un fournisseur/importateur. Particularité... L'entreprise ne travaille pas avec le client final. Ses clients, au nombre de 2 500, sont des revendeurs français. Le chiffre d'affaires d'Octogone tourne autour de 1,2 millions d'euros. « Nous sommes petits, sur le marché, souligne Damien Akono. En France, le plus gros chiffre d'affaires du secteur est de 20 millions d'euros. En



Damien Akono a repris la succursale française d'Octogone en 2019

Allemagne, ce chiffre d'affaires là est réalisé par une petite entreprise. Chez nous, en France, il y a plein de choses à faire ». Le marché est particulier, le métier aussi. Damien Akono souhaiterait d'ailleurs embaucher un nouveau commercial, pour compléter son équipe de cinq personnes. « Aujourd'hui, nous devons être présents chez nos clients, sinon, ils nous oublient ! Mais le métier de l'objet publicitaire est un métier très spécifique. Il n'existe pas encore de formations. Ou nous débauchons, ou nous devons passer trois mois au minimum pour former la personne... ».

Mars 2019, naissance d'Octogone Togo

En mars dernier, Octogone s'est implantée sur le marché africain avec l'ouverture d'une succursale à Lomé. « Ils ont de gros besoins en textile, souligne Damien Akono. La demande est tout autre par rapport au marché français et nous avons conçu un catalogue bien spécifique. Notre objectif est de devenir le plus gros fournisseur du pays et cela passe par la qualité et les certificats des normes européennes ». La société dispose d'ailleurs d'un bureau de contrôle de qualité en Chine, depuis 2007.

Emilie Jafrate

Octogone
40 rue Jean Monnet, Mulhouse
03 89 31 02 60
www.octogone.fr
f Octogone France



Damien Akono et son équipe basée à Mulhouse

EXTRA STOCKAGE

Location de Box et Garde Meubles

Gardiennage 24H/24H, alarmes individuelles

Espaces chauffés, sécurisés, ventilés

Code d'accès individuel

5 accès de déchargement couverts et chauffés

Diablos, chariots, transpalettes en libre-service

Location au mois ou à l'année

03 89 311 811 extrastockage.com

9 Avenue d'Italie - 68110 Illzach

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

Orange Bleu, créateur de visuels dans le Sundgau

Issu d'une famille de photographes, Jean-Claude Schuffenecker est tombé dans l'image quand il était petit. Avec l'arrivée du numérique, il fait évoluer ce créneau et fonde Orange Bleu en 1997. Aujourd'hui, le gérant relooke des logos, marque des véhicules, réalise des objets publicitaires et personnalise les textiles...

Le déclin du numérique

A travers son grand-père et son père, Jean-Claude Schuffenecker a connu l'évolution de la photographie. De celles, travaillées sur plaques de verres, aux pellicules... Lui-même a œuvré dans le studio familial, le Studio Jean-Marc, installé à Altkirch. C'était alors l'âge d'or de la photographie. Près de 300 films étaient développés chaque jour. « Et puis l'image numérique est arrivée début des années 90 », se souvient Jean-Claude Schuffenecker. C'est cette ère du numérique qui le pousse à fonder Orange Bleu. « Le bleu pour la réflexion, l'orange pour la création », souligne-t-il.

Au départ, la photo...

Jean-Claude Schuffenecker débute dans la maison de ses parents. Il commence par de la retouche photo, de la mise en couleur à partir d'images en noir et blanc. La PAO - publication assistée par ordinateur - lui permet d'élargir son activité. En 2010, le fondateur d'Orange Bleu s'installe dans son local actuel. Il dispose aujourd'hui de près de 100 m². Il s'est également entouré d'un salarié, Julien Pfeiffer et d'un apprenti, Théo Martinho.

1 000 clients

Implanté sur le secteur du Sundgau, Orange Bleu dispose aujourd'hui d'un millier de clients. « Je touche tous les secteurs d'activités, souligne le fondateur. Nous travaillons beaucoup avec la ville d'Altkirch, les associations sportives, comme l'US Altkirch pour les maillots et les tenues ».

La force du réseau

La majeure partie de son activité reste le relooking de logos, le papier (flyers, brochures, cartes de visites), ou encore le marquage de véhicules. Son truc, c'est la création de visuels avec lesquels il lui arrive également d'habiller les objets publicitaires, de la clé USB, à l'éco-cup ou encore au porte clés, en passant par le stylo. « Le plus populaire reste d'ailleurs le stylo, glisse Jean-Claude Schuffenecker. Mais ce genre d'opération



Jean-Claude Schuffenecker, fondateur d'Orange Bleu

est ponctuel». Côté projets, Jean-Claude Schuffenecker collabore actuellement avec une bijouterie haut de gamme pour laquelle il a réalisé le catalogue de sa nouvelle collection. « Ils veulent un meuble pour présenter leur gamme, explique-t-il. J'ai créé un prototype pour le leur proposer. Ma force, c'est aussi le réseau. Il est en place depuis plus de 20 ans ! Je dis toujours oui, et je me débrouille pour faire le produit ».

Un parc matériel régulièrement renouvelé

Son chiffre d'affaires avait atteint 20 000 euros lors du premier exercice. Il est actuellement de 220 000 euros. En veille sur l'évolution du matériel, Jean-Claude Schuffenecker investit chaque année entre 15 et 20 000 euros dans son parc matériel. « Je dispose aujourd'hui d'une imprimante grand format qui me permet d'imprimer sur tous supports, dont les supports autocollants, les bâches, les tapisseries, le micro perforé. J'ai également une machine à lamination pour protéger les surfaces qui restent en extérieur, des UV par exemple. Elle me sert aussi pour les sols de handball. Le support tient désormais un an, il n'y a plus besoin de le décoller après le match pour le remplacer sur le suivant. Cette machine-là me permet de faire tenir mes produits dans le temps ».

Emilie Jafrate

Orange Bleu
9 rue de la Croix Rouge, Aspach
06 22 45 88 26
com@orangebleu.fr
www.orangebleu.fr



Julien Pfeiffer, le salarié d'Orange Bleu

Théo Martinho, en apprentissage

Les nouvelles ambitions d'ACB COM

Christian Augustin, le fondateur d'ACB COM passe la main, tout en assurant la transition. C'est Léo Arnold, 24 ans, qui est désormais aux manettes de cette entreprise de communication par l'objet, née en 1993.



A gauche Léo Arnold, 24 ans et à droite, Christian Augustin, le fondateur d'ACB COM.

Léo Arnold prend la main

Elle a passé le quart de siècle en 2018. Novembre 2019, c'est un nouvel événement qui vient changer la vie de cette société d'objets publicitaires. Léo Arnold prend la succession de son fondateur, Christian Augustin. « Mon idée est de développer la société sur d'autres régions, par des embauches. Je vais commencer par un premier assistant commercial dans les six, huit mois à venir, souligne le jeune reprenneur, avant d'étoffer mon équipe avec d'autres commerciaux pour couvrir de nouveaux secteurs. L'objectif est de monter une équipe de 10 personnes dans les cinq ans à venir ». Au rang des autres nouveautés, l'arrivée d'un nouveau site internet avec un meilleur référencement. ACB COM a également changé de locaux, il y a quelques mois. D'un simple bureau, l'entreprise est désormais installée dans 50 m² de locaux avec un showroom à disposition.

Une croissance record en 2018

ACB COM, c'est aujourd'hui, 300 000 euros de chiffres d'affaires avec une croissance régulière de 10% à 15% par an. En 2018, pour ses 25 ans, la société a affiché une croissance exceptionnelle. Une croissance qui a atteint les 30%. L'entreprise s'est spécialisée dans quatre grands domaines liés à la publicité. Les goodies représentent 50% de son activité. Les autres 50% sont partagés entre les vêtements personnalisés et les vêtements de travail - sur mesure -, ainsi que les accessoires de sécurité. ACB COM est notamment connu pour les baudriers réfléchissants jaunes, distribués aux scolaires. « En 20 ans, j'ai équipé près de 90 000 enfants, souligne Christian Augustin. J'ai également été sollicité par la Sécurité routière du Luxembourg. Je leur ai fourni 5 000 gilets de sécurité ».

Près de 200 clients par an

Entreprises privées, collectivités, associations, syndicats... L'entreprise rixheimoise compte près

de 200 clients par an. Des clients répartis sur le Haut-Rhin, la Franche Comté et l'Auvergne, dans le secteur de Vichy. L'entreprise alsacienne a également réalisé des cadeaux d'affaires de luxe pour de grands groupes. Et puis il y a les classiques... Les stylos et mugs restent les plus populaires. Le porte-clé et la clé USB sont toujours en vogue, tout comme les bouteilles d'eau personnalisées. « Les entreprises, aujourd'hui, cherchent l'utile. Il n'y a pas de budget moyen. Une commande peut aller de 400 à 90 000 euros... », souligne Christian Augustin.

« Avec Internet, les clients ont peur du résultat, ils n'ont pas le produit sous les yeux »

Ce dont raffole cette société, c'est "les moutons à cinq pattes". « Les demandes de nos clients sont personnalisées à 100%, souligne Christian Augustin. C'est comme un jeu, chaque fois qu'un client vient, c'est un défi. Nous avons eu un client, par exemple, qui voit une clé USB en forme de camion mais pas n'importe quel camion ! Le sien ». Une société qui ne souffre pas de la concurrence d'Internet. « Avec Internet, les clients ont peur du résultat, ils n'ont pas le produit sous les yeux. Notre métier demande de la créativité et nous répondons toujours à un besoin ». La créativité ne semble pas manquer à ACB COM. Un rien se transforme en inspiration. Un passage dans une boutique de l'île d'Oléron et Christian Augustin propose une charentaise XL remplie d'un assortiment de savonnets.

Emilie Jafrate

ACB COM
16 rue de Pologne, Rixheim
06 49 58 25 58
www.acbcom.com

Exportez, développez vos activités à l'international

- maximisez vos résultats commerciaux
- mutualisez et maîtrisez les coûts
- libérez vous des freins :
- langues, codes, culture, ...
- optez pour un service à haute valeur ajoutée

relayer vous donne une dimension internationale

☎ [33] 638 83 49 04 - info@relayer.fr - **relayer.fr**

avantaction

Révélez le potentiel de vos équipes !

Construisons ensemble la culture et la performance de votre entreprise.

Nous vous accompagnons :

- dans l'amélioration de votre leadership
- dans la fluidification de vos relations
- dans l'acceptation du changement
- dans l'optimisation de votre productivité.

☎ 06 38 83 49 04 - info@avant-action.fr - **avant-action.fr**

Audition Gutleben, l'indépendant de l'audition

La famille Gutleben est surtout connue pour son expertise en optique. Jehan, lui, a choisi de reprendre la partie audition. Une partie qu'il a développée. Audition Gutleben, c'est aujourd'hui quatre centres d'audition dont le dernier né, installé à Brunstatt-Didenheim depuis cinq ans.



Jehan Gutleben, gérant des centres d'audition de Mulhouse-Didenheim, Masevaux, Thann et Cernay.

Jehan Gutleben entre dans l'entreprise familiale en 2002, en tant qu'employé, aux côtés de son père, François. Audioprothésiste de formation, il reprend la partie audition de l'entreprise familiale. Il recrute une deuxième audioprothésiste, Amandine Py. Installé au centre ville de Cernay depuis plus de 20 ans, l'Audition Gutleben dispose également d'un centre d'audition à Masevaux depuis près de 20 ans et à Thann. La dernière agence s'est installée à Mulhouse-Didenheim il y a cinq ans.

Le marché de l'audioprothèse, un marché en progression

Une société dont le chiffre d'affaires progresse petit à petit, jusqu'à afficher aujourd'hui 600 000 euros. « Le marché de l'audioprothèse est globalement en progression, souligne Jehan Gutleben. Il y a de plus en plus de malentendants. Côté formation, le nombre de diplômés a augmenté. Il y a quelques années, 100 personnes sortaient par an des cinq écoles en France, aujourd'hui, ce sont 300 diplômés qui sortent sur un total de neuf écoles en France ». La force de cette enseigne reste son indépendance, à l'heure où de nombreux concurrents se font racheter par des franchises nationales. « Nous sommes dans une démarche d'amélioration et de remise en question permanente, nous avons cette culture de qualité », souligne Jehan Gutleben. L'enseigne dispose du label qualité Diapason depuis 11 ans. Il y a deux ans, elle a également décroché la certification ISO 9001.

Un dispositif d'entraînement auditif unique, dans le Haut-Rhin

L'entreprise investit régulièrement pour renouveler son matériel. L'installation d'un

centre d'audition demande un investissement de 20 à 30 000 euros de matériel de travail. L'amortissement se fait en 10 ans environ. Particularité : Audition Gutleben est la seule enseigne, dans le Haut-Rhin, à proposer un dispositif d'entraînement auditif. Coût de l'investissement : 6 000 €. En France, il n'existe que 80 fauteuils. « C'est un service que nous offrons à nos patients, en complément aux résultats que nous voulons leur donner, explique Jehan Gutleben. 10 à 15 patients s'en servent chaque semaine. Ce sont des entraînements de 20 à 25 minutes ». Des investissements ont également été réalisés à hauteur de 20 000 € dans le réaménagement de l'accueil à Cernay.

10% de l'activité dédiée au monde professionnel et à la réalisation de protections auditives

Si la cible principale reste le particulier, Audition Gutleben intervient également auprès des entreprises. Elle réalise depuis 15 ans, les empreintes de bouchons antibruit pour les salariés de Peugeot/Mulhouse. « Ils sont réalisés sur mesure. Des bouchons dédiés à l'entreprise n'ont pas les mêmes objectifs que des bouchons pour les musiciens. Dans un cas, il faut atténuer le son, dans l'autre, l'atténuation ne doit pas déformer le son ». Le monde de l'entreprise et ses demandes en protections auditives représentent 10% de son activité.

Emilie Jafrate

Audition Gutleben

4 rue du 25 Novembre, Didenheim
www.audition-gutleben.fr
f Audition Gutleben

Hydro Area adapte sa stratégie face à l'hyper concurrence d'internet

Installé à Lutterbach en 2014, Hydro Area (anciennement IndoorGardens) propose hydroponie, aquaponie et culture d'intérieur. Un marché en turbulences qui souffre de l'hyper-concurrence d'Internet.



Arthur Dubois s'est installé à Lutterbach en 2014, avec Hydro Area, une boutique spécialisée dans la culture intérieure

L'aventure Hydro Area démarre en 2009. Arthur Dubois arrête ses études de commerce et monte son propre projet, celui d'installer un magasin de vente et de conseil concernant la culture d'intérieur. « En fait je n'aimais pas la manière dont on enseignait le commerce, souligne-t-il. J'ai cherché pendant six mois ce que je voulais faire. A l'époque, avec mon colocataire, Paul Bleuchot, nous avions des cultures en intérieur, sur Belfort mais il n'y avait aucun magasin où trouver les produits ». Le projet se développe très rapidement. La première boutique fonctionne très rapidement. Deux ans plus tard, en 2011, Arthur Dubois et son associé ouvrent un magasin à Besançon. En 2014, ils ouvrent simultanément à Dijon et Lutterbach.

L'implosion du marché français

Seulement, face à l'hyper-concurrence d'Internet, le marché français implose une année plus tard. Hydro Area perd l'un de ses principaux fournisseurs et se voit contraint de fermer son magasin de Dijon, fin 2018. « L'activité était en berne face à cette surconcurrence, souligne Arthur Dubois. Et puis nous nous étions trop éparpillés ». Hydro Area, c'est aujourd'hui trois boutiques, trois vendeurs et un chiffre d'affaires de 500 000 euros. « Pendant les cinq premières années, nous enregistrons une croissance à deux chiffres ! », souligne encore le co-gérant. Hydro Area propose 1 500 à 2 000 références en magasin et 4 000 supplémentaires en catalogue.

Campagne de "recentrage"

Pour faire face à ce marché en turbulences, Arthur Dubois et son associé entament une campagne de "recentrage". « Nous retravaillons l'identité visuelle de notre entreprise, explique-t-il. Avec ce slogan : le shop le moins cher de France. Le but du jeu est de marquer les esprits, que les

gens n'aient plus ce réflexe d'aller sur Internet mais de nous retrouver, nous, sachant que l'on est moins cher et que l'on propose le conseil en plus ». La digitalisation est un outil sur lequel Arthur Dubois compte également s'appuyer. « L'idée est de créer notre shop internet que l'on découpera en plusieurs propositions, comme ce qui se fait déjà dans les grands enseignes de bricolage. Nous pourrions récupérer 25 à 30% de clientèle boutique rien que par ce process ». Le budget consacré à cette métamorphose devrait atteindre les 10 000 euros.

En entreprise, des chantiers techniques et complexes

Sa clientèle est composée de particuliers. Des personnes qui cultivent en intérieur, sur des balcons ou dans des espaces semi-urbains. Hydro Area travaille plus ponctuellement pour des entreprises. Pendant quelques années, elle s'est chargée de l'entretien des 120 m² de murs végétaux chez General Electric à Belfort. « Ce sont des chantiers souvent techniques et complexes, souligne Arthur Dubois. Il faut répondre à de nombreuses problématiques, de locaux trop chauffés, mal exposés, pas ventilés... Nous sommes même allés jusqu'à abattre un palmier en plein hall, un samedi ! » Arthur Dubois nourrit aujourd'hui de nombreuses idées pour dynamiser ses boutiques et faire connaître ses produits innovants.

Emilie Jafrate

Hydro Area

Cité de l'Habitat, Lutterbach
09 83 61 00 30
hydro-area.fr
f Hydro Area Mulhouse-IndoorGardens



Cabinet Mauduit & Pontabry

- Assurances Dommages
- Santé et prévoyance
- Retraite
- Assurance de prêt
- Epargne salariale...

Pour répondre à tous les besoins de votre entreprise, contactez-nous !

AGENCE DE MULHOUSE
65 rue Jean Monnet • 03 89 45 23 53
mulhouse-dornach@gan.fr

AGENCE DE SAINT-LOUIS
12 Croisée des Lys • 03 89 89 84 50
saint-louis-aeroport@gan.fr

DEPUIS PLUS DE 55 ANS, LES ASSOCIATIONS SINCLAIR FACILITENT L'INCLUSION SOCIALE ET PROFESSIONNELLE DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

FAITES APPEL À NOS SERVICES !

- Propreté
- 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

Coup de neuf sur Déco Design, à Brunstatt-Didenheim

Fondée en 2012, la société Déco Design a été reprise en novembre dernier par Benjamin Naegelin et Nicolas Kwindzinski. Si l'entreprise se porte bien, les deux gérants ont de nombreux challenges à relever.

Il y a quelques mois, Benjamin Naegelin et Nicolas Kwindzinski se sont lancés dans la reprise d'entreprise. « Pour moi, c'était un rêve de gamin, glisse Benjamin Naegelin. Déco Design nous offre de beaux challenges à relever, des projets à mener. Ce que nous voulons, c'est offrir une solution différente aux clients, pour faire la différence aussi face aux grandes enseignes. Nous voulons devenir des designers d'intérieur, par notre offre salle de bains, de sa conception à son implantation ».

Près de 400 références

A la reprise, Déco Design affichait 1 million d'euros de chiffre d'affaires. 80% de sa clientèle est composée d'apporteurs d'affaires, les 20% restants se font en direct, avec les particuliers. Les deux repreneurs ont conservé Henri Remetter, l'unique employé de la société, vingt ans de métier à son actif. « Le premier investissement a été injecté dans la rénovation du showroom et l'optimisation du stock, explique Benjamin Naegelin. Il y avait un véritable travail de fond à réaliser sur les produits présentés ». Près de 400 références sont exposées dans leurs locaux de Brunstatt-Didenheim. « Notre force

reste le carreau de carrelage. Nous disposons de tous les formats, explique Benjamin Naegelin. Nous restons en plus très compétitifs en terme de prix parce que nous n'avons quasiment aucun intermédiaire avec nos fournisseurs. Nos produits viennent d'Allemagne, d'Espagne et d'Italie ».

Nouvelle identité visuelle, nouvelle stratégie économique

Après la création d'un nouveau logo, d'une nouvelle identité visuelle aussi... C'est une nouvelle stratégie économique que les deux repreneurs ont envie d'insuffler à leur entreprise. Un virage digital d'abord. « Il faut refaire notre parc informatique, tout numériser, pour pouvoir tout faire depuis son smartphone, explique encore Benjamin Naegelin. Mais aussi développer notre image et visibilité sur le web. Côté services, la pose ne fera plus partie de nos prestations, exceptée celle de nos salles de bains. Un secteur sur lequel nous souhaitons nous recentrer. Nous continuerons en revanche à fournir nos produits de décoration d'intérieur. En sortant la pose, forcément, notre chiffre d'affaire va baisser, mais à terme, ce sera moins



Benjamin Naegelin et Nicolas Kwindzinski, repreneurs et co-gérants de Déco Design depuis novembre 2019

d'agents dehors, moins de facturation et plus de productivité. Nous visons ensuite une croissance de notre chiffre d'affaires de 10% ».

« Développer le volet B2B »

Déco Design œuvre aujourd'hui principalement sur le bassin mulhousien. Il lui arrive de pousser

jusque dans le territoire de Belfort, comme sur Colmar. « Nos clients sont principalement des partenaires d'affaires, ce sont des maîtres d'œuvres et des architectes. Nous travaillons pour développer le volet B2B, notamment chez les constructeurs », souligne Benjamin Naegelin. Déco Design dispose d'un showroom qui tend à évoluer régulièrement, selon les nouvelles tendances. Un showroom ouvert aussi aux particuliers, sur rendez-vous. Les nouveaux patrons de Déco Design préparent d'ailleurs l'inauguration de leur nouveau showroom d'ici la fin du premier trimestre 2020.

Emilie Jafrate



Déco Design dispose d'un showroom de 450 m², que les repreneurs relookent pour une inauguration prévue au printemps 2020



La force de déco Design reste son panel de carrelages. Ici un exemple de carrelage moderne



Les deux repreneurs de Déco Design se recentrent sur la conception de salles de bains

Déco Design

9 avenue de Bruxelles, Brunstatt-Didenheim
06 19 80 62 69 / 03 89 31 81 34
www.deco-design.pro
f decodeign.pro/

» ÊTRE PLUS PROCHE POUR MIEUX VOUS PROTÉGER, VOUS ET VOS SALARIÉS

ENCORE UNE PREUVE
DU POUVOIR DU COLLECTIF.

PREUVE
18



MUTUALITÉ
MEMBRE DE LA FRANÇAISE

Avec Harmonie Mutuelle, vous pouvez contacter à tout moment l'un de nos 300 experts et 380 intervenants, pour vous aider à maîtriser les restes à charge et à réaliser diagnostics et plan d'actions sur mesure.

Découvrez nos solutions sur [harmonie-mutuelle.fr](https://www.harmonie-mutuelle.fr).

☎ 0 980 980 155 appel non surtaxé


**Harmonie
mutuelle**
GROUPE vyv
AVANÇONS collectif

Mutuelle soumise aux dispositions du livre II du code de la mutualité, n° SIREN 538 518 473, n° LEI 969500JLU5ZH89G4TD57. Crédit photo: Getty Images. DirCom - 01/20

Mitwill Textiles Europe, l'imprimeur textile digital à Sausheim

Fondé en 2013, Mitwill Textiles Europe réalise des tissus et des imprimés. Sa particularité est d'avoir pris, dès le départ, une orientation digitale. L'innovation fait partie de son ADN.

Récente dans le paysage entrepreneurial, Mitwill Textiles Europe n'en reste pas moins basée sur une longue expérience. Celle d'Hervé François, 30 ans d'entreprise textile à son actif. C'est par goût du challenge, d'ailleurs, qu'il choisit de créer Mitwill Textiles Europe. « Il avait envie de faire les choses différemment de ce qu'il avait connu jusque-là », souligne Cora François, co-gérante de l'entreprise. La différence, Mitwill la fait grâce à ses outils digitaux. « Nous disposons d'un outil Open Source sur lequel sont gérées toutes nos commandes, la production, les échantillonnages. Chacune des étiquettes de nos tissus ont leur flash code. Le client, depuis son mobile, dispose ainsi de toutes les informations nécessaires, explique Cora François. Ces outils digitaux sont également très importants dans la coordination et le processus de nos collections ».

31 000 dessins et 200 tissus en six ans d'existence

Mitwill Textiles Europe réalise des collections d'imprimés textiles. 31 000 dessins et 200 tissus ont été créés en l'espace de six années d'existence seulement. La majeure partie de

sa clientèle reste les entreprises de la mode. « Nous nous adressons aux marques, aux confectionneurs ou aux bureaux de style », explique Cora François. Des clients pour lesquels l'entreprise alsacienne réalise des imprimés sur mesure, en co-création. La force de Mitwill Textiles Europe reste sa rapidité. « De l'idée au dessin, il ne s'écoule que deux jours, précise la co-gérante. Trois jours plus tard, il est sur tissu. De l'idée au premier modèle, cela fait une semaine ».

"Microfactory", la solution pour l'industrie 4.0

A travers printcubator.net, Mitwill s'adresse également aux créateurs et petites entreprises. « Ils choisissent leur tissu, ils envoient leur dessin, on le leur imprime et on leur renvoie un petit échantillon qualité. Au départ, nous nous adressions aux étudiants, aux jeunes labels. Un rappeur a même réalisé des chemisiers et sweat-shirts. Nous mettons également à leur disposition certains de nos dessins ». L'entreprise alsacienne a aussi développé "Microfactory", une solution pour l'industrie 4.0 qui couvre toute la chaîne de production, de la conception des modèles à



Cora François, co-gérante de l'entreprise Mitwill Textiles Europe.

leur couture, en passant par leur virtualisation, l'automatisation de la découpe et l'impression.

Un designer par marché

L'entreprise enregistre un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros. 90% sont réalisés à l'export, essentiellement en Allemagne et en Angleterre, et 10% en France. Une douzaine de personnes travaille à Sausheim. « Et notre moyenne d'âge est de 28 ans », précise encore Cora François. Une équipe jeune et internationale. « Nous avons un designer par marché, parce que chaque marché a ses spécificités », souligne-t-elle encore.

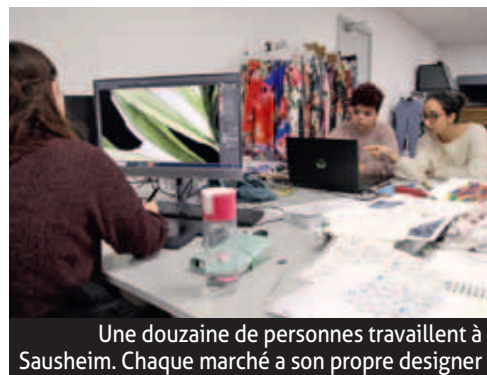
La visualisation 3D des imprimés à venir

Etre à la pointe de l'impression digitale sur textile, tel est son moteur pour son développement dans les années à venir. Parmi les prochains chantiers,

la visualisation 3D des imprimés. « Nous sommes également persuadés que l'Intelligence Artificielle nous aidera à améliorer nos dessins et à gagner encore en rapidité d'un point de vue technique ». Mitwill s'apprête à agrandir son équipe. Deux personnes sont actuellement en formation pour développer la production made in France "Premium".

Emilie Jafrate

Mitwill Textiles Europe
104 rue des Bains, Sausheim
03 89 57 82 73
mitwilltextiles.com



Une douzaine de personnes travaillent à Sausheim. Chaque marché a son propre designer



L'entreprise alsacienne réalise des imprimés sur mesure avec un délai d'une semaine

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



Agility Blotzheim

Le nouveau centre logistique All-in-One au coeur des 3 frontières.

Agility Blotzheim offre des solutions de stockage et de distribution sur mesure.

- La Suisse et l'Europe peuvent être livrées simultanément
- Directement relié à EuroAirport Basel-Mulhouse-Freiburg
- Au coeur des trois frontières avec une parfaite connexion au réseau mondial et suisse d'Agility (Ocean, Air & Road)
- agilityblotzheim.com



Agility Europort SNC
7 rue Pierre Clostermann
68730 Blotzheim, France
switzerland@agility.com

Centre de conférences de la SIM : chantier démarré

Annoncé depuis plusieurs années, le centre de conférences de la SIM (société Industrielle de Mulhouse) est désormais sur les rails avec un budget et un concept revus. Très attendu par les professionnels, idéalement placé, il apportera une valeur ajoutée certaine à son environnement professionnel du Sud-Alsace, et constitue un offre nouvelle pour tous les congressistes de France et au-delà.

Le lancement a eu lieu en présence de nombreux adhérents à la SIM et de tous les financeurs. Le centre de conférences construit par le cabinet DEA Architectes, qui s'est adapté



à des contraintes physiques et budgétaires complexes, comprendra trois espaces complémentaires mêlant nouvelle construction et espaces anciens : un hémicycle de 208 places en gradins construit dans l'enveloppe de la salle "Erasmus", les deux grandes salles existantes situées dans le bâtiment principal, et un nouvel espace "réceptif" de plus de 250 m, coursive qui assurera la liaison entre l'hémicycle et le bâtiment principal.

Fin du chantier prévue mi-2021

Le projet est estimé à 2,3 millions d'euros hors foncier mis à disposition par la SIM, dont 2 millions d'euros financés par la Région Grand Est, le Conseil Départemental du Haut-Rhin, la m2A et la CCI sous forme de subventions.

Ce lieu central de l'activité économique et culturelle du Sud-Alsace accueillera des conventions, expositions et congrès locaux ou venus d'ailleurs, en étroite relation avec les acteurs du réceptif du territoire, tels que l'Office du tourisme et des congrès, le Parc Expo et les musées de la Ville. Fin du chantier prévu pour mi-2021 selon Guillaume Delemazure.

Petit rappel : Lieu d'histoire et de créativité, la SIM poursuit son rôle de fédérateur des acteurs économiques du territoire depuis 1826. Hier, elle donnait naissance au jardin zoologique, à l'école de chimie et à de grandes entreprises du territoire. Aujourd'hui, elle impulse et soutient des projets tels que Motoco & co ou KMØ, poursuivant ainsi l'œuvre initiée par ses fondateurs.

Béatrice Fauroux



Guillaume Cridlig (suivi du projet) et Guillaume Delemazure (dirigeant de DEA Architectes)

www.sim.asso.fr
www.dea-architectes.com/fr

Courts-Circuits, 4^{ème} édition fin 2019 : de nombreux projets pour 3 élus

Ce concours de projets économiques et solidaires est organisé chaque année par m2A, la Ville de Mulhouse et la MEF Mulhouse sud-Alsace. Pour la première fois, la SIM (société industrielle de Mulhouse) via son groupe de travail ESS a décerné un prix. Trois projets ont été distingués et ont perçu 1 500 euros chacun.

Plus de 25 projets ont candidaté cette année, portés en général par des personnes plutôt jeunes, avec des activités centrées sur l'intérêt général, l'homme ou l'environnement. Le jury, composé de spécialistes de la création d'entreprise, de l'accompagnement de projets ou des entrepreneurs a évalué les projets selon la pertinence de leur objet social, mais aussi leur potentiel économique. Les trois projets symbolisent l'ouverture à l'autre et la médiation, par l'animal pour Hopendog, l'inclusion de personnes handicapées pour "Un petit Truc en plus" et l'intégration grâce au projet FLE-

Learning. Tous ces projets bénéficient d'un suivi et peuvent encore percevoir des aides, notamment de la part d'entreprise sous forme de don financier, logistique ou humain.

Hopendog

Ce projet porté par Chloé Forhoffer (21 ans !) souhaite devenir la méthode de référence nationale de l'assistance psychologique canine



via la création de lieux dédiés. Hopendog repose en gros sur l'idée de rapprocher des personnes victimes d'exclusion sociales d'animaux abandonnés, et dressés pour améliorer la qualité de vie des personnes seules.

A suivre sur Facebook

Hopendog
[Hopendog.com](https://www.facebook.com/Hopendog.com)

FLE.Learning (projet primé par la SIM)

Le projet "FLE.learning", imaginé par un réfugié syrien installé depuis 3 ans à Mulhouse, propose des cours en ligne d'apprentissage du français de manière interactive et locale pour les réfugiés. Il a pour objectif de favoriser une meilleure insertion sociale et professionnelle permettant d'accéder à des cours de FLE (français langue étrangère) en e.learning (cours en ligne) et ainsi acquérir une meilleure maîtrise de la langue française, grâce à une application qui accélère l'apprentissage. Les cours de qualité élaborés par un professeur de FLE permettent d'accéder à un niveau B1 en français.

La Passerelle des Talents
Carré des associations
100 avenue de Colmar, Mulhouse
03 69 77 76 99

lapasserelledetalents@gmail.com

Un petit truc en plus

Cette association a ouvert en septembre 2019 un restaurant inclusif au centre-ville de Mulhouse, place de la Paix. Ce restaurant "Un petit truc en plus" a une particularité : plus de 70 % de ses salariés sont porteurs de trisomie 21. Le but est d'offrir aux personnes porteuses de Trisomie 21 la possibilité de travailler en milieu ordinaire, comme un salarié classique, avec un contrat de travail et une fiche de paie chaque mois. L'objectif est de faire tomber les barrières, de créer du lien social et de replacer le handicap au cœur de la ville. En France, moins d'1% de personnes porteuses de Trisomie 21 travaillent en "milieu ordinaire". Le projet est un essaimage du CRM (Centre de Réadaptation de Mulhouse)

Le restaurant est ouvert le midi du lundi au samedi, ainsi que les jeudis et vendredis soirs.

Un petit truc en plus
3 place de la Paix, Mulhouse
09 83 07 05 80
www.unpetittrucenplus.fr

Béatrice Fauroux

**J'ADORE,
J'ADHÈRE !**

**LA CPME 68,
C'EST LA PREUVE
PAR L'ACTION !**

La CPME 68 est présente à vos côtés, vous, chefs d'entreprise, pour :

- Vous conseiller
- Vous épauler
- Développer et défendre vos intérêts en toute clarté et sans détours.

**NOUS AGISSONS POUR
LES ENTREPRISES !**

CPME 68
HAUT-RHIN
L'ACTION AU SERVICE DE L'ENTREPRISE

**VOUS ÊTES COMME NOUS,
REJOIGNEZ-NOUS !**

CPME68.FR

Hubshare, un développement en France, depuis le KMØ de Mulhouse

Hubshare, c'est une solution de partage de documents sécurisée et de travail collaboratif, à destination des professionnels. Une entreprise créée par des Londoniens et qui a choisi de continuer son développement en France, depuis le KMØ à Mulhouse.

L'histoire débute en Angleterre. Deux Londoniens, Keith et Nichols Child créent le groupe Nikec Solutions il y a 22 ans. Un groupe qui distribue une solution de plateforme collaborative. Une solution d'abord uniquement réservée aux cabinets d'avocats. « Le constat était simple. Les avocats imprimaient énormément de documents. Cette plateforme avait pour but de rentrer en contact avec leurs clients dans un espace sécurisé », explique Joan Migioia, ingénieur commercial d'Hubshare. Les fondateurs de cette solution décident d'aller plus loin dans cette interface collaborative. C'est ainsi que naît Hubshare.

Un hub personnalisable, sécurisé et collaboratif

Le principe ? Disposer d'un hub - une plateforme unique - afin de partager des discussion, stocker et échanger des documents, ainsi que gérer

l'avancement des projets. Une plateforme simple d'utilisation, personnalisable et dont le cloud sécurisé est installé en France. « C'est une solution créée avant tout pour les utilisateurs, souligne Joan Migioia. Elle n'est pas complexe. Elle demande une petite demi-heure de formation. C'est une solution également déclinable à tout type de métier: experts comptables, entreprises de BTP, centres de formations... Nous développons les connecteurs à partir du logiciel métier qui existe déjà dans l'entreprise. Il est possible de retrouver un document spécifique en moins de trois secondes! Notre data center, pour la France est installé en France et notre outil prend en compte l'aspect légal et juridique ». Une solution qui peut concerner 1 à 22 500 utilisateurs depuis une même plateforme.



Hubshare, une solution de partage de documents sécurisée et de travail collaboratif, à destination des professionnels, simple d'utilisation.



(de gauche à droite) Marwane Afdilate, responsable commercial et marketing et Joan Migioia, ingénieur commercial, dans leur bureau du KmØ.

Mulhouse, le choix stratégique

L'objectif d'Hubshare est désormais d'étendre la solution aux entreprises de tous secteurs. Après le Royaume Uni, Hong Kong, l'Australie et les Etats Unis, Hubshare s'est donc installée dans le Grand Est et plus précisément à Mulhouse, au KMØ, dans le quartier de la Fonderie. Ingénieur commercial de formation et originaire de la région, Joan Migioia a été recruté spécialement pour ce développement. « Notre équipe de développement est basée à Reims. Mulhouse a été un choix stratégique. Nous nous sommes rendu compte qu'il y avait 4 millions de personnes dans un rayon d'une heure à peine. La région est dynamique, la Suisse et l'Allemagne proches, tout comme l'Autriche, où nous envisageons de monter un pôle commercial et marketing d'ici deux ans ».

Elue "Solution de Stockage de l'Année"

Un recrutement de cinq commerciaux est envisagé dans les deux ans. Hubshare, c'est actuellement une équipe marketing installée à Reims, sept développeurs, pour un total de 13 personnes, direction incluse. Hubshare compte pour l'heure 7 500 utilisateurs clients. En novembre dernier, Hubshare a été élu "Solution de Stockage de l'Année" aux Document Manager Awards.

Emilie Jafrate

www.hubshare.com



VOTRE RÉUSSITE, NOTRE OBJECTIF COMMUN !

VISIONS D'AVENIR

Les thématiques entreprises du Crédit Mutuel Rhénan

Crédit Mutuel

ESPACE ENTREPRISES

Parce que l'entrepreneur moderne se doit de tout gérer simultanément, il est parfois des difficultés qui, même si elles ne sont que passagères, rendent la vie quotidienne difficile. De même, le développement de votre entreprise peut lui aussi devenir source de questionnement. Le tout est d'avoir les bons interlocuteurs pour vous accompagner dans votre réussite.

1

Thématique n° 1 Financer son développement

Votre entreprise est créée depuis plusieurs mois ou années, les commandes s'accumulent et vous travaillez en flux tendu. Vous êtes tiraillé entre investir dans les machines et les hommes ou au contraire laisser passer l'orage. Au Crédit Mutuel Rhénan, nous sommes là pour vous accompagner, vous conseiller afin d'adopter la meilleure stratégie, particulièrement dans les choix financiers à mettre en oeuvre.

Notre équipe de spécialistes, rodée à la vie des entreprises connaît toutes les solutions pour vous faire grandir.

Vous souhaitez en savoir plus ? Nous nous tenons à votre disposition et nous serions heureux d'échanger avec vous sur le sujet autour d'un café. N'hésitez pas à nous contacter : **03 89 39 41 50**.

Philippe Lebran, le plus Alsacien des Aveyronnais



Philippe Lebran

Aveyronnais d'origine, Philippe Lebran s'est d'abord fait connaître sur les foires et salons. Il est aujourd'hui un personnage incontournable du paysage mulhousien. Qui d'autre que cet Epicurien aurait d'ailleurs pu relever ce pari un peu fou de reprendre l'Auberge du Zoo, il y a deux ans et demi ? Portrait.

Générosité et franc-parler

« A 51 ans, je me sens plus Alsacien qu'Aveyronnais, lance avec un grand sourire le patron de l'Auberge du Zoo. Même si, bien entendu, j'adore retourner en Aveyron, y faire du canoë avec mes petits, manger et vivre au rythme des fêtes de villages... » De sa région d'origine, Philippe Lebran a conservé cet accent, ce franc-parler et cette générosité. La générosité dans le partage avec les gens, dans sa cuisine aussi. « Dans notre région du Sud Ouest, il y a toujours quelque chose à partager, raconte-t-il. Quand tu regardes, l'échange de cultures passe par la nourriture. Avec les copains, en fin de corridas, nous partageons toujours des côtes de veaux. Avant de travailler, je ne pensais qu'à casser la croûte. J'ai toujours mangé local, avec de bons artisans. Sur les marchés, les mamies disaient toujours qu'elles préféreraient rouler en vélo mais bien manger ! ».

« Je n'étais pas fait pour la vie sédentaire »

Philippe Lebran commence par les foires et marchés. « Je n'étais pas fait pour la vie sédentaire, souligne-t-il. J'ai commencé sur les marchés avec mes parents, à vendre de la viande et de la charcuterie. Sur les marchés, il y a cette bienveillance, les copains, des moments de partages... ». Un état d'esprit qui l'accompagne au quotidien. Pendant 25 ans, il tourne sur les foires en Allemagne, à raison d'une vingtaine d'événements par an. Il y a 25 ans, il se fixe même le challenge d'y lancer l'aligo. « Personne n'y croyait, s'amuse-t-il. Aujourd'hui, c'est un plat transgénérationnel. Le succès est lié aussi aux personnes qui m'ont accompagné, qui

m'ont fait grandir, comme André Valadier, un fervent défenseur de l'Aubrac. C'est un grand monsieur. Il est aujourd'hui président du Parc Naturel Régional de l'Aubrac ». Et puis la période allemande prend fin : « L'Allemagne a fonctionné jusqu'au passage à l'euro, après c'est devenu compliqué ». En Alsace, Philippe Lebran démarre en même temps qu'Antony, devenu aujourd'hui meilleur affineur de France. « Lui vendait du fromage à Hagenthal, pendant que je vendais mes saucissons et charcuteries de l'Aveyron, se souvient-il. Cela n'a pas été évident de revenir en France. Il a fallu gagner sa place. J'ai repris des grosses foires : l'Armada à Rouen. On avait jusqu'à 2 000 couverts par jour. On dormait 3 heures par nuit. Je drivais une équipe de 108 bonhommes. Nous avons fait notre dernier en juin 2019. J'ai décidé d'arrêter pour passer à autre chose. J'avais envie de me concentrer sur l'Auberge du Zoo ».

Esprit traditionnel, régional et bourgeois

Il y a deux ans et demi, Philippe Lebran reprend l'Auberge du Zoo. Une véritable institution à Mulhouse. Un véritable défi aussi. « Il fallait refaire toute la décoration, tout en respectant l'esprit de ce lieu, souligne-t-il. Je n'invente rien, je travaille avec de vieux livres, pour y piocher des idées ». Des projets, Philippe Lebran en a plein la tête. En avril 2019 a été installé un accès handicapé pour un budget de 32 000 euros. La mise en place d'un ascenseur dans la grande salle est en projet pour permettre aux personnes à mobilité réduite de monter dans les coursives transformées en bar. Cet hiver, Philippe Lebran a transformé sa terrasse

d'été en chalet gourmand, en guise de test. Il aimerait créer un espace vitré, pour profiter de la vue sur le zoo et pouvoir l'utiliser quelque soit la saison. « J'aimerais réaliser une extension jusqu'au grillage, indique-t-il. Cela donnerait plus d'espace aussi à l'intérieur, avec de beaux plateaux de fromages, un comptoir à vin, de belles tables rondes nappées... ». Côté cuisine, « l'esprit est traditionnel, régional et bourgeois, comme au siècle dernier. Mais attention, nous ne sommes pas un gastronomique. Nous faisons ce que nous savons faire et je travaille avec les copains en circuits courts ». En six mois seulement après son ouverture, l'Auberge du Zoo obtient le label Qualité Tourisme. Philippe Lebran est également entré dans la Confrérie de la Choucroute. Il propose une déclinaison par saison. Elle peut être de la mer, au canard ou encore version gibier. « Ce n'est rien de bien compliqué, bien au contraire, il suffit de s'intéresser un peu ! ».

« Je ne veux pas laisser tomber l'aligo »

L'Auberge du Zoo, c'est aujourd'hui une vingtaine d'employés. Une équipe qui peut monter jusqu'à 40 personnes. Son chiffre d'affaires a augmenté de 22% depuis son ouverture. Sédentarisé par ce projet là, Philippe Lebran n'en continue pas moins à faire les foires et salons. « Je vais calmer ce secteur mais je ne veux pas laisser tomber l'aligo et puis ces événements me permettent de véhiculer tout ce qu'on fait ici, à l'Auberge du Zoo, de toucher aussi une nouvelle clientèle. Les foires m'ont toujours servi de leviers », souligne-t-il. Aveyron BHL est l'entité qui concerne ce secteur-là. Créée en 1993, cette société a

débuté avec un chiffre d'affaires de 300 000 euros pour atteindre les 1,3 millions d'euros. Philippe Lebran est aussi implanté à Riquewihr. Le Grogard, c'est lui. « J'ai encore la gestion à 51%. Victoria, la gérante du restaurant a 49% ». Un restaurant qui a six ans d'existence. « Je l'ai repris avec un chiffre d'affaires de 80 000 euros, il en pèse aujourd'hui 320 000. C'est un restaurant de 60 couverts et il y a toujours du monde ».

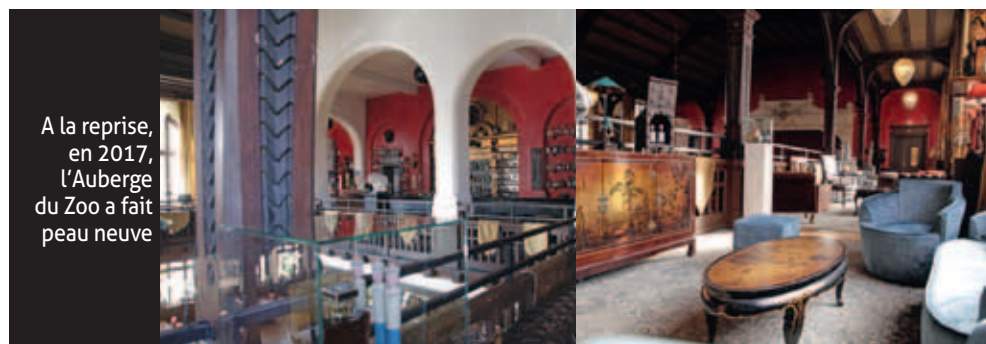
Emilie Jafrate

Auberge du Zoo

31 avenue du la 9^{ème} Division d'Infanterie Coloniale à Mulhouse
03 89 44 26 91
www.aubergezoo.com
f Auberge du Zoo



L'Auberge du Zoo, c'est une équipe d'une vingtaine de personnes à l'année. Une équipe qui peut monter jusqu'à 40 selon les événements.



A la reprise, en 2017, l'Auberge du Zoo a fait peau neuve

Les prochains travaux de l'Auberge du Zoo concernent ces espaces. Ils seront agrandis, ouverts et vitrés avec vue sur le zoo



Night Prestation, des équipements dernier cri dédiés à l'événementiel

Fabrice Kirschhoffer fonde Night Prestation en 2009. Il démarre tout petit, au fond de son garage, par des activités de sonorisation. L'entreprise rixheimoise a élargi sa gamme de prestations depuis.

S'il fonde Night Prestation en 2009, Fabrice Kirschhoffer ne s'y met à plein temps qu'en 2012. Il investit en revanche dès sa première année d'activité. Un premier investissement de 20 000 euros dédié à du matériel de sonorisation. « J'investis au fur et à mesure, explique-t-il. Le matériel évolue très vite. Des nouveautés, il y en a tous les six mois ! Chaque année, je me rends au Prolight Sound. C'est l'un des plus grands salons européens. Cela me permet de rester à la pointe de la nouveauté, et de faire un point sur ce qui me manque ».

Des leds à 90%

En 2018, Fabrice Kirschhoffer investit 40 000 euros dans de la vidéo projection, des consoles

numériques, lumières ainsi que dans des micros sans fil. « L'an dernier, j'ai également acheté une quinzaine de projecteurs à batteries. J'ai beaucoup investi dans les systèmes sans fil, glisse-t-il. Je ne travaille qu'avec du matériel fabriqué en Europe, au niveau du son. Et 90% de mes éclairages sont constitués de leds. Cela évite les ampoules qui cassent et réduit les coûts de consommation ».

Jusqu'à 3 000 m de câbles pour la sonorisation de courses automobiles

Avec un parc matériel qui s'est étoffé, au fil des années, et des projets qui se sont multipliés, « j'ai pu créer une discothèque éphémère avec Wybrecht, explique le gérant de Night



Fabrice Kirschhoffer, fondateur de Night Prestation

Prestation. J'interviens également sur les 500 Nocturnes, à l'Anneau du Rhin. Là, bas, j'ai déjà tiré jusqu'à 3 000 m de câbles pour assurer la sonorisation de courses automobiles ! » S'il intervient dans l'événementiel, Fabrice Kirschhoffer a également laissé sa patte sur des chantiers de rénovation. Il a ainsi équipé la patinoire de Mulhouse de projecteurs à leds ou encore le stade de l'ILL d'une sonorisation. « Cela fait plus de dix ans que je travaille avec la Ville de Mulhouse », souligne-t-il.

Événementiel, décoration, sonorisation, éclairage, vidéo, mais aussi location et vente de matériel

A la recherche de nouveaux challenges, Fabrice Kirschhoffer a démarré son premier Podium de l'Été à Rixheim. C'était en 2017. « Cet événement a démarré en 2016. L'organisation était alors entièrement prise en charge par la Ville, explique-t-il. J'ai pris en main la partie production, le plateau technique et l'artistique ». Night Prestation intervient pour tous types de structures, que ce soit pour les communes, les associations,

sportives ou culturelles, les festivals... L'entreprise rixheimoise couvre tout le Grand Est. Fabrice Kirschhoffer propose également tout un service de location et de vente de matériel.

Proximité, conseil et réactivité

Son équipe peut atteindre jusqu'à dix personnes, au plus fort de la saison. Installé dans 150 m² de locaux, aujourd'hui, Fabrice Kirschhoffer commence à se trouver un peu à l'étroit. « J'aimerais les agrandir. Le matériel prend beaucoup de place », souligne-t-il. Du matériel et une expertise sur lesquels le fondateur de Night Prestation tire son épingle du jeu. « Je m'attache à me montrer proche de mes clients, je leur apporte du conseil et de la réactivité ».

Emilie Jafrate

Night Prestation
23 rue de l'Etang, Rixheim
03 69 77 48 92
www.night-prestation.com
f Night Prestation



Decryptis, l'expert en études de marché et appui marketing

Fondé en 1996 par François Spinner, Decryptis est un institut spécialisé dans les études de marché et l'aide au développement des entreprises. D'un pôle unique études de marché, l'entreprise s'est diversifiée avec l'arrivée d'un pôle appui marketing ainsi que d'un pôle contact direct.

Une problématique ? François et Marie-Paule Spinner représentent cet œil neuf, celui qui va pouvoir apporter l'information utile aux entreprises qui en ont besoin. L'information que les entreprises ne voient plus. « L'idée est de les objectiver, explique Marie-Paule Spinner. Lorsqu'on fait appel à nous, c'est qu'il y a une prise de décision en jeu. Nous recherchons cette réalité de l'information au cœur du marché. Nous avons travaillé par exemple avec Coca Cola parce que la marque ne savait pas combien de ses produits étaient distribués dans les cafés ». L'institut d'études de marché est l'activité historique de l'entreprise mulhousienne. L'appui marketing et le contact direct sont arrivés avec Marie-Paule, en 2005.

Une équipe projet formée par entreprise

Ces deux pôles complètent l'étude de marché. La deuxième, c'est le pôle appui marketing pour un marketing stratégique et opérationnel. « Les entreprises ont de plus en plus de problèmes de développement, explique Marie-Paule Spinner. On approfondi notre enquête de satisfaction en travaillant sur les indicateurs existants et toutes les composantes de satisfaction qui permettent de fidéliser leurs clients ».

Le téléphone comme accélérateur de contact

Le troisième et dernier pôle reste le contact direct. « On recherche où se trouve la satisfaction dans l'entreprise et on va faire travailler les équipes concernées. Cela devient un véritable projet d'entreprise ». Le téléphone devient un accélérateur de contact. « Il fallait se différencier des plateaux téléphoniques, souligne Marie-Paule Spinner. Pour moi, 80% du travail réussi par téléphone est en réalité lié au travail en amont. Le deuxième gros travail reste de comprendre le contexte interne et externe de l'entreprise. Nous réalisons un véritable travail d'imprégnation en formant une équipe projet par entreprise. Nous réalisons un travail de mise en contexte, avant l'appel et d'entraînement, pour acquérir de l'aisance dans la façon de s'exprimer ».

« Nous souhaitons rester des artisans »

En 23 ans, le couple a réalisé 1 500 interventions. Decryptis s'occupe de près de 200 clients, des TPE et PME installées dans le Grand Est, mais aussi hors région. Decryptis est déjà bien implanté dans le secteur agroalimentaire, dans la grande consommation et dans les équipements de maison. Decryptis intervient également dans



François Spinner gère le pôle études de marché et Marie-Paule Spinner s'occupe des deux autres pôles, les pôles appui marketing et contact direct.

le secteur de l'économie sociale et solidaire. « Nous connaissons personnellement tous nos clients. Notre force, c'est cette relation de confiance entre eux et nous. C'est pour cela que nous souhaitons rester des artisans », souligne Marie-Paule Spinner. La confidentialité est une autre raison pour laquelle les entreprises font appel à Decryptis. Quatre personnes travaillent aux côtés de François et Marie-Paule dans 300 m² de bureaux.

Pousser les outils d'audit léger et trouver de nouveaux téléacteurs

Les deux entrepreneurs nourrissent de nombreux projets. Ils aimeraient d'abord pousser les outils d'audit léger. « Ils nous permettront de réaliser des états des lieux, de

produits et de marchés, pour évoluer ensuite dans le bon sens. Cela équivaut à une intervention mixte. C'est un vrai besoin. Il permet d'animer, de donner de l'énergie, de fédérer dans l'entreprise. Nous nous sommes rendus compte qu'en interne, il y avait beaucoup de bonnes idées mais qu'elles restaient dans les tiroirs... » L'autre projet est le recrutement de nouveaux téléacteurs. « Notre pôle de contact direct est un accélérateur, un véritable gain de temps pour les entreprises ! souligne Marie-Paule Spinner. Aggrandir notre équipe nous tient à cœur ».

Emilie Jafrate

Decryptis
19A rue du Sauvage, Mulhouse
03 89 45 35 05
www.decryptis.fr



Une seule appli pour tous mes déplacements dans l'agglomération !
Économique • Pratique • 100% sécurisé

soléa Vél@Cité



MEDIA CYCLES

INDIGO

citiz



La Boutique J2B, l'équilibriste de la gourmandise

Il s'est forgé une solide expérience dans de grandes maisons. Et puis en mars 2018, Jean-Baptiste Boixière Deniau a décidé de voler de ses propres ailes. Pâtissier de formation, il fabrique également des chocolats et des glaces maison. Le tout, dans un esprit artistique, jouant sur la texture, les formes, les goûts mais toujours dans le respect des saisons.

« Je me sentais assez mature pour prendre les rennes »

Pâtissier de formation, Jean-Baptiste Boixière Deniau est passé par de nombreuses maisons: Jacques et Gaugler à Mulhouse, Gilg à Munster ou encore Arnold à Thann, sans oublier les cuisines de Laurent Haller du restaurant Le 7ème Continent. Employé de 19 à 36 ans, il décide de se lancer en solo. « Je me sentais assez mature pour prendre les rennes, glisse-t-il. Nous avions d'abord envisagé de nous installer à Colmar et puis un soir, en rentrant du travail, j'ai vu ces locaux là, à Guewenheim. Je me suis dit et pourquoi pas ? » Les travaux ont été lancés en novembre 2017 pour une ouverture le 6 mars 2018.

« Travailler des produits de qualité »

Jean-Baptiste Boixière Deniau investit 210 000 euros pour les murs et 450 000 euros de budget machines. « J'ai tout de suite acquis du super matériel pour pouvoir travailler des produits de qualité », explique-t-il. Des glaces aux pralinés en passant par ses viennoiseries, sans oublier les entremets ou encore les petits gâteaux, la

Boutique J2B réalise tout sur place. « Le projet de base est de tout travailler maison et au maximum avec des produits locaux. Après, il faut faire avec les contraintes. J'aimerais pourtant pouvoir me procurer du beurre et du lait directement issus de la ferme ». Un investissement en temps, mais aussi en matériel. « Les fours doivent être haut de gamme pour les cuissons, en chocolaterie je suis tout de suite parti sur des enrobeuses. Il était inconcevable pour moi de prendre un bonbon après l'autre et de les faire à la fourchette ! »

« Une part de liberté »

L'aventure démarre avec deux vendeuses et un apprenti. Ils sont aujourd'hui dix, dont trois apprentis. Jean-Baptiste Boixière Deniau met un point d'honneur à respecter la créativité de ses employés. « La créativité est essentielle dans le monde de la pâtisserie. On touche à tout et surtout, nous avons une part de liberté. Pouvoir m'exprimer m'a boosté. Je n'ai jamais travaillé le chocolat, je suis autodidacte à 100% mais j'ai réussi à avoir de superbes produits dès le départ ». La Boutique J2B est connue pour relever de sacrés défis. « Les gens nous ont tout de suite fait

confiance et mis à l'épreuve. Nous avons réalisé de magnifiques projets. Un agriculteur nous a demandé un tracteur en chocolat, par exemple ». Cerise sur le gâteau, son laboratoire, ouvert sur la boutique, permet au client d'apprécier la fabrication de toutes ces gourmandises.

La torche aux marrons victime de son succès

S'il a démarré avec toutes les techniques qu'il a apprises au cours de sa carrière, Jean-Baptiste Boixière Deniau a fini par trouver son identité à lui. Aux côtés de son équipe, il cultive toutes ces particularités. « Nous essayons de nous montrer innovants sur certains produits comme la tarte au citron ou la torche aux marrons ». Des torches aux marrons d'ailleurs victimes de leur succès. La Boutique J2B en vend une cinquantaine par jour, jusqu'à 75 le samedi. « Des fois, à 11h, nous n'en n'avons plus », fait-il remarquer, tout sourire. Le chiffre d'affaires était de 420 000 euros à l'issue de la première année d'exercice. Il a dépassé les 500 000 euros, la deuxième année.

Emilie Jafrate



Jean-Baptiste Boixière Deniau est le fondateur de La Boutique J2B

La Boutique J2B

33 rue Principale, Guewenheim
03 69 07 39 45
laboutique.guewenheim@gmail.com
www.j2b.alsace

Mazawood, le bois comme créateur d'ambiances intérieures et extérieures

Mazawood est né d'une passion. Celle de Laurent Mazaëff pour le bois. Menuisier de métier, il a décidé de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale en février 2019.

« Créateur d'ambiances intérieures et extérieures », c'est un besoin de liberté qui a poussé Laurent Mazaëff à fonder sa propre entreprise en février 2019. La création est son moteur. Un véritable besoin. Une aventure dans laquelle l'a rejoint Sophie, sa sœur. « Nous ne sommes pas partis sur une micro-entreprise, souligne d'ailleurs le fondateur. Nous nous sommes tout de suite inscrits dans la durée ». Quatre personnes travaillent aujourd'hui au cœur de Mazawood. Laurent Mazaëff, fondateur et menuisier, s'est entouré de Jérôme Ries, métallier, et de Dylan Serdan, menuisier. Sophie Mazaëff, elle, s'occupe du volet administratif, du marketing et de la gestion de l'entreprise.

80% de rénovations, 20% de créations

Mazawood est installé à Niffer et dispose d'un atelier de 300 m². Le bois arrive par containers. Depuis sa récente création, l'entreprise a déjà réalisé de nombreux chantiers. 80% de son activité concerne des rénovations, les 20% restant la décoration. « Sur la rénovation, nous

nous occupons de la maîtrise d'œuvre, explique Laurent Mazaëff. Les menuisiers sont capables d'aller très loin ! Et nous savons apporter le petit truc en plus qui fait toute la différence ». C'est d'ailleurs ce petit truc en plus qui a permis à l'entreprise de s'occuper de la boutique Confidences, à Mulhouse, du rez-de-chaussée au deuxième étage. « Nous nous sommes occupés de toute l'isolation, du parquet, des étagères et d'un mange-debout de 3 mètres », détaille le menuisier.

La noblesse du palissandre

S'il travaille les essences locales, Laurent Mazaëff a une affection toute particulière pour le travail du palissandre, un bois de rose. « Je vais loin, très loin, pour le chercher. Le palissandre est un bois ancien et il est déjà coupé. Ces grands morceaux ne sont pas utilisés sur place. Et, comme ils ont été coupés avant 1994, nous avons le droit de les importer. Mais attention, ce n'est pas parce que nous travaillons le bois que nous ne sommes pas sensibles à l'écologie, souligne-t-il d'ailleurs ». Un bois noble, qui se dévoile

au fur et à mesure : « Lorsqu'on commence à le travailler, on en découvre les couleurs, c'est magique ».

« J'aimerais toucher les bars branchés »

Laurent Mazaëff aimerait développer ce travail de décoration et entrer sur de nouveaux marchés. Celui de la construction, de la restauration aussi. « J'aimerais entrer dans les bars branchés, les restaurants, glisse le menuisier. Nous avons ce plateau de 5,50 m, je le verrais bien dans un bar à vin, version mange debout ! ». Laurent Mazaëff cherche désormais à embaucher une personne supplémentaire. Fin de l'année 2019, Mazawood a même quitté ses ateliers de Niffer quelques semaines, pour s'exposer temporairement à Mulhouse. L'expérience a rencontré un succès tel que Laurent et Sophie Mazaëff ont transformé le test éphémère en magasin pour une année à minima.

Emilie Jafrate



Laurent Mazaëff, menuisier et fondateur de Mazawood aux côtés de sa sœur, Sophie

Mazawood

7 rue de Petit-Landau, Niffer
07 50 46 01 89
mazawood@outlook.fr
f Mazawood

Jean est le collègue idéal...

IL A LE WORKING SPIRIT*

ET UN GRAND SENS DE L'HUMOUR !

WS
Working Spirit
LA MARQUE DU TRAVAIL BIEN FAIT !

INTÉRIM & RECRUTEMENT | MULHOUSE • BELFORT | WORKING-SPIRIT.FR

Optez pour nos solutions acoustiques !

- Dalle acoustique
- Cloison amovible
- Séparations de bureau
- Plafond tendu
- Toile tendue...

SOLUTEX
SOLUTIONS TEXTILES

Zone d'activités - 4 rue des Cailles - RUELISHEIM (68)
Tél : 03 89 31 76 31 - solutex@solutions-textiles.com
solutions-textiles.com

Thierry Gomot, médiateur de crédit, à l'écoute des chefs d'entreprise

Il est arrivé à Mulhouse en novembre 2018. Thierry Gomot est le nouveau directeur départementale de la Banque de France. Médiateur de crédit, il est là pour aider les entrepreneurs plongés dans la tourmente. Entretien.

- **Thierry Gomot, vous êtes arrivé à Mulhouse en novembre 2018 en tant que directeur départementale de la Banque de France. Quelles sont les particularités de ce poste ?**
- Le poste était intéressant par rapport au bassin d'entreprise qu'offre le secteur. Il y a deux centres de surendettement pour toute l'Alsace. A Mulhouse et à Colmar. Mais je ne suis pas seul ! Nous sommes une trentaine de personnes à Mulhouse, une vingtaine à Colmar. Six personnes sont dédiées au service des entreprises. Ici, le bassin est incroyable. La rencontre avec les entreprises fait partie de notre ADN. Notre rôle est de leur attribuer des cotations mais aussi de leur fournir une aide à la médiation du crédit lorsque cela va mal.
- **Pouvez vous nous expliquer en quoi consiste la médiation du crédit ?**
- Elle a été créée après la crise de 2008. C'est la possibilité de saisir le médiateur départemental que je suis lorsqu'il y a un refus de crédit ou une dénonciation du concours bancaire. Notre rôle est d'empêcher le dépôt de bilan.
- **Comment cela se passe-t-il concrètement ?**
- On se retrouve tous autour d'une table : chef d'entreprise, banquiers et moi. Le but est de réunir tout le monde et de faire le point pour que l'activité continue, que l'entreprise ne soit pas étouffée. Les banquiers jouent complètement le jeu de la médiation du crédit. Souvent les dirigeants s'en font une montagne. Nous, nous lui montrons que ce qu'il dit est important.

L'écoute leur fait du bien. La communication et la transparence sont deux clés essentielles.

- **Comment démarre-t-on le processus ?**
- Le point d'entrée est notre correspondante TPE du département, Marie-Claire Staquet. Chaque TPE qui rencontre un problème peut venir nous voir. Jamais, nous ne laisserons un dirigeant dans l'embarras. Nous sommes là pour écouter, orienter, et trouver des solutions. Nous les recevons ici, à la Banque de France. Il ne faut pas oublier que nous sommes une Institution de la République, au service des Français, tous les Français, et un service public de confiance.
- **Vous avez également évoqué une mission de cotation. Comment cela fonctionne-t-il ?**
- Nous sommes sur le terrain, nous rencontrons des entreprises, quasi quotidiennement. Nous prenons leurs comptes pour comprendre qui elles sont. Si la cotation est mauvaise, nous expliquons pourquoi et nous leur faisons état de la marge de manœuvre dont elles disposent. C'est l'une de nos missions fondamentales. Nous avons une légitimité par notre neutralité.
- **Comment évoluent vos missions ?**
- L'éducation financière fait partie de nos nouvelles missions. Nous avons été nommés opérateurs par l'Etat pour informer tout un tas de publics sur l'économie et le financier. Nous montrons comment doit être un bilan et nous donnons également les éléments de décryptage de la situation financière. L'idée est de mieux comprendre pour mieux agir.



Thierry Gomot et le jeu créé il y a deux ans, Aventure Entrepreneur, pour rappeler aux entrepreneurs des choses simples mais essentielles à la pérenité financière de leurs TPE.

- **Une mission que vous menez de façon ludique...**
- Nous avons mis au point un jeu : Aventure Entrepreneur. Il a été mis au point il y a deux ans. Ce sont des parties accompagnées par du personnel de la Banque de France. Nous mettons plusieurs entrepreneurs autour de la table. Au fil du jeu, ils découvrent l'impact de chacune de leurs décisions sur leur bilan comptable et leur trésorerie. Ce sont des moments organisés avec des entreprises ou fédérations d'entreprises.
- **Quel regard avez vous sur le bassin économique du Haut-Rhin ? Comment se porte-t-il ?**
- Les entreprises disposent de beaux bilans, bien capitalisés. L'endettement est faible et cela est très marqué. Le bassin économique du Haut-Rhin est de bonne qualité. On fait attention, on prévoit.

Propos recueillis par Emilie Jafrate

Pour toute question ou renseignement :
mesquestionsdentreprenneur.fr

Correspondante TPE Haut-Rhin :
Marie-Claire Staquet
03 89 66 94 70

CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

PUBLI-INFO

La CCI Alsace Eurométropole fait évoluer son secteur Industrie et Développement Durable

De nouvelles expertises à forte valeur ajoutée pour les industriels

La Direction Industrie et Développement Durable de la CCI Alsace Eurométropole a anticipé sa fusion. Rationalisé dès 2011, ce service est aujourd'hui composé de 20 personnes. Une équipe qui a fait évoluer ses prestations destinées aux industriels et qui réalise plus de 500 rendez-vous en entreprise par an.

Une conduite de changements forts tout en restant tiers de confiance

La Direction Industrie et Développement Durable est composée de 15 conseillers disposant d'une expertise industrielle et répartis sur trois segments : l'industrie, le développement durable et les salons professionnels. Un effectif resté à l'identique, malgré la fusion des trois CCI en une seule et même entité en 2017. « La CCI comptait 500 collaborateurs sur la région Alsace il y a cinq ans encore. Après la fusion, ce nombre a été revu à la baisse. La CCI Alsace Eurométropole compte désormais 280 collaborateurs sur l'ensemble du territoire. Notre direction ne souffre pas autant de cette baisse grâce à une rationalisation anticipée, explique Eric Bonnin, Directeur du service Industrie & DD. Nous avons également mené une conduite de changement forte, tout en restant tiers de confiance pour les entreprises avec cette vision globale de l'Alsace qui nous caractérise »

« Un prix juste »

Une des priorités de la CCI Alsace Eurométropole est, aujourd'hui, le maintien du financement des

actions pour des publics qui n'ont pas toujours les moyens de financer un accompagnement. Elle continue à mener la promotion de l'apprentissage afin de permettre aux entreprises de trouver de nouvelles compétences. Elle aide également les créateurs d'entreprise qui ne génèrent pas encore de chiffre d'affaires et dont les moyens restent limités. Le reste des services mis en place est majoritairement payant. « A un prix juste, puisque la CCI n'a pas pour vocation de réaliser du profit », souligne Eric Bonnin.

23 fiches produits

Les missions de la Direction Industrie et DD restent de trouver de nouveaux leviers de croissance et d'accompagner les dirigeants dans leur développement. Les conseillers de la CCI continuent dans ce sens leur service d'accompagnement. Ils proposent notamment un audit gratuit et objectifs à 360 degrés des besoins et projets de l'entreprise avant de proposer un plan de progrès sur mesure. La troisième étape est l'accompagnement à façon. Une étape, elle, payante. 23 fiches produits ont été mises en place autour de cinq thématiques : optimiser votre activité, faire des économies, vendre plus/vendre mieux, se mettre en règles/aux normes et former/recruter.

Les ambitions 2020

Au rang des ambitions et des objectifs 2020, la Direction Industrie & DD souhaite

développer de nouvelles expertises et à fortes valeurs ajoutées pour les entreprises. Des expertises notamment autour de la gestion de l'eau, de la vulnérabilité climatique, de l'économie circulaire, de l'optimisation/autonomisation énergétique, aussi bien que de l'accompagnement RH 4.0. « Si la CCI évolue dans son modèle économique, elle n'opère pas de changement radical, souligne Eric Bonnin. Toutes nos prestations ne sont pas payantes. Certaines bénéficient encore de subventions régionales ou européennes ! »

Emilie Jafrate



La newsletter Industrie et Développement Durable pour ne manquer aucun rendez-vous.



Eric Bonnin,
Directeur du service Industrie & DD



Une question ? Vos contacts directs Industrie et DD :

- Haut-Rhin : Anne Gontier
03 89 36 54 84 - a.gontier@alsace.cci.fr
- Bas-Rhin : Patricia Schmitt
03 88 76 45 14 - p.schmitt@alsace.cci.fr
- Site Web Direction Industrie et DD :
www.industrie.cci.alsace
- Pour vous inscrire à la newsletter et ne manquer aucun rendez-vous CCI, merci de contactez Anne Gontier

Un Petit Truc en Plus, un restaurant bon, beau, humain et solidaire

Le restaurant Un Petit Truc en Plus a ouvert ses portes en septembre 2019. Il offre l'opportunité à des personnes porteuses de trisomie 21 de travailler en milieu ordinaire. En cinq mois d'existence à peine, cet établissement a su conquérir une clientèle fidèle et sensible à cette belle aventure humaine.

L'équilibre financier pour objectif

Il affiche complet quasiment tous les jours depuis son ouverture, le 9 septembre dernier. Un indicateur plus que positif pour la pérennité de restaurant, fruit d'une belle aventure humaine et solidaire. « L'objectif est l'équilibre financier, explique Tom Cardoso, directeur général du Centre de Réadaptation de Mulhouse (CRM), soutien du projet. Le pari est d'arriver à zéro ». Et pour y arriver, le restaurant doit occuper ses 36 couverts à chaque service. « C'est un pari fou mais réalisable ».

« Nous sommes portés par les Mulhousiens »

Depuis l'ouverture, les clients sont au rendez-vous. Il vaut même mieux réserver, pour espérer avoir une place pour déjeuner. « Après, ce qui nous fait mal, ce sont les annulations de dernière minute. Nous sommes sur le fil. Les clients ne préviennent pas et bien souvent, nous refusons du monde alors que ces couverts là deviennent disponibles », déplore encore Tom Cardoso. En cinq mois seulement, le restaurant a trouvé sa clientèle. Une clientèle sensible à son projet atypique. « Nous sommes portés par les Mulhousiens. Ils viennent avec beaucoup de bienveillance. On se sent soutenus, ce projet a de l'écho ».

Huit employés dont six porteurs de trisomie 21

L'établissement emploie huit personnes, dont six porteuses de trisomie 21. Aurélie Bernard, ancienne responsable du service de restauration

du Centre de Réadaptation de Mulhouse, gère désormais le restaurant. Elle est à l'origine d'ailleurs de ce lieu. Un lieu qu'elle imaginait ici, à Mulhouse et qu'elle partage à travers un mail, en 2017. Un lieu qui, au bout d'un an et demi de travail et 60 réunions est enfin devenu réalité...

Un recrutement presque ordinaire

Le recrutement a été réalisé entre avril et mai 2019. « Si le CRM forme des personnes handicapées, nous ne croisons pas de porteurs de trisomie 21 puisque nous ne pouvons pas les emmener jusqu'au diplôme. Nous nous sommes rapprochés d'associations qui nous ont aiguillés », se souvient Tom Cardoso. Au final, 13 familles ont été rencontrées, 11 ont dit oui. Pour aller au bout de l'inclusion, un entretien a été réalisé par candidat. Un moment de grande émotion. « Des entretiens, j'en ai fait par milliers. Mais là, j'étais stressé, la veille j'avais le trac, glisse Tom Cardoso. Le jour J, j'ai quitté mes notes. C'était un moment sans filtre, direct et avec le sourire. J'ai juste été moi-même. Et pour leur montrer que la cuisine, c'est aussi se faire plaisir, chaque candidat est reparti avec une gourmandise. Les familles nous avaient dévoilé leur péché mignon ». Sur onze candidats, cinq auraient dû être retenus. Six ont finalement été gardés et ont passé les deux mois de tests (juin/juillet) avec brio.

L'exigence de la qualité

Le Petit Truc en Plus reste un restaurant comme les autres avec de hautes exigences de qualité. « Sa vocation est de proposer de la cuisine



L'équipe de ce restaurant ordinaire, mais pas tout à fait comme les autres

traditionnelle. Nous voulions une maison dans laquelle on mange bien ! C'est une expérience humaine mais il faut que ce soit bon ». Chaque jour, la maison propose trois entrées, trois plats et trois desserts. Côté ambiance, Un Petit Truc en Plus est un lieu cosy, chaleureux. « Nous voulions un petit cocon, un milieu protecteur », souligne Tom Cardoso. La maison fonctionne également avec une cinquantaine de bénévoles, à raison de deux par service, dont le directeur du CRM. « Il se passe quelque chose avec eux. Ils font sauter tous les verrous et nous apprennent à désapprendre ce que l'on a appris ».

Nouveaux locataires du kiosque, Place de la Paix

Le restaurant a commencé par le service à midi et quelques événements. Depuis le début de l'année 2020, il ouvre également deux soirs par semaine, les jeudis et vendredis. Les employés d'Un Petit Truc en Plus sont également les nouveaux locataires du kiosque, Place de la Paix. Un kiosque ouvert tous les samedis matins et dans lequel on

trouve des gourmandises préparées avec amour. La marmelade d'orange a d'ailleurs fait fureur pendant les périodes de fêtes. Des idées germent au fur et à mesure. « Nous aimerions mettre en place de la livraison de repas dans le quartier ». Des projets à développer et des embauches, très certainement à mener dans un futur plus ou moins proche.

Emilie Jafrate

Un Petit Truc en Plus

3 place de la Paix, Mulhouse
unpetittrucenplus.fr
contact@unpetittrucenplus.fr
📞 un petit truc en plus

Réservation uniquement par téléphone :
09 83 07 05 80

Horaires :
Fermé le lundi.
Ouvert du mardi au samedi de 12h à 14h
et deux soirs par semaine :
les jeudis et vendredis soirs de 19h à 22h.

L'engagement mutuel !

Crédit Mutuel
La Doller, au cœur
de vos activités
professionnelles.

MASEVAUX
NIEDERBRUCK

BURNHAUPT
LE-HAUT

Crédit Mutuel
La DOLLER

L'EXPERTISE BANCAIRE DES PROFESSIONNELS
POUR LES PROFESSIONNELS

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

PORTES OUVERTES

CCI CAMPUS ALSACE

Bac+2 / Bachelor / Bac+5 / MBA

Alternance

Formations courtes

Langues étrangères

COLMAR / MULHOUSE
SAMEDI 7 MARS
// DE 9H À 16H

ET PARTICIPEZ À NOS ATELIERS !



ATELIERS
COACHING



ATELIERS
RELOOKING



ATELIER
PHOTO

www.ccicampus.fr

LA FORMATION QUI VOUS RESSEMBLE

#ccicampusalsace
f i y t s

LE CENTRE DE FORMATION
CCI ALSACE
EUROMÉTROPOLIS

CCI
campus
ALSACE

Ferme Zum Burahisla, la force de la vente directe

Ils ont fait de la viande leur spécialité. Claude Rasser, Florine et Raphaël Barowsky gèrent en famille l'exploitation Zum Burahisla installée au cœur de la commune d'Ungersheim.

La ferme Zum Burahisla voit le jour au début des années 1900 à Ungersheim. Une exploitation familiale que Claude Rasser reprend en 1991. A la reprise, l'exploitant agricole stoppe ses vaches allaitantes et la production de lait pour créer un atelier d'engraissement de porcs. 1995 marque une première étape dans l'histoire de l'exploitation. Avec la crise de la vache folle, la demande en viande de bœuf s'accroît. Claude Rasser remet en place la production de vaches allaitantes, pour sa viande.

Une nouvelle étape en 2013 pour le bien être animal

Un autre virage important est pris en 2000, avec la création d'un magasin de vente. Ils sont aujourd'hui trois exploitants. Claude Rasser a été rejoint par sa fille, Florine, et son gendre, Raphaël Barowsky. Une équipe complétée par la maman, Christine Rasser, un apprenti, ainsi



Une centaine de vaches vit sur l'exploitation



La ferme Zum Burahisla dispose d'un atelier d'engraissement de porcs

qu'un boucher à temps partiel. Leur arrivée a permis d'augmenter le cheptel. « *Nous avons de la demande, mais pas suffisamment de main d'œuvre, explique Florine Barowsky. Lorsque nous nous sommes installés, en 2013, nous avons construit une nouvelle étable en veillant au bien être de nos animaux. Ils ont une aire extérieure pour sortir nuit et jour, une aire bétonnée, pour ne pas stagner dans la boue et le tout est ventilé.* »

90 hectares de terres agricoles pour nourrir son cheptel

La ferme Zum Burahisla, c'est aujourd'hui un atelier de 80 à 100 porcs engraisés chaque année. Un atelier dont le volume a diminué avec la spécialisation de l'exploitation dans le veau. La ferme Zum Burahisla est en effet connue pour son élevage de bovins. Sa spécialité est la race vosgienne. « *C'est une race de petit gabarit, adaptée à notre vente directe. Nos vaches nous permettent d'avoir de la viande fraîche chaque semaine, explique Florine Barowsky. Nous disposons d'une centaine d'animaux. Nous les menons nous mêmes à l'abattoir, pour qu'elles ne soient pas stressées.* ». Ses 90 hectares de terres agricoles servent à nourrir son cheptel. « *Nous sommes autonomes à 100% dans la production de leurs aliments, souligne Florine Barowsky. La ration de nos animaux se fait à base d'herbe, fraîche l'été, séchée l'hiver. Les compléments de céréales que nous y intégrons sont eu aussi faits par nos soins.* »



De l'élevage à la vente, en passant par la transformation, tout est réalisé sur place



(De gauche à droite) Claude Rasser, Florine et Raphaël Barowsky

Production, transformation et vente directe

De la viande produite, transformée et vendue sur place. Les exploitants de la Ferme Zum Burahisla n'ont jamais cherché à faire les marchés. La majorité de leur clientèle n'est pourtant pas issue de leur village. « *Nous avons des personnes qui se déplacent depuis Dannemarie et Colmar, glisse Florine Barowsky. Les gens viennent jusqu'à nous pour le conseil, aussi. Nous avons régulièrement des nounous de Bollwiller ou d'Ungersheim qui viennent chercher du "vite fait"* ». Au rang du "vite fait mais du bon", les feischnaks et les tourtes, deux produits indémodables. « *Nous pouvons les mettre sous vide, pour prolonger leur durée de vie et ne pas avoir à les congeler !* ». Les exploitants de la ferme Zum Burahisla créent des événements tout au long de l'année pour dynamiser cette vente directe qui leur tient à cœur. « *Nous montons des petites actions à Noël, à la Saint-Nicolas, la Chandeleur, Mardi-Gras, par des petits gestes, explique Florine. Depuis 20 ans, nous avons également notre propre petit marché de producteurs, dans notre cour, le mercredi, de 15 à 18h. Les gens le savent, ils peuvent également venir voir nos animaux.* »

Avancer dans l'ère du temps

A Ungersheim, l'outil semble bien en place. Il fonctionne. L'enjeu pour les exploitants de la ferme Zum Burahisla reste de continuer à avancer dans l'ère du temps. « *Nous nous sommes mis aux commandes par mail. Pourquoi ne pas nous diriger vers un distributeur ? Notre objectif est de continuer à valoriser notre outil et faire toujours mieux.* ». Depuis avril 2019, la Ferme Zum Burahisla a intégré la ferme du Château de Pfstatt. Sa viande de veau se retrouve également dans la boutique Saveurs et Couleurs de la Montagne au Parc de Wesseling.

Emilie Jafrate

Ferme Zum Burahisla

2 rue de la Chapelle, Ungersheim
06 80 05 64 95

Ferme Zum Burahisla

Ouvert tous les mercredis d'octobre à avril et les 1^{ers} mercredis du mois d'avril à octobre avec un marché de producteurs organisé dans la cour de la ferme entre 15 et 18h.

Le Verger de Mathilde, le double défi de Joëlle Ruehr à Helfrantzkirch

Joëlle Ruehr est partie de rien. En 2003, elle reprend les terres de sa grand-mère, Mathilde avec cette envie de produire quelque chose. Dix-sept ans plus tard, le Verger de Mathilde c'est pas moins de 13 hectares de productions fruitières en agriculture biologique.

Produire en bio

C'est un double défi que décide de relever Joëlle Ruehr en 2003. Celui, d'abord, de créer, seule, sa production fruitière. Celui, ensuite, de produire en agriculture biologique. De 50 ares à ses débuts, Joëlle Ruehr exploite aujourd'hui près de 13 hectares. Ce projet lui a demandé un budget de 300 000 euros d'investissement au tout début de l'aventure. « *Je me suis lancée seule mais avec l'aide de ma famille. C'est important de se sentir soutenue, surtout au démarrage, souligne la chef d'exploitation. J'ai démarré de rien, avec quelques arbres fruitiers, des petits fruits et un peu de maraîchage. L'idée n'était pas de produire pour produire, mais de produire de manière réfléchie. C'est pour cela que je me suis lancée dans le bio.* ». Seule pendant sept ans, Joëlle Ruehr fonctionne

d'abord avec l'aide de saisonniers. Sa première embauche date de 2010. Un temps partiel supplémentaire a rejoint l'équipe depuis. Une équipe qui peut atteindre jusqu'à 15 personnes avec les saisonniers, au plus fort de la saison.

2015, le virage fraises

Le Verger de Mathilde c'est aujourd'hui une production de 60 tonnes de pommes en moyenne par an, 5 tonnes de poires, 8 tonnes de cerises, 3 tonnes de framboises et 20 tonnes de fraises. Une production qui devrait s'accroître d'ici deux ans pour les poires, avec un objectif de 40 à 45 tonnes par an. « *Nos vergers sont encore jeunes, il leur faut le temps de mûrir, souligne l'exploitante agricole. Nous proposons aussi des prunes, des mirabelles. Nous avons même testé les abricots, pendant dix ans, mais en bio, c'est*

compliqué. Nous produisons également des petits fruits : framboises, mûres, groseilles, cassis ». En 2015, le Verger de Mathilde opère un premier virage. Celui des fraises. De cinq hectares, la production a quasiment triplé.

2011, la création d'un magasin de vente directe

L'autre virage, c'est la création du magasin, en 2011, pour développer la vente directe qui se faisait avant au domicile de la famille Ruehr. Une boutique dans laquelle Joëlle Ruehr a étoffé sa gamme en travaillant avec d'autres producteurs. « *Ce sont des produits que l'on ne trouve pas en grande surface, souligne-t-elle. Nous les choisissons au gré de nos rencontres.* ». Depuis quelques mois, le magasin s'est agrandi pour y installer un Biocoop Corner. Il en existe quatre seulement, pour l'heure en France, dont deux en Alsace. « *Notre rencontre avec le réseau s'est fait parce qu'ils recherchaient des fraises en bio. C'était il y a sept ans environ. On en a fait pour eux. Nous fournissons désormais le réseau national. Nous avons même poussé pour que les barquettes plastiques soient remplacées par des barquettes recyclables.* »

De nouvelles envies

Le Verger de Mathilde a atteint son rythme de croisière. Un rythme qui lui convient bien. Joëlle Ruehr a désormais d'autres envies, comme celle de reprendre son atelier de confiture.



Joëlle Ruehr a relevé le défi de se lancer dans la production fruitière et bio

« *Le savoir-faire, je l'ai, glisse-t-elle. J'aime transformer. Il faudrait pour cela ouvrir un poste afin que quelqu'un prenne ma place.* »

Emilie Jafrate

Le Verger de Mathilde

51 rue Principale, Helfrantzkirch
03 89 70 86 98

verger.mathilde@orange.fr

Le Verger de Mathilde

Ouverture de la boutique :

Mercredi et jeudi 9h à 12h et 13h30 à 19h
vendredi de 9h à 19h, le samedi de 9h à 13h.

Sur les marchés :

Ranspach-le-Bas les mardis après-midi
Riedisheim le mercredi matin
Altkirch le samedi matin.



Le magasin s'est récemment agrandi pour y installer un Biocoop Corner



La production de fraises a été le premier virage opéré par Joëlle Ruehr.

Recevez dans votre boîte aux lettres

les **6** numéros du Périscopie

pour seulement **65€ HT**

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

A LOUER - SURFACE COMMERCIALE - RIXHEIM/HABSHEIM



Proche entrée VALPARC, idéalement situés à 2mn autoroute A35, 10mn centre Mulhouse, 10mn EuroAirport, Bâle, Allemagne. Plusieurs cellules de bureaux 65m², 85m², 100m² ou 150m², espace de vie commun, nombreux parkings

SCI LES TROIS LYS 06 85 94 12 11

RESERVEZ VOS LOCAUX
DE 50 M² À + DE 1000 M²
EN ACHAT, EN LOCATION
OU À CONSTRUIRE

W
CRÉATEUR DE LA CITÉ DE L'HABITAT
ET DU BIEN-ÊTRE, SITE UNIQUE EN EUROPE

Jean-François PICCHINENNA
Mobile : 06 09 49 39 38 - Fixe : 03 89 50 61 33
jfp@wdevelopment.fr

Où trouver le Périscopie ?



Chaque symbole  indique l'emplacement d'un présentoir

Le Périscopie

Le média des entreprises locales

en quelques chiffres

15 000 exemplaires (tous les 2 mois)

4 000 entreprises distribuées

1 Apériscopie tous les mois impairs

A LOUER - BUREAUX - SAUSHEIM



Bâtiment D11, sur l'axe passant de la D38, différentes surfaces de bureaux au 1^{er} étage, aménagés, climatisés et cloisonnés. Parking commun.

Réf. 24756

CBRE | IDRE 03 89 46 20 80
www.immobilier-desaulles.fr
47 Bd Gambetta - Mulhouse

A VENDRE - BUREAUX - SAINT-LOUIS



Bureaux au 1^{er} étage, lot n°24, neuf, d'une surface d'environ 133 m². Situé à proximité du centre-ville, des centres commerciaux et de la sortie autoroute menant d'un côté vers la Suisse et de l'autre vers Mulhouse / Strasbourg / Belfort.

Réf. 25575

CBRE | IDRE 03 89 46 20 80
www.immobilier-desaulles.fr
47 Bd Gambetta - Mulhouse

A LOUER - BUREAUX - ILLZACH



Au 1^{er} étage d'un immeuble situé sur un axe passant, différentes petites surfaces de bureaux. Parkings privatifs.

Réf. 27697

CBRE | IDRE 03 89 46 20 80
www.immobilier-desaulles.fr
47 Bd Gambetta - Mulhouse

A VENDRE - LOCAL COMMERCIAL - MULHOUSE



Au RdC d'une résidence récente, local commercial de 291 m², avec plusieurs parties vitrées et 2 entrées. Parkings devant le local. Entrée ouest de Mulhouse, sur un rond-point et un axe à fort passage. Sortie autoroute. Superbe visibilité.

Réf. 30300

CBRE | IDRE 03 89 46 20 80
www.immobilier-desaulles.fr
47 Bd Gambetta - Mulhouse

A LOUER - BUREAUX - MULHOUSE



Bureaux d'une surface d'environ 530 m², divisibles en 2 lots de 380 m² et de 150 m², avec caves et parkings. Belle visibilité sur l'axe très passant de l'avenue d'Altkirch.

Réf. 30920

CBRE | IDRE 03 89 46 20 80
www.immobilier-desaulles.fr
47 Bd Gambetta - Mulhouse

A LOUER - BUREAUX - MULHOUSE



Hyper centre-ville de Mulhouse, immeuble restructuré avec commerce en rez-de-chaussée et bureaux disponibles en étage. Accès PMR. Livraison possible : brut, fluides en attentes ou sur-mesure. Parking possible, nous consulter.

Réf. 31114

CBRE | IDRE 03 89 46 20 80
www.immobilier-desaulles.fr
47 Bd Gambetta - Mulhouse

Vous désirez communiquer dans

Le Périscopie

Le média des entreprises locales

sous forme d'annonce publicitaire ?
Contactez notre service commercial
au 06 26 52 40 56

Le Périscopie

Le média des entreprises locales

Édité par S.A.S. Le Périscopie - 7 rue de Stockholm, 68260 Kingersheim
03 89 52 63 10 - www.le-periscope.info
N° ISSN : en cours - Tiré à 15.000 exemplaires

Directrice de la publication et rédactrice en chef : Béatrice Fauroux, beatrice.fauroux@le-periscope.info
Rédaction et photos (sauf mention contraire) : Béatrice Fauroux, Emilie Jafrate et Pierre Alain.
Publicité : Céline Boeglin-Koehler, celine.boeglin@le-periscope.info • **Web :** Agence Cactus
Mise en page : Bertrand Riehl • **Impression :** Imprimerie Moser • **Distribution de ce numéro :** S.A.S. Le Périscopie.