

Le Périscope

Le média des entreprises locales le-periscope.info

EDITO

Même pas peur...

La Covid-19 a rebattu les cartes du paysage économique. Les doutes ont pris les rênes du pilotage des entreprises et pour beaucoup, le regard sur leur situation professionnelle a été bouleversé. Pire, la pandémie a contraint des centaines de milliers de petites entreprises à mettre la clé sous la porte. Pourtant, pour certains, c'était l'occasion de faire le grand saut.

En 2020, le nombre total de créations d'entreprises en France atteint un nouveau record avec 848 200 créations, soit 4 % de plus qu'en 2019 (source INSEE), et ce, malgré la crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19. Cette hausse est de nouveau portée par les immatriculations d'entreprises individuelles sous le régime du micro-entrepreneur (+ 9 %), tandis que les créations d'entreprises individuelles classiques diminuent (- 13 %). Les créations de sociétés sont stables. Les secteurs contribuant le plus à la hausse sont les activités de transports et d'entreposage (+ 22 %), le commerce (+ 9 %) et les activités immobilières (+ 10 %). À l'opposé, le nombre de créations diminue dans les activités spécialisées, scientifiques et techniques (- 3 %), l'enseignement (- 8 %) et les autres services aux ménages (- 1 %). Les créateurs d'entreprises individuelles en 2020 ont en moyenne 36 ans. Parmi eux, quatre sur dix sont des femmes. La tendance s'est confirmée cette année encore avec, au 1er trimestre 2021, un nombre de créations d'entreprises qui s'établit à 275 616 (+ 31 % par rapport au T1 2020), dont 95 168 entreprises classiques (+ 16 %) et 180 448 micro-entrepreneurs (+ 40 %).

Tous les voyants sont au vert. La question qui se pose, c'est de savoir ce qui peut les pousser à faire ce plongeon dans l'inconnu. Dans notre dossier, on trouvera une partie des réponses. Mais une donnée est indéniable : malgré des conditions "hostiles", beaucoup ont poursuivi leur projet entrepreneurial. Cette dynamique prend ses racines dans une tendance de fond. Les Français ont compris depuis quelques années que créer leur entreprise était une alternative solide pour, notamment, inventer leur propre chemin professionnel.

Attention toutefois, chaque projet doit être pensé en passant par le questionnement sur sa viabilité. Surmonter les difficultés fait partie du quotidien des entrepreneurs. Car on ne naît pas entrepreneur, et cela nécessite dès le départ, puis de façon continue, une formation au pilotage de son entreprise. Aujourd'hui plus qu'hier, il y a des marchés porteurs, des nouvelles opportunités nées de la crise, des soutiens à la création d'entreprise. Alors oui, loin d'être un paradoxe, créer son entreprise aujourd'hui c'est bénéficier d'un contexte propice. Propice parce que l'époque que nous vivons nous pousse à revoir les modèles, repenser les codes des modalités de travail et des conditions dans lesquelles nous les exerçons. Entreprendre, créer son propre emploi devient une solution, une alternative au salariat sur un marché du travail de plus en plus tendu. Alors osons, osez.

Pierre Alain

Dossier : Ces entrepreneurs qui se sont lancés en pleine crise sanitaire

Parce qu'ils ont su faire de la crise sanitaire une opportunité... Notre dossier du mois est consacré à ces jeunes entreprises, lancées en pleine tempête.

Da Roberto, les spécialités italiennes du Calabrais Roberto Naccari en direct des marchés haut-rhinois

Originaire de la région de Calabre, Roberto Naccari a lancé sa petite entreprise de spécialités italiennes en octobre 2020. Ses produits sélectionnés avec soin et son accent chantant ont permis aux personnes adeptes de marchés de prendre une bonne dose de dépaysement, en plein coeur du confinement.

Ricotta/truffe noire, Ricotta/épinards, mozzarella di bufala/tomate séchée et basilic, aubergine, viande de boeuf... Ses pâtes fraîches en ont fait craquer plus d'un. Elles sont d'ailleurs son « cheval de bataille ». Déclinées en sept saveurs, elles représentent le point fort de Roberto Naccari et correspondent à environ 40 à 50% de ses ventes. Les arancini, qu'ils soient salés ou au nutella pour leur version sucrée, sans oublier ses cannoli siciliani ricotta pour le dessert ont également forgé la réputation de cet Italien originaire de la région de Calabre, dans l'extrême sud de l'Italie. « Au début, les gens n'osaient pas en consommer, mais je leur en glissais dans leur sachet pour qu'ils goûtent, sourit-il. Et puis mon accent est une autre de mes forces. » Un accent, une joie de vivre et une passion communicatives.

« Mangia bene e vivi felicemente »

Et puis, il faut dire aussi que les Italiens ne rigolent pas avec les bons produits ni la bonne cuisine. Un point commun, d'ailleurs, avec les Alsaciens. « La cuisine, c'est la vie, chez nous. S'il mange mal, cela peut mettre un Italien de mauvaise humeur. Mangia bene e vivi felicemente - traduisez pour vivre heureux, mangeons bien - c'est ma devise. » Sur les marchés, Roberto Naccari essaie d'ailleurs de transmettre cette culture et cet amour du bien manger à ses clients. « Je donne ma recette des carbonaras sans crème, par exemple. Pendant le confinement, avec les restaurants fermés, j'ai imprimé des recettes sur mes flyers. » Pour le moral aussi, Roberto Naccari propose des plateaux composés de charcuteries fondantes, de fromages et d'antipasti.

Un démarrage extraordinaire en octobre 2020

« À mon sens, il n'y aurait jamais eu de meilleur moment que cette période Covid pour lancer mon activité. Tous les restaurants étaient fermés et le seul moyen de sortir c'était d'aller faire des courses. Les gens avaient le choix entre les centres commerciaux au milieu d'une foule en panique ou alors à l'air libre, sur les marchés. Le flux de clients a été très important dès le départ. C'est ce qui m'a permis de me faire véritablement connaître. J'ai vécu un démarrage extraordinaire. » Avec la réouverture des restaurants, la réouverture aussi des frontières et la liberté de circuler, Roberto Naccari note une perte de



En plein confinement, Roberto Naccari a su faire voyager ses clients par ses produits italiens et son accent calabrais. DR

50 à 70% de son activité sur certains marchés. Pour pallier ce manque à gagner, il ambitionne de gagner quatre nouveaux marchés d'ici fin 2021, portant à 11 son nombre d'emplacements par semaine. « Je m'attendais à ce phénomène, j'avance avec un peu plus de doute mais je continue de travailler dur. »

« Je me suis immédiatement senti dans mon élément »

La clientèle de marché est une clientèle particulière, une clientèle attachée à ses habitudes. « Dure à conquérir mais facile à perdre. » Roberto Naccari a su gagner le coeur et les papilles de ses clients par ses produits mais aussi par son bagout. « Je n'ai aucune stratégie. Je reste moi-même. Le meilleur retour que puissent me faire les clients, c'est de revenir en me disant : ce soir nous sommes cinq, prépare nous un plateau, on te fait confiance. » La vie de marché, il l'a découverte il y a quelques années. Arrivé en Alsace en 2013, Roberto Naccari a commencé par travailler dans une entreprise de fermetures. Lorsque cette aventure s'est terminée, le Calabrais ne parlait pas un mot de français. Sa langue et sa culture lui ont permis de se rapprocher d'un grossiste de produits italiens installé à Mulhouse. « Avec eux, j'ai découvert les marchés. J'y ai travaillé pendant deux ans et demi, trois ans. À leurs côtés, j'ai tout appris. Je me suis immédiatement senti dans mon élément. » D'autres expériences en lien avec l'alimentaire italien s'enchaînent ensuite et puis Roberto Naccari ressent l'envie de voler de ses propres ailes. Il monte son projet et réalise un premier investissement de 25 000 euros dans une camionnette, un premier stock et le capital de son

entreprise. Le succès qu'il rencontre dès le départ lui permet de poursuivre ses investissements. Roberto Naccari dispose désormais d'un dépôt. Il a acheté un deuxième camion, avec une vitrine amovible de 4m20 de long.

« J'ai envie de faire connaître ma terre »

Ambitieux, Roberto Naccari aimerait grandir. Son deuxième véhicule pour l'heure en stand by, il recherche la perle rare à embaucher. Celle qui saura, comme lui, transmettre sa passion des bons produits. « J'espère pouvoir aller sur les salons également pour dénicher des produits d'exception, en privilégiant les petits producteurs locaux, sans oublier les classiques, bien entendu. Il faut savoir que chez nous, en Italie, la cuisine change radicalement en 20km. » S'il ne fait pas encore de service traiteur, l'idée d'installer un laboratoire pour proposer quelques spécialités gourmandes lui trotte d'ores et déjà dans la tête. « J'ai envie de cuisiner des cannellonis, des lasagnes parmigiana et de décliner l'espadon, comme on le fait chez nous ! »

Emilie Jafrate

Da Roberto - Spécialités italiennes

darobertofood@yahoo.com

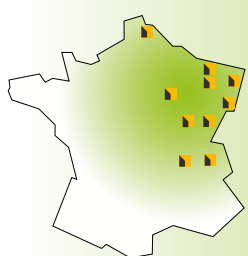
06 25 60 03 21

Da Roberto

Sur les marchés : mardi soir à Eguisheim, mercredi matin à Sierentz, jeudi matin à Rixheim, jeudi soir à Zillisheim, vendredi matin à Cernay, vendredi soir à Wattwiller, samedi matin à Munster.

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, Strasbourg (Siège), Troyes, Dijon, Besançon, Lyon & Annecy



Végétosphère, le coaching jardin éco-responsable signé Patrick Makowka depuis Brunstatt-Didenheim

Patrick Makowka propose du coaching végétal. La Covid l'a conforté dans son projet d'entreprise face au boom de l'éco-citoyenneté et du jardinage provoqué par les confinements successifs. En août 2020 est né Végétosphère.

C'est la passion qui lie Patrick Makowka au jardin et aux végétaux. « Je suis fils d'agriculteur. J'ai ça dans le sang », sourit-il. Il débute sa carrière professionnelle par l'enseignement agricole et horticoles. Après une formation commerciale dans la distribution des produits horticoles, il intègre une jardinerie de l'Est. De simple vendeur, il y grimpe les échelons jusqu'à en devenir le directeur. Il transmet sa passion en parallèle sur les ondes FM. Patrick Makowka anime une chronique jardin par semaine à la radio dans laquelle il donne des solutions aux auditeurs qui rencontrent des problèmes avec leurs espaces verts. C'est fort de tout ce bagage que ce passionné se met à cogiter. « Je me suis interrogé sans jamais vraiment développer la chose, raconte-t-il. Je savais qu'il y avait quelque chose à faire dans le jardin à travers un nouveau métier mais c'est resté flou. La radio a été un véritable déclencheur. Il m'a fait prendre conscience des problématiques clients. »

Les clés pour réaliser des corrections dans son jardin

Et puis l'idée s'est peu à peu précisée pour prendre la direction du coaching. Patrick Makowka développe alors une série de vidéos sur sa chaîne YouTube Végétosphère « minimaliste dans le montage et la mise en scène ». Leur intérêt est de proposer une approche pédagogique par thématique. Il espère pouvoir produire ses prochaines vidéos depuis le Parc Botanique et Zoologique de Mulhouse. « Les plantes y sont remarquables. » Un projet entamé en

janvier 2020 et retardé par la Covid. Il a en revanche pu préciser son concept et travailler sur la création de son site internet. « Sur place ou en visio, je suis capable d'identifier les problématiques d'un jardin. Attention je ne suis pas paysagiste mais j'apporte les clés pour réaliser des corrections. » La visio lui permet un rayonnement sur l'ensemble du territoire national. En complément, Patrick Makowka propose également une centaine de produits « techniquement intéressants ».

Embouteillage sur la Toile

S'il s'est lancé en ligne, Patrick Makowka s'est retrouvé confronté à l'explosion d'Internet. « En 2020, il y a eu une flambée de sites internet. Cela a conduit à un véritable embouteillage sur la Toile en seulement six mois. N'ayant pas de boutique ou de showroom "physique", je dois chercher mes clients virtuellement. Mais je sais qu'il y a une véritable demande. De l'autre côté, j'ai l'offre. Il faut que je trouve le chemin entre les deux. » Patrick Makowka travaille sur le référencement et s'arme de patience. « Du site internet au stock, j'ai investi près de 8000 euros. Avec ce budget de départ, je sais qu'il faut tenir bon deux, trois ans, avant de tirer un quelconque bilan. »

Sensibiliser... Son cheval de bataille

Patrick Makowka reste en tout cas animé par cette volonté de partage des savoirs et la sensibilisation.



Le végétal, il l'a « dans le sang ». Patrick Makowka au coeur de son jardin à Brunstatt-Didenheim.

« Tout est fait pour que le client ait tout en avril/mai. Seulement, avec le réchauffement climatique, des arrêtés préfectoraux nous interdisent d'arroser l'été. Il faudrait pouvoir ramener le particulier et les professionnels à acheter au bon moment. Comme le disent les anciens, le 25 novembre, tout bois prend racine. Cela leur laisse le temps de se développer. Il n'y a ainsi plus de problème d'arrosage. Aujourd'hui, tout est fait à l'envers. Pour faire machine arrière, il faut ré-éduquer le client. Mais l'urgence climatique nous pousse à repartir comme les anciens. Je vois la façon dont les choses se dégradent et les normes se durcissent. Je suis dans un cheminement éco-responsable. Plus on plantera, plus nous absorberons du carbone. Nous avons tous un rôle à jouer dans la végétalisation. » Végétaliser oui, mais pas n'importe comment. Autre exemple : celui du gazon. Tout le monde plante son gazon au printemps or,

le gazon ne gèle pas et Patrick Makowka préconise fortement une plantation en automne. Participer à la prise de conscience générale, c'est la mission que s'est donné ce chef d'entreprise.

Emilie Jafrate

Végétosphère

11, rue de Brunstatt - 68350 Brunstatt-Didenheim
07 80 96 28 11
vegetosphere.com
f Vegetosphere

Greenside, la reconnexion à la nature par les végétaux stabilisés d'Armelle Mona

L'arrivée de la crise sanitaire a offert du temps à Armelle Mona. À la tête de Solutions Jardins depuis 1996, l'arrêt de son activité lui a permis de mûrir un projet qui lui trottait depuis de nombreuses années dans la tête. C'est ainsi qu'est né "Greenside - La nature sur vos murs", une boutique qui propose de la décoration composée de végétaux stabilisés.

Armelle Mona a toujours été attirée par les végétaux d'intérieurs. « À la maison, d'ailleurs, enfant, je feuillettai une encyclopédie consacrée aux plantes d'intérieur, se souvient-elle, tout sourire. J'ai orienté mes études dans cette voie là et j'ai la chance d'avoir pu en faire mon métier. » Armelle Mona est à la tête de Solutions Jardins depuis près de 25 ans et elle a fait de la végétalisation en entreprise son quotidien. « Un jour, j'ai eu une demande pour des murs végétalisés sans entretien, raconte-t-elle. C'était pour une maison de retraite qui n'avait pas les moyens d'investir dans l'entretien. C'était ma première installation avec des végétaux stabilisés. » Un matériau particulier qu'elle a pu travailler pour quelques projets au coeur de Solutions Jardins. « Ces végétaux stabilisés répondent au besoin qu'ont les entreprises de végétaliser tout en effaçant la contrainte de la lumière. » Ces plantes stabilisées restent en effet 100% naturelles et ne demandent que très peu d'entretien. « À l'époque je ne faisais que du sur-mesure, souligne Armelle Mona. Mais ce n'était pas un circuit de vente adapté au particulier. »

« Mon bébé Covid »

Et puis la Covid est entrée en jeu. « Je ne savais pas quand est-ce que je retrouverais mon entreprise... Lorsque le téléphone a arrêté de sonner je me suis dit que je ne pouvais pas passer à côté,

sans quoi, je le regretterai. J'en avais besoin aussi pour rester active. » Elle met quelques jours à accuser le coup avant de se lancer complètement dans ce nouveau projet, début avril 2020. En mai, elle trouve le nom de son concept, en juillet elle ouvre son showroom et le mois de novembre a marqué la mise en ligne de son site de e-commerce. « C'était un travail colossal mais j'avais l'intuition. Je savais que c'était maintenant ou jamais. J'ai également pu faire travailler mes collaborateurs de Solutions Jardins autour de cette nouvelle entreprise. Ensemble, nous avons pu faire quelque chose de beau, de constructif. Ce projet est le fruit de huit mois de boulot intense. Je l'appelle mon bébé Covid. »

« Frais et lumineux »

Armelle Mona a choisi de ne pas s'arrêter à la boutique en ligne. « Je voulais un concept dans lequel je puisse également accueillir les gens pour leur montrer le végétal, le leur faire toucher, voir. » Elle a donc aménagé un espace dans son entreprise Solutions Jardins en showroom. Un investissement de 30 000 euros. En ligne, sa clientèle, forcément, est variée. Greenside expédie partout en France. « Nous avons des particuliers mais aussi des médecins pour agrémenter leurs cabinets ainsi que des avocats. Des décoratrices sont venues jusqu'à la boutique. » Greenside, c'est une gamme de pro-



En plein confinement, Armelle Mona a mûri "Greenside" aux côtés de ses collaborateurs de Solutions Jardins.

duits décoratifs "prêts-à-poser" mais aussi des tableaux à réaliser soi-même. « Les gens ressentent ce besoin de faire eux mêmes. Nous avons créé des kits DIY "do it yourself" avec les végétaux mais aussi une colle à paillettes spécialement conçue pour nos kits. » Armelle Mona propose également des ateliers coaching et initiation. Ces végétaux stabilisés répondent à ce besoin de reconnexion à la nature. « Ces plantes ne vivent plus mais elles restent moelleuses et douces au toucher. Elles ont un côté frais et lumineux. Elles ont tous les avantages du naturel sans les contraintes de l'arrosage. »

Un développement à l'export

Un projet qui a rapidement demandé l'embauche d'une personne. « Greenside a une place minime dans le global de l'entreprise et ne représente pour le moment que 2% de notre chiffre d'affaires. Mais

nous n'en sommes qu'au démarrage. » Un démarrage et déjà, des perspectives à l'export qui passeront par la traduction de la e-boutique en anglais. D'ici fin 2021, Greenside proposera également des cadres avec un large choix de finitions ainsi que de nouveaux coloris en matière de végétaux. Si Greenside marque le début d'une nouvelle aventure, ce projet aura également permis de ressouder et de redonner une dynamique à Solutions Jardins et ses collaborateurs.

Emilie Jafrate

Greenside

4, rue de Pologne - 68170 Rixheim
Boutique en ligne : www.greenside-creation.fr
f Greenside



Michel Pierret, l'expert conseil et formation au service de l'expérience client

Les relations clients ont guidé l'ensemble de son parcours professionnel avec, toujours, ce souci de l'améliorer. À 62 ans, Michel Pierret a pris le temps de se questionner sur sa fin de carrière. Début 2020, il fonde NALAM et intervient aujourd'hui en tant que consultant auprès des entreprises.

Il prend goût à l'amélioration des expériences clients auprès de La Redoute. Du contrôle qualité dans l'ameublement, il évolue vers un poste de management des relations clients avant d'en devenir le responsable. Une expérience qu'il forge plus encore chez Sony. « J'y ai accepté tous les métiers de la relation client. J'étais d'ailleurs devenu le "M. relations clients" de la partie française. » En 2012, Michel Pierret se remet en question et réalise une année d'études auprès de l'ESSEC avant d'occuper un poste de Directeur des opérations clients chez Waterair.

NALAM, le fruit d'une remise en question

En 2019, arrive une nouvelle remise en question. « À 62 ans, j'avais envie d'une fin de carrière positive. Je me suis demandé ce que j'avais envie de faire, quelle était ma valeur ajoutée, ma singularité et ce que je pouvais transmettre. Améliorer l'expérience client fait partie de mes convictions et j'en ai touché tous les aspects, autant dans la stratégie que dans l'opérationnel. Je n'ai pas seulement une vision marketing, j'en connais tous les rouages internes. » C'est dans cet esprit qu'est

né NALAM en 2020 : normer, analyser, livrer, approprier et mesurer.

Simplification des process pour les rendre compréhensibles par tous

Dans sa stratégie, Michel Pierret s'attache à simplifier les process de ses clients. « J'analyse ce qui est bon pour le client et j'aide les entreprises à le mettre en oeuvre. Mon idée est de rendre l'entreprise unique aux yeux de ses clients. » Michel Pierret apporte des clés, dans le respect, toujours de ce que l'entreprise a déjà mis en oeuvre. « Je pars toujours de l'écoute, de la compréhension, du mode de fonctionnement. Je remonte le fil de la vente au SAV en recherchant les points de dysfonctionnement. » Un accompagnement, forcément, sur-mesure.

« L'envie de les aider à avancer »

« J'ai envie d'aider les entreprises pour leur faire gagner du temps mais aussi pour qu'elles se sentent plus à l'aise et sereines. » Le sujet des réclamations est un bon exemple de champ d'action. « On y va la boule au ventre. Ce sont des dossiers que l'on décale le plus souvent. Et si on les décale,

c'est qu'on n'a pas la réponse. » Dans ce cas particulier, Michel Pierret propose de travailler sur la réponse et la méthodologie en décortiquant le problème. « Dans une réclamation, il y a toujours un contexte, un responsable - sans faire la chasse au responsable - et une décision à prendre. »

En 2020, le pied à l'étrier

Le premier confinement lui a permis de travailler avec son premier client. « Cette première expérience m'a mis le pied à l'étrier. En 2020 aussi, j'ai entretenu le lien avec mes contacts. » La visio a également été un élément primordial dans cette année de turbulences. « Pour les consultants, cette nouvelle approche permet de gagner du temps, en décantant un projet en 15 minutes. Les rendez-vous en face à face se décalent plus facilement. En visio, on trouve toujours un moment. » Michel Pierret a également donné une formation de deux jours et demi sur l'expérience client pour une école de commerce à Paris. « Entre les cours à préparer et la première mission à mettre sur pied, cette année 2020 est passée très vite. »

The Influencers Movement, un premier cercle le 14 octobre

2020 a été l'année d'une rencontre qui lui a permis de monter un deuxième volet à son activité. Engagé dans The Influencers Movement, Michel Pierret lancera son premier cercle de 15 membres le 14 octobre et un deuxième en 2022. L'objectif est d'aider les entreprises à anticiper le monde de



Michel Pierret est le fondateur de NALAM, il accompagne les entreprises dans la stratégie clients.

demain à travers des valeurs de passion, d'intégrité et de partage. « L'enjeu est humain et social aussi, avec l'idée de développer un nouveau mode de leadership du service qui prend en compte les collaborations plus humaines. Apporter du sens à ses collaborateurs et leur permet d'avancer. »

Emilie Jafrate

NALAM Conseil et Formation

Michel Pierret
06 72 85 64 85
michel.pierret@essec.edu

Literie Gantner, le pari de la literie très haut de gamme signé Jean-Luc Gantner

Fort de ses 25 ans d'expérience dans le domaine de la literie, Jean-Luc Gantner a monté sa propre affaire. En décembre 2020, il inaugure sa boutique Literie Gantner, à Wittenheim.

C'est empli de craintes que Jean-Luc Gantner s'est lancé dans l'aventure entrepreneuriale. Des craintes qui se sont rapidement estompées. « La situation sanitaire s'est avérée la plus favorable pour concrétiser mon projet, glisse Jean-Luc Gantner. Avec la crise et les confinements successifs, les gens ont pu épargner et à défaut de vacances et de sorties, ils se sont recentrés sur leur maison, leur intérieur. C'était une aubaine pour notre secteur d'activité. J'ai également pu bénéficier d'un loyer moins important et de subventions pour prendre avec moi deux alternants. »

Le choix de l'indépendance

Si le premier confinement a ralenti les choses du fait du manque de disponibilité des administrations, le deuxième est tombé au moment des travaux de son magasin. « Heureusement, les magasins de bricolage étaient accessibles, à ce moment là. » Jean-Luc Gantner a investi 30 000 euros dans la rénovation de son local de 240m². Il a ouvert le 14 décembre 2020. « N'étant pas une enseigne nationale et ayant fait le choix de l'indépendance, le démarrage était mon autre crainte. » Un démarrage qui s'est au final bien passé. À mi-chemin de cette première année d'activité, Literie Gantner enregistre d'ailleurs le chiffre d'affaires qu'il avait estimé pour l'ensemble

de sa première année, et ce, malgré sept semaines de fermeture. « Mais je reste prudent, la période reste instable. Tout peut changer du jour au lendemain. La preuve, avec le déconfinement, les gens ont recommencé à sortir et ont réservé leurs vacances... Nous avons senti un ralentissement. »

L'atout proximité

Par ses 25 ans de métier dans le domaine, Jean-Luc Gantner a pu bénéficier de son réseau de fournisseurs. Il s'est tout de suite placé sur le très haut de gamme. « La fabrication française est pour moi très importante. Je travaille également avec un fabricant alsacien. » Ses atouts restent le conseil, l'écoute, l'accompagnement et le service. Jean-Luc Gantner tient en effet à replacer l'humain au cœur des débats. « Aujourd'hui, les gens se montrent très sensibles à ce facteur de proximité. Ici, nous ne sommes pas dans la vente agressive. Ce que j'aime, c'est le conseil. La literie est une vente très particulière. Ce n'est pas un achat plaisir ni coup de cœur comme peut l'être un meuble ou une voiture. Les gens remplacent leur literie lorsqu'ils ont mal au dos. C'est une contrainte, la vente est donc plus compliquée. » S'il assure les conseils techniques, l'objectif de Jean-Luc Gantner est aussi de proposer un produit dont



Jean-Luc Gantner a ouvert son magasin de literie très haut de gamme en décembre 2020. Pari réussi.

le confort est adapté à son client. Une literie qu'il propose même de personnaliser avec près de 300 teintes différentes. « Notre petit plus par rapport au métier de base, c'est aussi cette association de matériaux et de coloris. »

Un lieu d'exposition d'artistes locaux

Jean-Luc Gantner vise aussi à faire de son magasin un lieu d'exposition d'artistes locaux. S'il se place sur le marché du particulier, dans un rayon de 30km autour de son magasin, Jean-Luc Gantner développe aujourd'hui une gamme de trois produits destinés à l'hôtellerie. À court terme, le fondateur de literie Gantner recherche une personne à former pour la

vente. « Il faut, à mon sens, compter deux ans pour une formation complète. Je souhaite transmettre mes valeurs et mon état d'esprit à cette personne. » S'il ne voulait pas, au départ, ouvrir sous son nom, son enseigne lui a également permis de retrouver des clients. Jean-Luc Gantner envisage d'ouvrir deux ou trois autres points de vente à échéance 2024.

Emilie Jafrate

Literie Gantner

134 rue des Mines - 68270 Wittenheim
03 89 48 02 41
literie-gantner.fr
f Literie Gantner

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



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

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
- Diables, chariots, transpalettes en libre-service
- Location au mois ou à l'année

03 89 311 811 extrastockage.com

9 Avenue d'Italie - 68110 Illzach

Pla-Stick's à Wittelsheim, l'impression 3D sans limite

L'aventure démarre pendant le premier confinement. Virgile Blies fabrique des milliers de visières à l'aide de ses imprimantes 3D. Pris de passion pour ses machines, il se lance alors dans la conception d'objets de toute sorte. Pla-Stick's naît officiellement en novembre 2020.

La crise sanitaire lui a mis le pied à l'étrier. Une première vague au cours de laquelle Virgile Blies réalise près de 7000 visières pour protéger son entourage, à raison de 100 à 150 pièces par jour. Afin de suivre la cadence, il investit dans sept machines supplémentaires. « Mais jamais de la vie j'aurais un jour pensé développer une activité autour de la création d'objets par imprimante 3D, sourit-il. C'est vrai qu'avec la Covid, j'ai commencé à voir les choses différemment. Travailler à domicile m'a aussi permis de redécouvrir ma famille, de passer du temps avec mes enfants. » Une nouvelle philosophie de vie que Virgile Blies n'avait pas envie d'abandonner... Il s'est d'ailleurs construit son propre atelier, à domicile.

Du simple porte-clé aux mécanismes complexes

La fabrication de visières s'étant arrêtée du jour au lendemain il a aussi décidé de donner vie à de nouveaux objets. Des objets publicitaires à destination des entreprises, à l'instar du porte-clé, jusqu'à des pièces très complexes, comme des valves à intégrer dans des systèmes, des engrenages... « Récemment, un monsieur de Sélestat m'a appelé pour reproduire un clip de sortie d'injecteur pour son véhicule. Une pièce qui lui aurait coûté 100 euros en temps normal. Je la lui ai fabriquée pour un prix dérisoire. » Des anecdotes, Virgile Blies en a plein. Il les partage d'ailleurs sur sa page Facebook.

Étude et conception

Virgile Blies reproduit, crée aussi des produits

qui n'existent pas ou plus. « S'il y a un problème, j'aime trouver la solution. Cela me passionne. » Mais l'impression 3D reste une solution supplémentaire, « pas une fin en soi ». Avant de programmer une pièce, il y a toute l'étude, la conception, le codage et la programmation sur machine. Il est d'ailleurs allé jusqu'à fabriquer lui-même sa propre imprimante 3D. « J'aimerais entrer dans le monde de l'industrie pour développer ma propre marque et mes propres machines. Ce serait du 100% français. Et je pourrais également proposer la formation qui va avec. J'ai imaginé plusieurs versions. Un pack complètement terminé qui ne demanderait qu'à être assemblé, un kit intermédiaire ou alors la machine à réaliser entièrement tout seul. » Pour l'heure, Virgile Blies a déjà vendu une machine accompagnée d'un pack formation à un passionné d'impression 3D. « Je la lui ai pré-montée et le lendemain je suis allé l'installer, la régler et la lui expliquer. »

Sur le marché du bâtiment et de la rénovation avec Conec Stick's

Cet été, il a décidé d'élargir son offre de services en mettant à profit ses 20 années d'expérience dans les automatismes, les fermetures du bâtiment ainsi que dans les dépannages sous le nom de Conec Stick's by Plastick's. Avec cette nouvelle activité, Virgile Blies s'adresse au monde du bâtiment et de la rénovation. « Le remplacement de motorisation est un vrai marché que j'ai pu vérifier en qualité de responsable technique et SAV dans cette branche pendant mes 20 ans de métier. Les gens ont souvent besoin de répa-



Virgile Blies, dans son atelier aménagé pour développer son activité d'impression 3D.

rations que les prestataires ne veulent pas ou ne savent plus fournir. Ces demandes de dépannage ou de reprogrammation sont en plein essor face au développement de la domotique et des objets connectés. Je suis capable de réaliser des domotiques complètes quasiment sans fils et sans travaux. Je sais également rendre compatible presque toutes les marques d'automatismes entre elles, et du coup, centraliser la maison par la domotique. Mon expérience en SAV a également fait de moi un expert multimarques en automatismes et en dépannage en tous genres dans les fermetures du bâtiment. » Un moyen de rendre son projet économiquement

viable en attendant de trouver suffisamment de clients afin que ses machines tournent chacune 10 heures par jour, tous les jours.

Emilie Jafrate

PLA-Stick's
8, rue du Merle - 68310 Wittelsheim
www.plastickfablab.com
06 86 50 31 02
f plastickfablab

RENDEZ-VOUS LANGUES ÉTRANGÈRES

DÉCOUVREZ
NOS FORMATIONS
TESTEZ VOTRE
NIVEAU EN LANGUES

**TOUS LES LUNDIS
DE SEPTEMBRE**
// DE 13H À 19H

CCI CAMPUS MULHOUSE
15 RUE DES FRÈRES LUMIÈRE

**SUR PLACE
OU EN VISIO**

#ccicampusalsace
f @ t i n y

>> POUR VOUS INSCRIRE <<
03 89 202 203 - cel-mulhouse@alsace.cci.fr
www.ccicampus.fr



CE QUI COMPTE ? L'ENGAGEMENT MUTUEL !

**Encore et toujours à vos côtés
pendant la crise sanitaire !**

Crédit Mutuel
La DOLLER

L'EXPERTISE BANCAIRE DES PROFESSIONNELLS
POUR LES PROFESSIONNELLS

3 rue du 2^{ème} Bataillon Choc - MASEVAUX - NIEDERBRUCK

PÔLE ENTREPRISES

7 rue du Pont d'Aspach - BURNHAUPT-LE-HAUT
Tél. : 03 89 36 64 63 - Courriel : 03530@creditmutuel.fr

Appalette Tourtellier Systèmes à Mulhouse, une croissance constante et une transmission familiale réussie

ATS est le spécialiste des systèmes de manutention automatisés depuis 1866. Installé à Mulhouse, 80% de son chiffre d'affaires est réalisé hors de France. Appalette Tourtellier Systèmes est une PME familiale qui a su relever le défi de la transmission familiale.

La conception, la fabrication, l'installation, la programmation et la mise en service de systèmes de convoyage automatisés et de poutres roulantes est la spécialité d'Appalette Tourtellier Systèmes. Cette entreprise installée à Mulhouse, compte aujourd'hui une dizaine de filiales dans le monde et 300 collaborateurs. En 2020, le groupe a réalisé 50 millions de chiffre d'affaires dont 80% à l'export. Particularité d'ATS, elle reste une société familiale. Une société transmise par Daniel Rieffel à ses trois fils, Yves, Luc et Guy. « J'ai fait mes débuts dans l'entreprise sur un chantier en Inde, pour dépanner, se souvient Yves Rieffel. J'ai commencé en 2000 comme aide monteuse. Pendant un an, j'allais de chantier en chantier. De l'Inde, je suis parti au Brésil, au Mexique... Mon objectif était de finaliser ma formation d'ingénieur. Et puis j'ai poursuivi avec des chantiers de plus en plus compliqués et gravi les échelons, de monteuse à chef de projet jusqu'à intégrer le directoire de l'entreprise. »

Des circuits courts de décision

Depuis 2005, Yves Rieffel s'occupe tout particulièrement de l'Inde. « Notre père n'a plus, aujourd'hui, de rôle opérationnel mais il continue de nous apporter son expertise. La transition s'est faite en douceur pendant 20 ans ! » Luc, lui, a fait ses armes ailleurs avant de rejoindre l'histoire familiale en 2006. Il gère le Business Unit Walter Manutention, spécialisé dans le domaine de la cimenterie. Le troisième de la fratrie, Guy, gère Swiss Flavours, une entreprise agroalimentaire, depuis la Lettonie. Swiss Flavours fait partie du groupe familial depuis 2015. « Nous ne

gérons pas une entreprise familiale comme la nôtre de la même façon qu'un groupe composé d'actionnaires. Nos forces résident dans notre circuit de décisions court. Nous restons agiles. »

Un développement aux Etats-Unis

Une agilité qui leur a permis de « passer entre les gouttes » au cœur de la crise sanitaire. « Nous sommes entrés dans cette crise avec un carnet de commandes important. La pandémie a représenté un coup de frein surtout en Inde. Le lockdown y a été le plus dur au monde. L'impact a été industriel mais humain, aussi. » ATS a connu des mois mouvementés avec des tensions sur les approvisionnements en matières premières. « Heureusement, les décisions sont entre nos mains. Nous les avons prises rapidement et au bon moment. » Et ATS a su poursuivre son développement tout au long de cette année 2020, malgré la crise. L'entreprise a racheté un terrain en Inde afin de multiplier par trois ses moyens de production. ATS a également investi dans un terrain et un bâtiment en Lettonie. La condition pour que Swiss Flavours puisse décrocher un certificat vétérinaire. Ce développement se poursuit en 2021 avec des ambitions vers les Etats-Unis. « Nous avons rentré une commande importante pour Tesla aux Etats-Unis, souligne Yves Rieffel. Les USA représentent un marché important depuis plusieurs années. Ces 14 derniers mois, nous avons réalisé plus de 10 millions d'euros de commandes. Nous avons ainsi créé une société là-bas, et nous avons pour ambition l'embauche d'une petite équipe sur place. »

L'automobile, son marché historique

La croissance d'ATS repose sur la diversification de ses activités. « Nous proposons une large gamme de produits. Cela nous permet une croissance stable et sereine. Il fait toujours beau quelque part. » Le marché historique d'ATS est l'automobile. Il représente 50% de son chiffre d'affaires. « L'automobile demande des délais courts, les exigences sont élevées. C'est un domaine qui donne de la crédibilité. Le séquençement et la logistique des machines sont compliqués. Nous n'apportons pas de plus value au process mais notre technologie nous permet de transporter le bon produit au bon moment. Nous assurons la cadence de fabrication. Les temps de cycle sont extrêmement précis. » La cimenterie représente 15 à 25% du volume d'activité d'ATS. « Nous mettons au point des systèmes sécurisés pour apporter les matières premières et les doser. Nos machines sont brevetées. »

Un fort investissement dans la R&D

L'entreprise familiale a également choisi d'investir près d'1 million d'euros dans de nouveaux moyens de production pour innover dans la conception de ses pièces. Un moyen de réduire la sous-traitance et de répondre aux besoins de délais de livraison de plus en plus courts. « Nos pièces conservent les mêmes fonctions mais nous repensons leur élaboration. Nous passons de pièces usinées à des pièces moulées », explique Yves Rieffel. Un challenge au quotidien et pensé en réseau, avec les filiales allemandes,



ATS- Yves (à gauche) et Luc Rieffel.

indiennes et françaises du groupe. « Fabriquer ici en France, en Alsace, et plus particulièrement à Mulhouse est une fierté. Cela ne coulait pas de source et nous sommes passés par la réflexion, l'innovation et l'investissement pour y arriver. » L'investissement et la mise en commun des savoirs. « Où nous voyons-nous dans cinq ans ? J'ai du mal à répondre, glisse Yves Rieffel. Nous ne sommes pas de grands stratèges mais des opportunistes, même si nous avons les Etats-Unis depuis deux ans maintenant dans la tête. Nous souhaitons continuer dans la même voie. » Le marché indien dispose d'un fort potentiel de développement. « Le marché est énorme mais l'offre y est faible. » ATS compte bien également poursuivre dans l'innovation avec l'ambition d'universaliser ses produits.

Emilie Jafrate

Appalette Tourtellier Systèmes
56, rue du Pâturage - 68200 Mulhouse
03 89 32 47 00
www.ats-group.com

UNE ÉQUIPE LOCALE POUR VOUS ACCOMPAGNER TOUJOURS PLUS LOIN



TRANSPORTS AÉRIEN, MARITIME ET FERROVIAIRE | IMPORT & EXPORT

ZIEGLER[®]
Excellence in Supply Chain

AGENCE DE MULHOUSE
SERVICE OVERSEAS
30 ANS À VOTRE SERVICE

1 QUAI DE ROTTERDAM • ILLZACH
03 89 31 38 60
salesmlh@zieglergroup.com
ZIEGLERGROUP.COM

Zengyo, un management par les neurosciences élaboré par le Dr. Jacques Borg

Médecin de formation, le Docteur Jacques Borg s'est toujours attaché à décrypter le fonctionnement du cerveau. Spécialiste en neurosciences cognitives et praticien en méditation, il crée Zengyo en 2018. Son objectif est d'accompagner les cadres et collaborateurs d'entreprises, sur les thèmes du management, de la montée en compétences et du bien-être au travail.

Zengyo est la voie du zen par la conscience et du gyo pour la pratique. Une méthode dans laquelle seul l'instant présent compte. « Être attentif à soi, sans être obnubilé par le jugement des autres, c'est ce qui permet de prendre de bonnes décisions, souligne le Dr Borg, fondateur de Zengyo. On ne prend pas non plus en compte les émotions qui altèrent, forcément, nos prises de décision. » Tout passe par la méditation. C'est ce qu'on appelle le management par les neurosciences. « Elle permet d'être conscient de ce qui se passe dans son corps. Assis en silence, les émotions ressortent, il faut les laisser partir. » Une méthode que le Dr Borg propose au sein des entreprises.

Par la méditation

Le Dr Jacques Borg intervient dans tout type d'entreprise, tout secteur d'activité, qu'ils soient de service, d'industrie, de réseaux de santé mais aussi au sein d'entreprises adaptées. Les sociétés qui franchissent le pas sont généralement sensibilisées à leur rôle sociétal (RSE). « Ce sont souvent des entreprises mûres qui encouragent les initiatives de leurs collaborateurs et qui sont attachées à leur progression. » Les accompagnements se déroulent par groupe d'une dizaine de personnes selon deux

formules. Ou sur un format court de deux journées intensives ou de façon progressive, à raison de deux heures hebdomadaires sur huit semaines. Des ateliers de méditation qui se réalisent en silence. « Ce sont des séances au cours desquelles le niveau hiérarchique disparaît, souligne-t-il. Il n'y a pas de critique ni de jugement. Les interactions ne se font pas par les mots mais par la présence des uns et des autres. Il s'agit de se montrer attentif à soi et aux autres. » Une approche aux effets, à chaque fois, surprenants

Une expérience commune

Une méthode expérimentée sur un service psychiatrie, entre soignants et patients. « Les psychiatres me disaient que depuis nos ateliers, ils parviennent à établir un contact plus direct avec leurs patients. Chacun a vécu une expérience différente mais cela leur a permis d'établir une relation de confiance. » Une méthode aux effets bénéfiques aussi dans des contextes de fusion d'entreprises. Le Dr Borg est également intervenu auprès de General Electric à Belfort. « On m'a dit que cela ne fonctionnerait pas en industrie. » General Electric en est le contre exemple par excellence. Parmi les autres expériences marquantes, celle

réalisée auprès du Ballet du Rhin. « J'ai découvert un niveau de stress incroyablement élevé chez les danseurs. Ils sont dans l'angoisse permanente d'être prêts, de ne pas se blesser tout en accomplissant des efforts physiques importants. On a travaillé pour qu'ils puissent gérer ce stress et se montrer confiants en leurs compétences. »

De l'autonomie pour oser les initiatives et l'innovation

S'il y a un mot qu'il bannit d'emblée de son vocabulaire, c'est le mot performance « Lorsqu'un dirigeant me parle d'objectifs, je lui dis toujours que mes ateliers sont utiles mais qu'il n'y a pas d'objectifs à atteindre. » Une philosophie qui peut être réhabilitée. « Certains n'y voient aucun retour sur investissement. Mais les méthodes utilisées permettent à chacun de progresser à sa vitesse et à sa manière. » Si le Dr Jacques Borg intervient à un temps donné, il cherche surtout à rendre les entreprises autonomes « pour qu'elles n'aient plus besoin de moi ». Une autonomie pour encourager les initiatives, la confiance, la créativité et l'innovation. « Je ne suis ni un gourou, ni un coach, ni un maître. Je ne suis là que pour leur donner des indications. »

Une solution par visio aux angoisses des étudiants pendant le confinement

Pendant le confinement, le Dr Jacques Borg a pratiqué en visio, auprès d'étudiants isolés par la crise sanitaire. « Ils ont beaucoup souffert du manque de



Le Docteur Jacques Borg, fondateur de Zengyo.

contact. Ils étaient perdus, confus, ils avaient des difficultés de concentration aussi. » Une période au cours de laquelle il a également rédigé un ouvrage : La Méditation Zen, dans lequel il passe en revue les aspects énergétiques et l'application de la médecine chinoise en entreprise, chez les enfants, les artistes mais aussi les sportifs. Le Dr Jacques Borg envisage de se développer dans la région de Freiburg, en Allemagne. La visio, pratiquée pendant le confinement lui permet d'ouvrir des horizons plus larges encore à Zengyo.

Emilie Jafrate

Zengyo
contact@zengyo.fr
https://zengyo.fr

GR Stratégie, l'affichage dynamique au coeur de la communication

Spécialisé dans la communication, GR Stratégie a fait de l'affichage dynamique son atout clé. Cette agence de communication indépendante combine la communication classique aux développements technologiques.

L'histoire démarre en 2016. GR Stratégie se construit autour de Jean-Philippe Grewis et Jonathan Rubino. « Nous avions l'envie d'entreprendre et la communication était le seul domaine qui nous correspondait à tous les deux », se souvient Jean-Philippe Grewis. Les deux associés se lancent alors sur une formule de communication classique basée sur des créations de logos, de flyers et autres supports publicitaires. « Et puis, nous avons créé des micro-ordinateurs avec nos propres systèmes d'exploitation afin de proposer des écrans dynamiques. C'est une solution qui permettait une synchronisation fiable et accessible à tout le monde, sans clé USB. Nous réalisons des bibliothèques qu'il est possible d'enrichir au fur et à mesure. » GR Stratégie lance alors sa première gamme d'écrans dynamiques en 2018.

20 écrans dynamiques installés chez leur client le plus important

Le Hyper U de Sierentz est le premier client à bénéficier de cette solution. « Il a arrêté de faire des

affiches papier. Cela lui a fait économiser du temps. Aujourd'hui, il peut communiquer en temps réel, la bonne promotion au bon moment, par exemple, ou encore un changement d'horaire. » Ces écrans attirent l'oeil et permettent également de faire patienter les clients, en cas d'attente dans un rayon. Un établissement qui s'est doté de 20 écrans dynamiques, un par rayon métier.

La communication solidaire

Si elle s'adressait initialement aux grandes entreprises, cette société de communication mulhousienne a fait « marche arrière » avec l'arrivée de la crise sanitaire. GR Stratégie a pris une orientation plus solidaire. « Nous avons adapté des solutions technologiques par secteur. Pendant les confinements successifs, nous avons créé une carte connectée avec QR code pour les restaurateurs. Pour les commerces, nous avons imaginé un espace personnalisé sur notre site Internet avec des trames dans lesquelles les professionnels avaient juste à intégrer leur logo et leurs informations. Ils pouvaient ainsi bénéficier de vitrines virtuelles. »

Un fonctionnement 100% télétravail

Le duo s'est enrichi d'une alternante, Laura Rotolo, chargée du développement commercial et stratégique. Le trio de GR Stratégie fonctionne en 100% télétravail. Un moyen aussi de provoquer les prises d'initiatives ainsi que l'efficacité sur le terrain. La société surfe aujourd'hui sur trois piliers : ADS pour une communication via différents supports graphiques tels que les affiches, flyers, cartes de visite jusqu'aux packaging; une gamme VISION composée d'écrans dynamiques et CONNECT avec tout ce qui touche le web, du site internet à l'e-boutique en passant par le community management.

Emilie Jafrate

GR Stratégie
26, rue Victor Schoelcher - 68200 Mulhouse
07 85 46 54 97
contact@grstrategie.fr
grstrategie.fr
GR Stratégie



Jean-Philippe Grewis co-fondateur. DR

Invitation

La CPME 68 se met au
GREEN

Jeudi 9 septembre
Alsace Golf Links
Moulin de Biltzheim - ROUFFACH

Programme

Accueil à partir de 17h
Initiation Golf de 17h à 19h *sur réservation*
Cocktail dînatoire à partir de 19h

Inscription obligatoire avant le 25/08
nombre de places limitées

**Passez un moment privilégié
avec nos partenaires**

HESS AUTOMOBILE
Hess Automobile vous invite
à découvrir la large gamme hybride BMW
et MINI disponible à l'essai

Gustave Lorentz
Profitez de la dégustation des
grands vins d'Alsace Gustave
Lorentz

CIC Est **STI** BUREAUTIQUE **MAMIC** ASSURANCES **ALSACE** GOLF LINKS

Inscription : contact@cpme68.fr



MMTCI Alsace, au service des entreprises dans leurs besoins en structures métalliques

Après avoir monté l'antenne commerciale de MMTCI en Alsace, Jonathan Michels s'est installé au coeur de la pépinière d'entreprises de Schlierbach. Désormais co-gérant de cette antenne, il dispose d'un atelier à deux pas de la frontière suisse.

MMTCI fabrique, monte et assure la maintenance des constructions métalliques, la tuyauterie et la chaudronnerie industrielle. Son siège est installé en Moselle et le groupe compte une soixantaine d'employés. Si 80% de ses clients sont issus de l'industrie chimique, cette société s'adresse à tout type d'industriel ayant besoin de structures métalliques. MMTCI a également su se démarquer sur certains marchés, comme des installations plus luxueuses du côté du Luxembourg. « Notre plus value concerne le mobilier urbain. Nous avons réalisé les lettres Vauban devant l'école et le lycée français. Nous avons tout assuré, jusqu'au design. Chaque lettre fait 4 mètres de haut. » MMTCI a été fondé par Ozkan Usta. La société a fêté ses 40 ans l'an dernier.

MMTCI Alsace, de l'antenne commerciale à l'atelier

« Chez MMTCI, nous ne sommes pas dans le stéréotype du grand groupe, souligne Jonathan Michels. Je gère mes projets de A à Z, du relevé de plans au montage. J'accompagne mes clients dans chacune de leurs problématiques. Une véritable relation de confiance se crée derrière cette ma-

nière de travailler. » Co-gérant, Jonathan Michels a commencé par développer commercialement l'antenne Alsace avant de s'installer au coeur de la pépinière d'entreprises de Schlierbach, « pour répondre à la demande de nos clients ». À Schlierbach, il dispose ainsi d'un atelier de 150m2 dans lequel il peut fabriquer des pièces urgentes ou pré-monter des machines pour ses clients.

Idéalement situé

À quelques minutes de la Suisse et de l'Allemagne, sa position géographique est un véritable atout. « PSA, l'un de nos plus gros clients est à 15 minutes et nombre de nos autres clients sont installés au bord du Rhin. » Lorsqu'il a besoin de ressources supplémentaires ou de grosses fabrications, Jonathan Michels peut s'appuyer sur MMTCI Saint Avold. « Les clients viennent avec une idée et les données d'entrée. Je leur dessine ensuite cette idée. » Chef de projet, chargé d'affaires, Jonathan Michels réalise tout de A à Z. Le marché du particulier, lui, reste anecdotique, bien que le co-gérant ait déjà pu plancher sur des projets très spécifiques, dont, récemment, la création d'un brise-vues avec stores intégrés et garde-corps sur une terrasse. « L'industriel prêterait plus d'import-



Après avoir développé l'antenne commerciale en Alsace, Jonathan Michels a installé le bureau Alsace de MMTCI du côté de Schlierbach.

tance à l'utilité de la pièce qu'à son esthétique. Les particuliers arrivent chez nous par le hasard des réseaux sociaux et surtout lorsque le design est particulier. »

Le marché des gravières en vue

Au rang des axes de développement, celui d'entrer sur le marché des gravières. « MMTCI a déjà de l'expérience avec les cimenteries et des références en Meurthe et Moselle ainsi qu'à Reims. » Jonathan Michels travaille pour l'heure avec des équipes extérieures. Son ambition est de disposer d'une équipe permanente, « pour davantage de sérénité ». Une équipe qui aurait dû se mettre en place fin 2020 déjà, mais dont l'arrivée a été retardée par la situation sanitaire. Le co-gérant a éga-

lement relancé la division filtration (des liquides de coupe, de l'air ou de traitement des copeaux et boues d'usinage) de MMTCI en 2021. Une division qui propose la maintenance d'installations, le développement de systèmes et process, l'audit d'installation, l'augmentation des capacités de filtrations, sans remplacer l'installation initiale ainsi que des essais de filtration.

Emilie Jafrate

MMTCI Alsace SARL

4, Allée de la Hardt - 68440 Schlierbach
03 89 39 00 78
info@mmtci.alsace
mmtci-france.fr
f MMTCI Alsace SARL

Gexperteam, le cabinet d'expertise comptable mulhousien nouvelle génération

Fort de dix années d'expérience chacun au sein d'entreprises d'expertise comptable de grande envergure, Eric Frey et Guillaume Paulick décident de s'associer pour monter le cabinet qui leur ressemble. C'est ainsi que naît officiellement Gexperteam en octobre 2020.

« Nous faisons partie de deux gros paquebots qui avançaient difficilement avec des valeurs dans lesquelles nous ne nous retrouvions plus », se remémorent Eric Frey et Guillaume Paulick. Début 2020, les deux experts comptables se retrouvent autour d'une vision commune de leur métier. Ils élaborent alors un projet de cabinet comptable à leur image avant d'officiallement le lancer en octobre 2020. « Et le premier confinement a joué le rôle de catalyseur, dans toute cette aventure, souligne Guillaume Paulick. Nous nous sommes donnés pour mission d'anticiper l'avenir de l'expertise comptable. »

L'intelligence artificielle au coeur de leur process

À commencer par l'abandon du papier et la mise en place d'outils digitaux. « Nos clients centralisent tous leurs documents via notre application. L'intelligence artificielle permet de classer chaque facture dans son dossier. » Les papiers ne se perdent ainsi plus et les experts comptables peuvent se dégager du temps pour

se consacrer à la partie conseil de leur métier. « Le conseil est notre valeur ajoutée ! Nous ne voyons plus nos clients pour centraliser les documents, mais pour les sujets importants. Nous leur apportons des conseils fiscaux, bien entendu, mais aussi du conseil social pour tout ce qui concerne leurs ressources humaines. Nous les accompagnons dans le pilotage de leur entreprise à l'aide de suivis via des tableaux de bord. Tout part des chiffres pour atteindre la volonté des entrepreneurs. Nous les aidons à sortir la tête du guidon. »

Des clients de niche

En moins d'un an d'existence, Gexperteam s'occupe déjà de plus de 150 clients établis dans la région mais aussi au-delà, jusqu'à Singapour ou Montréal. Guillaume Paulick s'est spécialisé dans la gestion locative de biens immobiliers. Leur clientèle est essentiellement composée de TPE et PME, de l'industrie au restaurateur en passant par les professions libérales, l'artisanat, le commerce, et jusqu'aux influenceurs. « Une instagrammeuse



L'équipe Gexperteam de gauche à droite : Eric Frey, expert comptable associé, William Paulick, expert comptable mémorialiste, Guillaume Paulick, expert comptable associé et Yann Dos Santos, expert comptable stagiaire.

nous a contacté. C'est une nouvelle typologie de clients que nous souhaitons accompagner. Ils ne savent pas quel statut juridique prendre, quoi déclarer. C'est un secteur de niche qui reste passionnant. » Ce cabinet d'expertise comptable surfe sur les réseaux sociaux. Il s'affiche même sur TikTok. « Les jeunes d'aujourd'hui sont les entrepreneurs de demain ! »

L'esprit d'équipe

Un dynamisme qui fait partie intégrante de l'ADN de ce cabinet comptable. La moyenne d'âge de l'entreprise tourne autour de 30 ans. Aux côtés d'Eric Frey et Guillaume Paulick, William Paulick, expert comptable mémorialiste et Yann Dos Santos, expert comptable stagiaire. Une équipe qui se renforce en septembre avec l'arrivée de deux apprenties. « L'esprit d'équipe est une valeur très importante pour nous. Nous la cultivons d'ailleurs à travers le sport. Nous avons un partenariat avec une salle. Un abonnement est offert à chacun de nos collaborateurs. C'est ce que nous cherchons, à mettre en avant à travers notre slogan : "Vous êtes le capitaine, nous sommes l'équipe". »

Le prix juste

L'autre atout de Gexperteam reste la transparence. Là où la facturation au forfait caractérise la plupart des cabinets comptables, Gexperteam fonctionne à l'honoraire, ajusté selon l'activité du client. « Le forfait est à notre sens désavantageux pour les deux parties. Nous proposons un forfait prévisionnel que nous ré-ajustons chaque année. S'il y a du travail en plus, de notre fait, comme par

exemple, des explications autour de notre application, nous ne le facturons pas en sus. Nous voulons être un investissement pour nos clients, et non un coût. »

De nouveaux locaux pour janvier 2022

Eric Frey et Guillaume Paulick ont démarré leur activité au sein de l'espace de coworking Le Tuba à Mulhouse. Début 2022, ils devraient s'installer dans de nouveaux locaux, 1, Passage Central, rue du Sauvage, à Mulhouse. Un local de 220m2 entièrement rénové pour un investissement de 350 000 euros. « Notre volonté était d'acquérir de la visibilité et d'être accessible en transports en commun. Nous sommes également attachés au développement durable. Nous imprimons peu, nous nous déplaçons en vélo, nous louons nos ordinateurs à l'entreprise strasbourgeoise Commown qui s'engage à les recycler et les travaux de notre futur local s'inscrivent dans une démarche écoresponsable. La moquette est réalisée avec du filet de pêche recyclé et l'isolation avec du miscanthus, une plante originaire du Sundgau, par exemple. » L'équipe travaille même à un process pour, à terme, proposer un bilan carbone à ses clients. « Les entreprises, demain, devront rendre des comptes concernant leur bilan écologique. »

Emilie Jafrate

Gexperteam

www.gexperteam.fr
f Gexperteam Expertise-Comptable

CABINET SPÉCIALISÉ EN RECRUTEMENT DE TALENTS

CHEZ NOUS, LE SUCCÈS SE PROFILE.

- Ingénierie
- Bureaux d'études
- Maintenance
- Énergie
- Informatique
- Web-IT
- Pharma-Biotech
- Comptabilité-expertise comptable
- Tertiaire et services
- Logistique

MULHOUSE | BELFORT | HÉSINGUE
FRANCE | SUISSE

06 50 83 81 15

MULHOUSE | BELFORT
03 89 51 29 92 | 03 84 90 80 38

working-success.fr

Novafen, la manufacture alsacienne de menuiseries aluminium sur-mesure installée à Aspach-Michelbach

Manufacture alsacienne de menuiserie aluminium sur-mesure, Novafen vient d'accueillir Quadra L2, un nouveau centre d'usinage. Un investissement réalisé pour améliorer le confort de travail de ses collaborateurs et la qualité de ses produits ainsi que d'optimiser les flux de fabrication.

L'arrivée de ce nouveau centre d'usinage ainsi que d'une scie précision à deux têtes numérique est un véritable événement pour cette manufacture alsacienne. Ces nouveaux outils de production ont été conçus par le groupe italien Emmegi. Novafen est le premier site en France à se doter de ces nouvelles technologies. Un outil de production avec un objectif de 200 châssis par semaine contre 70 actuellement. « Les maisons sont de plus en plus grandes ! Nos menuiseries doivent donc être de plus en plus grandes et nos assemblages toujours plus précis, souligne Giuseppe Borraccino, le fondateur de Novafen. Nos produits nous demandent de plus en plus d'usinage, ce qui augmente le risque d'erreurs. Notre nouveau centre d'usinage nous permet de limiter les manipulations en réalisant trois actions en une seule machine. »

Entretien préventif et tests verticaux

La qualité est au cœur des préoccupations du dirigeant. Chez Novafen, l'entretien préventif est d'ailleurs de rigueur. « Chaque fin de semaine, nous changeons nos lames et nos fraises sur chacun de nos outils coupants. Nous procédons également à un étalonnage et à un contrôle de toutes nos machines. La coupe doit être parfaite et l'usinage le plus précis possible. » Chacun des châssis manufacturé dans les ateliers de Novafen est testé verticalement grâce à un banc de 9m de long sur 3m de haut, fait sur mesure. L'équipe va également s'agrandir d'ici quelques semaines avec l'embauche de deux personnes, ce qui portera à 26 personnes les forces vives de la société.

« Zéro papier » d'ici 2023

Giuseppe Borraccino a mis l'Humain au cœur de son management. « Ici, il n'y a pas d'employés, je préfère parler de coéquipiers. Comme dans le sport, ce qui compte, c'est l'esprit d'équipe et cette envie de se surpasser tous ensemble. Nous avons un comité de vie en entreprise et nous organisons une animation tous les deux mois. Nous avons également aménagé une salle de sport par un centre de fitness. Que ce soit au ping-pong ou à la pétanque, nos équipes profitent de leur pause déjeuner pour se challenger. Ce sont pleins de petites choses, de petits détails sur lesquels nous sommes sensibles et qui créent une bonne ambiance. Quand on achète une tenue, nous consultons nos collaborateurs. » Sensibilisé au développement durable, c'est un véritable éco-environnement qu'a su construire Giuseppe Borraccino. Novafen dispose ainsi d'un verger composé de 11 arbres fruitiers « ainsi qu'un figuier offert par un client », un potager, des abeilles et des poules. D'ici fin 2023, le chef d'entreprise s'est également fixé le « zéro papier » comme objectif.

Novafen, centre d'excellence et d'innovation

Lorsque Giuseppe Borraccino crée Novafen en 2012, il choisit de s'installer sur un marché de niche. Celui des menuiseries aluminium moyen/haut de gamme sur-mesure. « Nous véhiculons une image, souligne-t-il. Nous manufacturons tout en local. Nous ne sommes pas des industriels qui courent après le volume mais des artisans qui font du sur-mesure. Nous ne nous adressons qu'à des



Giuseppe Borraccino a fondé Novafen en 2012. En 2018, il déménage à Aspach-Michelbach. 2021 marque l'arrivée d'un nouveau centre d'usinage. Une première en France !

professionnels, qu'ils soient constructeurs, installateurs... Nous n'avons pas de commerciaux, tout se fait grâce au bouche à oreille. » Présent sur le Grand-Est, Novafen intervient également en région parisienne et en Suisse. L'objectif est de conquérir le Sud de la France et la Savoie. « Je traite toujours en direct avec les décideurs, souligne le chef d'entreprise. Et comme nous livrons de plus en plus loin, nous avons mis en place une assistance en visio. Dans huit cas sur dix, nous parvenons à résoudre le problème. » Le 27 juillet 2018, Novafen quitte Bitschwiller-lès-Thann pour intégrer ses 3 000 m2 de nouveaux locaux. Plus de 500m2 sont consacrés à un centre d'excellence et d'innovation. C'est là que se retrouvent les clients de l'entreprise et leurs équipes de vente et de pose pour réaliser des essais ou des formations.

« Penser à la menuiserie de demain »

Novafen sait aussi innover en fonction des problématiques actuelles comme l'explosion du télétravail, par exemple. « La menuiserie doit être autre chose que de l'ouverture, de la fermeture et de la frappe. Il faut penser à la menuiserie de demain ! Les bâtiments vont être de plus en plus modulaires



Les ateliers de Novafen s'étendent sur 3 000 m2, dont 500 m2 consacrés à son centre d'excellence et d'innovation

avec de moins en moins de terrain. » Autodidacte, voilà maintenant trente ans que Giuseppe Borraccino s'est lancé dans le monde de la fermeture de bâtiments. Lauréat de plusieurs prix, il détient également plusieurs brevets. « Cela bouillonne. J'ai toujours ce besoin de trouver des solutions. »

Emilie Jafrate

Novafen
Rue François Merlan
68700 Aspach-Michelbach
03 89 37 08 71
www.fenetre-alu-novafen.com
Novafen



VOTRE RÉUSSITE, NOTRE OBJECTIF COMMUN !

Crédit Mutuel

ESPACE ENTREPRISES

Le Crédit Mutuel Rhénan

**UNE FORCE
POUR VOTRE
ENTREPRISE.**

Être bien accompagnés même dans les moments compliqués, c'est aussi notre métier !
Notre Centre d'affaires est présent chaque jour pour vous épauler, vous conseiller, vous guider dans vos choix.
Nous sommes à vos côtés !

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

03 89 39 41 50

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

Life Secur' Formation Heimsbrunn, leur préoccupation, votre sécurité

Par sa fonction de sapeur-pompier, Aline Schlienger s'est familiarisée avec les incendies, les matières dangereuses et le secourisme au fil des années. Une expérience qu'elle a décidé de partager en lançant son organisme de formation Life Secur' Formation en octobre 2020. Parce que la sécurité de tous est sa priorité.

La formation, c'est ce qui l'anime depuis de nombreuses années. Sapeur-pompier expérimenté, Aline Schlienger décide de lancer son organisme de formation à la sécurité en octobre 2020. Elle retourne alors sur les bancs de l'école et sa licence de formateur adulte en poche, elle crée son projet pédagogique avant d'officialiser Life Secur' Formation. À la quinzaine de programmes déjà élaborés, la formatrice propose également un accompagnement sur mesure, individualisé et adapté aux besoins, des formations secourisme, aux formations incendie en passant par les matières dangereuses.

Des formateurs de terrain

Forte de toutes ses compétences et de ses expériences, Aline Schlienger a ainsi mis au point des formations innovantes et ludiques. « Notre casquette de pompier nous amène un véritable plus. Nous avons des exemples concrets, des cas pratiques, qui nous viennent du terrain. Nous ne sommes pas des formateurs de salle mais de terrain ! Pour une formation incendie, par exemple, nous installons des machines à fumée sur les lieux pour que nos exercices d'évacuation se rapprochent au plus près de la réalité. » Autant d'atouts qui permettent une meilleure intégration des savoirs pour les stagiaires.)

Certifié IPRP en secourisme, incendie et matières dangereuses

Life Secur'Formation propose des formations en secourisme et incendie ainsi que de la prévention et de la sensibilisation aux matières dangereuses. Life Secur'Formation est le seul Intervenant en Prévention des Risques Professionnels (IPRP) à couvrir ces trois domaines à la fois, selon la liste officielle communiquée par la DREETS (Directions de l'Economie, de l'Emploi, du Travail et des Solidarités). En parallèle de son offre d'une quinzaine de formations, Life Secur'Formation propose d'autres services comme la destruction de nids d'hyménoptères, l'installation de défibrillateurs aussi bien que des conseils en sécurité de transport de matières dangereuses.

Développer des formations de formateurs

Life Secur'Formation s'adresse aux particuliers qui souhaiteraient se former aux premiers secours, à la sécurité incendie aussi bien qu'aux matières dangereuses. Une formation établie sur mesure dans leurs locaux. L'organisme de formation s'adresse également aux entreprises soucieuses de former leurs employés à travers des ateliers programmés au cœur de leur lieu



Sapeur-pompier expérimenté, Aline Schlienger a lancé Life Secur'Formation, son organisme de formation au secourisme, aux incendies et aux matières dangereuses.

de travail. « Notre volonté est de nous déplacer vers nos clients et de participer à l'amélioration de la sécurité en entreprise. » En phase de lancement, la jeune femme se concentre pour l'heure sur son catalogue d'une quinzaine de formations. Son ambition, à plus long terme, est de proposer des formations de formateurs. « Notre objectif est d'éviter d'arriver aux situa-

tions que l'on rencontre en intervention, dans notre quotidien de pompier. »

Emilie Jafrate

LIFE SECUR' FORMATION

Heimsbrunn
lifeseur-formation.fr
07 69 25 38 87 - 06 12 58 58 11
contact@lifeseur-formation.fr

CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

PUBLI-INFO

La CCI Alsace Eurométropole, l'interlocuteur privilégié des territoires

Les territoires représentent le lieu de croisement des collectivités, des entreprises et de l'ensemble des acteurs du développement économique... Dans ce contexte, la CCI Alsace Eurométropole joue un rôle de trait d'union entre ces différentes composantes qui ne parlent pas toujours le même « langage ». Au fil des années et en fonction des problématiques, la CCI Alsace Eurométropole a développé certaines prestations à destination des collectivités locales.

Le travail mené par la CCI Alsace Eurométropole auprès des territoires est historique. « Nos actions sont à la croisée des enjeux d'économie de proximité, verte et digitale, souligne Olivier Schmitt, Directeur Attractivité et Développement des Territoires. Notre objectif est de favoriser la croissance des entreprises par le biais du développement des territoires (et réciproquement). Mieux les collectivités comprendront les problématiques de leurs entreprises, mieux elles adapteront leurs stratégies et favoriseront leur croissance. Ces deux mondes sont de plus en plus imbriqués. » Et la CCI Alsace Eurométropole joue ainsi un rôle d'intermédiaire. Tiers de confiance envers les entreprises par sa connaissance fine de ce monde et de ses problématiques, la CCI représente également un partenaire privilégié des collectivités par sa connaissance des enjeux d'intérêt général. « Un territoire qui réussit, c'est un territoire sur lequel les collectivités et les entreprises travaillent étroitement ensemble, avec l'appui de la CCI. »

Une offre globale à 360°

La CCI Alsace Eurométropole a ainsi développé une offre globale à 360° intitulée « Je trouve de nouveaux leviers de développement pour mon territoire ». Une offre répartie en trois axes : « Portez de nouvelles ambitions pour votre territoire », « Devenez un moteur de la vie économique » et « Mobilisez les moyens d'action efficaces ». Le premier concerne les thématiques classiques de l' élu local dans lequel la CCI apporte ses connaissances concernant les questions liées au développement économique et les besoins des entreprises : diagnostics territoriaux, démarche d'attractivité, stratégie d'aménagement durable (foncier et mobilités notamment). Le deuxième axe a pour vocation de donner davantage accès aux entreprises pour les élus locaux, en soutenant les actions d'appui aux établissements industriels, commerciaux ou de service. Le troisième, enfin, doit permettre aux collectivités d'optimiser leur fonctionnement par des partenariats, des expertises ponctuelles, des formations de collaborateurs ou la mise à disposition d'outils.

Sur le terrain...

Exemple de ce travail en commun... La démarche « Mulhouse Alsace Attractiv » initiée par m2A et la CCI Alsace Eurométropole avec le soutien de nombreux acteurs locaux. « C'est un véritable travail de fond qui a permis d'identifier une dizaine d'actions phares prioritaires pour le renforcement de l'attractivité du territoire, dont la première répond au besoin d'accompagnement des entreprises dans leur recrutement. La CCI a ainsi créé une « Cellule Accueil Nouveaux Salariés » pour faciliter leur installation et intégration sur le territoire. Nous les accompagnons ainsi dans leur recherche de logement, nous pouvons aider le conjoint dans sa recherche d'emploi ou de formation. Lorsque ce sont des familles, il y a aussi la question de scolarisation

ou de garde d'enfants à résoudre. » Parallèlement, la CCI a souhaité aller plus loin, en développant un pack découverte d'une journée ou deux financé par l'entreprise pour faire découvrir la région et effacer les idées reçues d'une recrue qui hésiterait à s'installer. « La plus belle preuve de réussite de cette action, c'est quand les gens découvrent le potentiel du territoire. » Un modèle qui pourrait se transposer ailleurs, notamment sur d'autres secteurs du Sud Alsace.

Les enjeux de demain

En ligne de mire notamment, les questions de mobilité. L'Eurométropole de Strasbourg est en train de mettre en place une « Zone à Faibles Emissions » (ZFE) afin de réduire les émissions par les transports de particules néfastes à la santé des habitants. Du fait de cette nouvelle réglementation, « les entreprises vont devoir changer leurs flottes de véhicules, ce qui va être lourd financièrement et souvent complexe, lorsque les solutions techniques n'existent pas encore. Face à ces nouveaux enjeux, nous avons un rôle à jouer vis-à-vis des collectivités mais aussi des entreprises. Nous devons les accompagner dans cette mise en place des nouvelles réglementations, tout en prenant en considération aussi la réalité des entreprises. » Au 1er janvier 2025, m2A devra elle aussi disposer d'une ZFE. « Et nous sommes présents pour que cela soit le moins pénalisant possible pour les entreprises. » Parallèlement, l'autre enjeu des années à venir est celui de la baisse drastique de la consommation foncière, avec la nouvelle norme de « Zéro Artificialisation Nette ». « Cela va poser d'énormes problèmes au monde économique et aux collectivités : comment répondre aux besoins de foncier et d'immobilier des entreprises pour se développer ou s'implanter dans une situation de pénurie d'offres? D'autant lorsque la requalification des friches, qui est préconisée, n'est pas toujours adaptée aux besoins ou vient alourdir l'investissement pour l'entreprise... »

La CCI Alsace Eurométropole a plus que jamais un rôle à jouer dans la sensibilisation et l'accompagnement des entreprises et des territoires pour la prise en compte de tous ces enjeux de Développement Durable, de la parcelle à l'échelle de l'intercommunalité en passant par celle des zones d'activités économiques.

Emilie Jafrate

Un territoire CONNECTÉ

MULHOUSE > ALSACE ATTRACTIV

Une prestation CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

En partenariat avec **Alsace**

CONTACT
Audrey KESSLER
Tel : 03 89 36 54 57 / 06 98 41 64 07
e-mail : a.kessler@alsace.cci.fr

attractiv.mulhouse-alsace.fr



CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

Le Bon Vieux Pot, l'épicerie de proximité sans emballage signée Stéphanie et Antoine Hochenedel

Le vrac est un mode de consommation que Stéphanie Hochenedel et son frère Antoine ont adopté depuis de nombreuses années. Pour rendre accessible au plus grand nombre ce nouveau mode de consommation, le duo a choisi d'ouvrir "Le Bon Vieux Pot", une épicerie de proximité en plein coeur de Habsheim.

Parce que consommer en vrac relève encore bien souvent du parcours du combattant, Stéphanie Hochenedel a choisi de se jeter à l'eau. Le 12 juin 2021, elle ouvre "Le Bon Vieux Pot", à Habsheim. « Un jour je me suis dit... Et pourquoi pas moi ? J'avais besoin de me sentir utile, de lier mon travail à mes valeurs, souligne-t-elle. Lorsque j'entends qu'en 2050, il y aura plus de plastique que de poissons dans les océans, cela m'effraie. Je suis convaincue que nos modes de consommation doivent changer. » Ce "Bon Vieux Pot" fait figure de Madeleine de Proust pour Stéphanie et son frère, Antoine. « Ma grand-mère a toujours fait des conserves. Elle avait tout un tas de pots à la maison. Je me suis d'ailleurs équipée chez elle. Pour nous, le retour au vrac est le retour aux anciennes choses, solides, dans lesquelles nous avons confiance. Tout le monde a un pot à la maison pour pouvoir consommer en vrac. »

Une année de maturation

Le chemin a été long pour la jeune femme jusqu'à l'ouverture de sa boutique. De l'idée au montage



du projet, il lui a fallu une bonne année de maturation. « Le point qui a tout débouqué a été le local. Je l'ai visité en octobre 2020. Nous avons engagé les travaux en 2021 pour ouvrir mi-juin. » Faite d'objets récupérés, la décoration de la boutique a été aménagée dans cet esprit développement durable. S'installer au coeur de m2A était une véritable volonté. « Je souhaitais toucher les périurbains et je complète ainsi l'offre qui existe déjà ici, à Habsheim. » Stéphanie Hochenedel a transformé ces lieux en un endroit chaleureux avec l'envie de faire de l'expérience d'achat de ses clients un moment agréable et convivial.

Des produits français, majoritairement bios et le plus local possible

Au fil des salons, la jeune femme s'est constitué un réseau de fournisseurs. « Il est composé de grossistes qui travaillent français ainsi qu'avec des locaux. Je suis également adhérente au réseau vrac, ce qui me permet de connaître les fournisseurs avancés dans cette démarche. Ici, on est zéro déchet du fournisseur au consommateur. Si j'ai le choix entre des lentilles qui viennent de Turquie ou de France, je prendrais les françaises, même si leur coût est plus important. Notre pâte à tartiner vient de Lorraine et nos pois chiches de la ferme Sutter à Petit-Landau, par exemple. » Le Bon Vieux Pot propose près de 400 produits qui répondent aux besoins de base du quotidien. « Je souhaite faire évoluer



Après avoir changé leur mode de consommation, Stéphanie et Antoine Hochenedel ont ouvert les portes de leur épicerie en vrac, Le Bon Vieux Pot, à Habsheim, pour aider les gens à changer leurs habitudes. DR

rapidement et régulièrement mes références tout en faisant travailler un maximum les entreprises locales. » Une évolution en fonction des retours, des besoins et des envies clients. De l'épicerie fine aux produits secs, Le Bon Vieux Pot propose également des cosmétiques, des accessoires, du textile ainsi que des poudres pour réaliser soi-même ses produits d'entretien. 95% des produits proposés au Bon Vieux Pot sont bios.

Des bocaux de chez soi, en dépannage ou à l'achat

Consommer en vrac demande un minimum d'organisation. « Ou nos clients viennent avec leur propre pot, flacon ou bouteille d'huile d'olive à

remplir. Sinon nous louons des bocaux dans la limite des stocks disponibles et nous vendons également des contenants. Il y a donc trois solutions, ou vous êtes équipés, ou nous vous dépannons ou alors vous avez la possibilité d'acheter. Nos sacs à vrac permettent également de dépanner et de mettre en pot ensuite à la maison. »

Emilie Jafrate

Le Bon Vieux Pot
89, rue du Général de Gaulle
68440 Habsheim
03 89 42 31 60
lebonvieuxpot.fr
Le Bon Vieux Pot

Tino Sery Pompes Funèbres et Monuments Funéraires, 50 ans d'empathie au service des familles

Taxi ambulance dans les années 70, Tino Sery crée son entreprise de pompes funèbres en 1974. Une entreprise qu'il a su faire évoluer en fonction du changement des habitudes sociétales. La société familiale s'affiche comme précurseur au sein de cette profession particulière.

« Nous conduisions nos clients le jour de leur mariage en taxis, en ambulances lorsqu'ils étaient malades, en corbillard le jour de leur décès », résume Tino Sery. Début des années 70, ce dernier fonde son entreprise. Une société pour trois activités et un personnel polyvalent. Début des années 80, le chef d'entreprise achète le bâtiment qu'il occupe toujours encore aujourd'hui à Wittenheim. En 1992, il vend la partie taxi pour se consacrer uniquement au volet funéraire. Un domaine dans lequel il s'est toujours montré précurseur. Tino Sery était ainsi l'un des premiers dans le secteur à proposer un salon funéraire.

Un million d'euros pour la construction d'un espace multi-confessionnel en 2016

En 2016, Tino Sery choisit d'aller plus loin encore en rachetant le bâtiment adjacent à son entreprise. Il investit un million d'euros pour en faire un espace multi-confessionnel qui met trois ans à sortir de terre. Le bâtiment est composé d'une grande salle de 90 places ainsi que d'un espace de convivialité de 45 places. Un lieu dans lequel se retrouver en toute intimité et qui correspond aussi à l'évolution de la société. « Les familles sont de plus en plus petites et les gens vont de moins en moins à l'église. Après l'inhumation ou la crémation, elles ne savaient pas où se retrouver. C'est un service que nous avions à coeur de proposer. » Cette salle est dotée d'écrans numériques pour projeter des images du défunt et agrémenté d'éclairages led.

Une offre de marbrerie sur-mesure

L'entreprise compte 14 salariés. Leur champ d'action s'étend du Sundgau à Colmar avec quelques exceptions. « Nous avons par exemple été appe-

lés deux fois en une semaine dans le secteur de Sainte-Marie-aux-Mines. Une année, nous avons réalisé une mise en bière à domicile à Strasbourg puis nous avons rapatrié le défunt à l'issue de la cérémonie à Wittenheim puisqu'il était originaire d'ici. C'était le jour de Noël. » Particularité de cette entreprise, celle de l'accompagnement global du défunt et de sa famille. Afin de se montrer complet, Tino Sery propose également un service de marbrerie depuis une dizaine d'années. À sa tête, le fils de Tino, Franck Sery. « Cela se fait sur rendez-vous. Nous prenons le temps avec chacun de nos clients. Je leur dessine le projet selon leurs critères. C'est du sur-mesure. Et entre le moment de l'enterrement et celui de la conception du monument, nos clients ne sont plus dans le même état d'esprit. La première fois qu'ils poussent notre porte, ils sont désespérés. Lorsqu'ils reviennent, souvent, le ton est plus léger. »

50 ans pour être pérenne

La force de cette entreprise réside également dans ses investissements. Le matériel est régulièrement renouvelé, les véhicules nettoyés après chaque utilisation... Une rigueur et un sérieux sur lesquels Tino Sery a bâti sa réputation. Par son état d'esprit familial, son empathie et son respect, cette entreprise a su gagner la confiance de ses clients. « Une entreprise de pompes funèbres a besoin de temps pour être pérenne. Il faut compter au moins cinquante ans. » Et Tino Sery confirme bel et bien cette règle

Emilie Jafrate

Pompes Funèbres Tino Sery
119, rue d'Ensisheim - 68270 Wittenheim
03 89 62 00 06
www.pf-sery.com
Tino Sery



En 2016, Tino Sery a investi un million d'euros dans la construction de cette salle multiculturelle qui peut accueillir jusqu'à 90 personnes. Delphine Sery (à gauche), maître de cérémonie, Franck Sery (au centre), à la tête des monuments funéraires et Tino Sery (à droite), le fondateur de cette entreprise de pompes funèbres en 1974.



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 !

EIRL STEPHANIE MAUDUIT Siren: 501606511 Orias n° 08043906 | EIRL OLIVIER PONTABRY Siren: 510232200 Orias n° 08043906 | www.orias.fr | GAN ASSURANCES Siren: 542063797 Pour toutes réclamations, adressez-vous à notre agence | Pour les conditions et limites de garanties visées dans ce document, se reporter au contrat.

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

Projet DocWall : l'intelligence artificielle au service de TANALS, à Masevaux

Installé en plein coeur de Masevaux, TANALS est le spécialiste des courroies et bandes transporteuses. Pierre-Régis Frey, son Président, travaille aujourd'hui sur le projet DocWall, une application pour répondre aux problématiques de gestion de documents. Un outil destiné à toute entreprise employant des commerciaux et des distributeurs..



Si TANALS reste le spécialiste des courroies et bandes transporteuses, Pierre-Régis Frey, Président de l'entreprise familiale a fondé NASQAH afin de pouvoir développer une application mobile pour répondre aux problématiques rencontrées sur le terrain par ses commerciaux et distributeurs.

À la tête de TANALS, Pierre-Régis Frey a fondé une nouvelle société : NASQAH. Une société qui lui permet de développer son projet d'application smartphone et né d'un constat simple : la problématique des commerciaux sur le terrain en visite clients. « Les produits réalisés chez TANALS sont techniques et accompagnés d'une importante documentation. J'ai voulu concevoir une application qui regroupe tout ce dont on a besoin au quotidien : documentations, catalogues, données techniques, gestions de stock, calculs automatiques de prix et délai, outils de dimensionnement, assistance en visio... Les mises à jour sont automatiques. Lancé à l'automne 2019, voilà bientôt deux ans que le Président de TANALS a lancé cette

première solution pour ses distributeurs. La crise sanitaire, forcément, a freiné son développement.

En quête de clients pilotes pour ajuster la première version de DocWall

Pierre-Régis Frey a voulu aller plus loin dans la démarche de gestion et diffusion des documents. DocWall est une application destinée à toute entreprise confrontée à ces problématiques de gestion de documentation. Cette bibliothèque digitale et collaborative permet en effet de partager les documentations commerciales entre plusieurs sociétés et sur une même plateforme. Une

bibliothèque sécurisée incluant une traduction automatique, dont l'accès est géré par chaque société pour ses commerciaux, distributeurs, agents et VRP. La version 1 de DocWall est disponible. Pierre-Régis Frey est désormais à la recherche de clients pilotes intéressés pour la tester afin d'apporter les ajustements en vue de sortir une version plus aboutie de DocWall. Ce projet est soutenu par la Région Grand Est dans le cadre de l'intelligence artificielle, à hauteur de 130 714 € sur un budget total de 340 714 €. « C'est une solution que j'aimerais voir vivre. Je ne suis pas dans la position d'une start up traditionnelle. J'ai l'avantage du réseau industriel composé de fournisseurs et de distributeurs. Je connais les besoins et en étant programmeur, je sais y répondre. »

Des process uniques

L'innovation est au coeur de la stratégie économique de TANALS. Pierre-Régis Frey intègre l'entreprise familiale comme Directeur Technique en 2004. En 2007, il en devient le Président. TANALS a été fondé par son arrière grand-père en 1936. « Je suis de la 4ème génération. Mes parents m'ont pourtant dissuadé de reprendre les rennes. Mais je suis ingénieur de formation et j'aime la technique, je suis arrivé avec beaucoup d'idées pour avancer. Ici, je peux choisir la direction à prendre. » TANALS dépose en moyenne un brevet par an. L'entreprise compte une trentaine de collaborateurs et est installée sur un marché de niche. Cette entreprise

familiale a su se démarquer de la concurrence. « Nous nous plaçons comme fabricants et non distributeurs. Nous avons beaucoup travaillé sur le vieillissement de la courroie, par exemple. Nous n'avons pas de concurrence directe puisque nous fabriquons nos courroies en même temps que nos machines de production. Nos process n'existent pas ailleurs et nous sommes en échange constant avec nos clients. »

« L'innovation est constante mais imprévisible »

TANALS travaille sur de très gros projets. « Ils peuvent être extrêmement longs, souligne Pierre-Régis Frey. Nous avons mis 15 ans à trouver une solution technique pour l'un de nos gros clients. » En 2010, TANALS sort Ero Joint, une courroie d'assemblage mécanique. « Sa technicité lui permet d'être utilisée sur des vélos. Notre prototype fonctionne. Il faut désormais trouver le process pour les réaliser en série. » L'entreprise familiale réalise également son propre polyuréthane. « L'innovation est constante mais imprévisible, sourit Pierre-Régis Frey. Elle est liée à la demande de nos clients. »

Emilie Jafrate

TANALS

Place des Alliés - 68 290 Masevaux
03 89 38 05 38
www.tanals.com

MyBootlid, l'application de dépannage automobile pour particuliers et professionnels mis au point par Benoît Kleindienst

Benoît Kleindienst a mis au point une application spécialisée dans le dépannage automobile. Un outil innovant, proche de ses utilisateurs qui met en relation des dépanneurs et des dépannés. À destination des particuliers d'abord, son fondateur ambitionne de devenir le concierge automobile des professionnels de demain.



À la tête de Bootlid, une société de convoyage, Benoît Kleindienst lance MyBootlid, une application de service de dépannage participatif.

L'idée a germé en avril 2020 et s'est concrétisée suite à une expérience terrain. En tombant en panne avec la voiture d'un de ses clients, Benoît Kleindienst prend conscience du manque de fluidité de l'assistance automobile. L'attente est longue et les interlocuteurs absents. Autre constat : « sur 80% des pannes, 2/3 ne nécessitent pas de remorquage, qui est une prestation particulièrement onéreuse. Dans la majorité des cas, la panne peut être réparée sur place. » Benoît Kleindienst décide alors de créer un écosystème du dépannage automobile : MyBootlid.

Une solution de dépannage 100% digitale

Une crevaillon, une panne de batterie ou d'essence, un besoin de constat digital ou physique... Cette application permet de mettre en relation la personne dans le besoin avec un dépanneur particulier qualifié ou un professionnel qualifié. MyBootlid propose également un service de remorquage. Les utilisateurs peuvent choisir le lieu de dépôt de leur véhicule dans un rayon kilométrique de 50km. Benoît Kleindienst garantit également un dépannage dans la demi-heure. « C'est du 100% digital. On sélectionne sa panne sur l'application et la géolocalisation permet de mettre en relation le dépanneur le plus proche. »

La digitalisation s'est imposée d'elle-même. « Elle s'est généralisée avec le confinement et les achats de véhicules à distance. Les appréhensions tombent. Le marché est en pleine expansion. En cinq ans, nous sommes passés de 0 à 33% de ventes de véhicules via le digital. » C'est une véritable communauté de B-Helper que souhaite créer Benoît Kleindienst.

Deux sociétés pour un pôle complet, du convoyage au dépannage

Benoît Kleindienst est à la tête d'une première société - Bootlid - qui assure les transferts de véhicules sur route. Cette activité de convoyage affiche 1 million d'euros de chiffre d'affaires pour 2021. Son ambition est d'atteindre les 12 millions d'euros d'ici 2025 sur l'ensemble de ses deux activités. « Nous sommes les seuls à proposer un pôle complet, du convoyage à la livraison de véhicules en passant par le dépannage. » L'investissement est estimé à 200 000 euros pour développer MyBootlid, qui sera totalement opérationnel d'ici 2022.

De nombreuses ambitions

MyBootlid n'a pas de limite concernant son réseau. « Plus il sera dense, plus le dépannage sera efficace. » Un réseau qui demande du temps à se mettre en place avec de nombreux partenariats possibles. « En cinq mois, l'application enregistre 7 000 téléchargements pour 1 000 inscrits. Benoît Kleindienst voit plus loin encore. Il envisage de créer MyBootlid Academy pour « former les convoyeurs-dépanneurs de demain ». Devenir le numéro un de la conciergerie automobile des entreprises avec un développement B to C dans le dépannage automobile est l'ambition affichée. « D'autant que 55% des gens ne passent pas par leur assurance pour assurer leurs dépannages. »

Emilie Jafrate

MyBootlid
KM0 - 30 rue François Spoerry
68100 Mulhouse • 06 49 52 77 66
http://mybootlid.com
f MyBootlid

DÉPLOYER SES AILES

et se donner toutes les libertés.

NOUS SOMMES COMME ÇA CHEZ LYCÈNE !

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

MAISONS Lycène

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

Pôle Habitat FFB

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

" Cultivons notre bien-être " : le jardin conceptualisé par Stéphane Fritsch en finale de la 6^{ème} édition du Carré des Jardiniers 2021

C'est le concours emblématique de la filière paysage. Chef de projet chez Muller Paysages à Geispitzen, Stéphane Fritsch est l'un des cinq finalistes de cette 6^{ème} édition du Carré des Jardiniers. Le Maître Jardinier désigné devient l'Ambassadeur de la profession pour les deux années qui suivent le concours.

Cultivons notre bien-être, « à chaque moment de notre quotidien », est la réponse de Stéphane Fritsch à la thématique du jardin du (bon) vivant. Un jardin que le jeune Chef de Projet a pensé multisensoriel. « Ce jardin ne peut pas être observé d'un seul regard, explique-t-il. Le visiteur progresse d'une zone à l'autre et se laisse envahir par des ambiances qui touchent et suscitent l'émotion. À travers ce jardin, le réflexe est de revenir à l'essentiel, à notre terre nourricière. La ruche et le potager sont là comme des témoins de la générosité de cette nature. Le potager est le fruit de la terre, alors que les abeilles contribuent à sa pérennité. »

Un appel à l'apaisement

Stéphane Fritsch accompagne l'entrée du visiteur par une rose des vents représentée sous les pieds d'un souffleur de pissenlit en fer forgé. Un clin d'oeil à Muller Paysages en faisant référence à son logo. La visite débute par un espace de détente et de partage sous une pergola agrémentée d'un mur végétalisé. Le cheminement se poursuit dans une forêt de bouleaux au milieu de laquelle il est possible de se reposer sur un transat dont l'orientation n'est pas choisie au hasard. « Un proverbe chinois dit que la tête doit être au Nord pour se revitaliser. Cette zone doit appeler à l'apaisement. » Plus loin, un bureau "Nooka Space" et sa terrasse en bois ouvert sur le monde végétal constitué de totems de vignes et de houblons. « Si, dans la vie, tout va vite, on trouve toujours un temps de convivialité avec nos amis », sourit le jeune Chef de Projets. Un espace barbecue avec son potager et une table pour dîner complètent l'ensemble de ce jardin de 200m².



L'équipe sélectionnée par Stéphane Fritsch (au centre). DR

Un jeu de hauteurs, de textures et de couleurs par les végétaux

Ce jardin du (bon) vivant fait bien évidemment la part belle au potager avec, entre autres, des poches d'herbes aromatiques au cœur d'une grande table en bois pour pouvoir directement assaisonner son repas. Des végétaux utilisés de façon esthétique. « Je pense au chèvrefeuille, au lierre, aux clématites ou encore aux fougères. Elles me permettent de jouer avec les textures, les hauteurs et les couleurs. » Ces différentes ambiances sont soulignées par un jeu de luminaires. Ce jardin, Stéphane Fritsch l'a également pensé comme une oeuvre d'art.

« Passion et engagement »

Stéphane Fritsch et les quatre autres candidats

l'issue du concours, Stéphane Fritsch envisage de ramener ce jardin de 200m² pour l'exposer sur place, à Geispitzen.

«Réaliser un jardin, c'est créer une histoire»

Du haut de ses 25 ans seulement, il est le plus jeune finaliste de ce concours. Titulaire d'un baccalauréat professionnel en aménagements paysagers, Stéphane Fritsch poursuit sa formation par un BTS Aménagement paysagers avant de passer trois ans en Belgique où il obtient son diplôme en architecture des jardins et du paysage. Il nourrit constamment son inspiration à travers des visites de parcs, de jardins, des voyages mais aussi de lieux artistiques comme les musées et salons d'art contemporain à l'instar d'Art3f, à Mulhouse.

L'interlocuteur privilégié pour chaque projet

Après avoir multiplié les expériences au sein d'entreprises du secteur, Stéphane Fritsch intègre Muller Paysages à Geispitzen en tant que Cadre-Chef de Projets en 2019. Le particulier et les marchés publics constituent l'essentiel de l'entreprise. Il est l'unique interlocuteur du client. « Je m'occupe de la création, de la conception mais aussi du matériel, des plantings, des équipes et de la gestion de chantier. Je réajuste en fonction des clés. » Muller Paysages c'est 17 salariés dont 14 personnes en CDI et trois apprentis.

Emilie Jafrate

SN Muller Paysages

Route de Waltenheim - 68150 Geispitzen
www.mullerpaysages.com



IUT Mulhouse
Institut Universitaire de Technologie
UNIVERSITÉ HAUTE-ALSACE

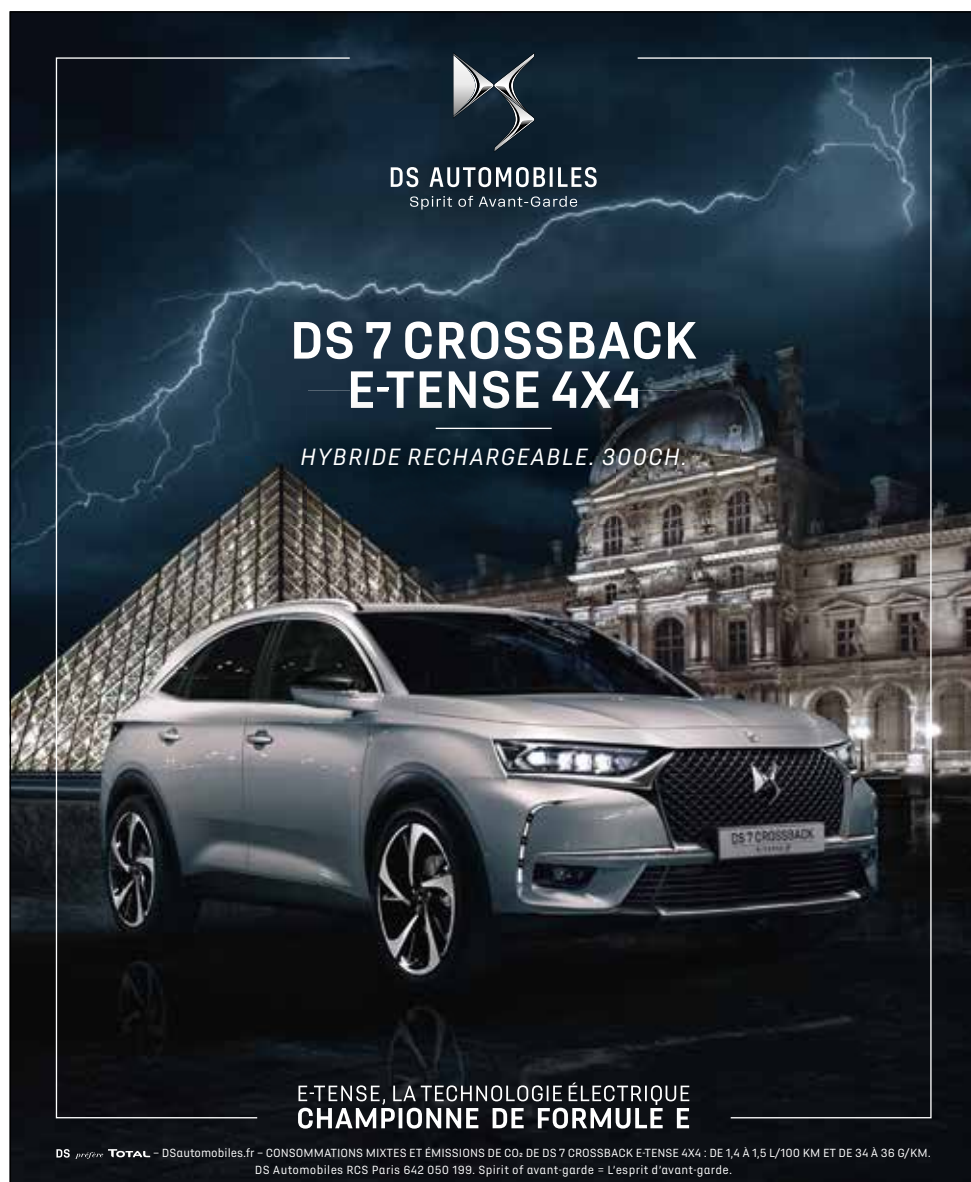
TAXE D'APPRENTISSAGE 2021

Formons ensemble vos collaborateurs de demain !



Pour en savoir plus

www.iutmulhouse.uha.fr



DS 7 CROSSBACK E-TENSE 4X4

HYBRIDE RECHARGEABLE. 300CH.

E-TENSE, LA TECHNOLOGIE ÉLECTRIQUE
CHAMPIONNE DE FORMULE E

DS préfère TOTAL - DSautomobiles.fr - CONSOMMATIONS MIXTES ET ÉMISSIONS DE CO₂ DE DS 7 CROSSBACK E-TENSE 4X4 : DE 1,4 À 1,5 L/100 KM ET DE 34 À 36 G/KM. DS Automobiles RCS Paris 642 050 199. Spirit of avant-garde - L'esprit d'avant-garde.

DS STORE MULHOUSE
7 RUE DE BERNE - 68110 ILLZACH
03 89 31 14 06

DS7 CROSSBACK
PRODUIT A MULHOUSE

Gallim Energies, la filiale photovoltaïque du Groupe Galopin en plein boom

Le groupe Galopin a lancé sa filiale solaire Gallim Energies en 2019. Un projet qui a pu aboutir grâce aux convictions européennes de Lionel Macor, son dirigeant. Par son expertise du BTP et ses compétences en énergie photovoltaïque, d'importantes perspectives de développement s'ouvrent pour cette filiale.

Il y a deux ans, à sa création, Gallim Energies proposait des solutions photovoltaïques en toiture ou dans des champs. Cette filiale vient de passer un cap et voit de nouvelles perspectives s'ouvrir grâce à l'obtention des qualifications Qualit'Enr et Qualifelec. Ces labels soutiennent les énergies renouvelables selon des critères de qualité particulièrement exigeants. Dispensés par des organismes nationaux partenaires d'EDF, ces qualifications permettent désormais à Gallim Energies d'installer et gérer des centrales photovoltaïques de puissance supérieure à 250 kVA. La filiale énergies du groupe Galopin optimise ainsi le potentiel énergétique de sites de grande envergure comme la Fromagerie Milleret à Charcenne (Haute-Saône) avec près de 4 000m² d'ombrières à installer sur son parking. Autre exemple, SEVESC à Saint-Cyr l'Ecole, dans le prolongement du chantier de Versailles et ses 2 000m² de panneaux noirs anti-reflets.

Fruit d'un partenariat avec l'entreprise allemande LIMHILL

Salarié au coeur de l'entreprise Galopin - une entreprise indépendante et familiale - Lionel Macor reprend la structure en 2017 aux côtés de trois autres cadres de la société. Les quatre repreneurs ont tenu à conserver cet esprit familial caractéristique. Galopin, ce sont 120 salariés et un chiffre d'affaires qui a évolué de 25 à 45 millions d'euros en quatre ans. Résidant à Fribourg en Allemagne - une ville en pointe dans les énergies renouve-

lables, marié à une Allemande rencontrée en Erasmus, Lionel Macor se montre attaché aux relations transfrontalières. Gallim Energies est d'ailleurs le fruit d'un partenariat entre Galopin et l'entreprise allemande LIMHILL, spécialiste de l'installation de centrales photovoltaïques.

Un écosystème régional favorable au développement

Entre la stratégie de l'Etat en faveur de la transition énergétique et la fermeture du site de Fessenheim - dont il faudra compenser la baisse de production d'électricité - les lignes concernant le photovoltaïque bougent aujourd'hui dans le Grand Est. « Nous voyons se créer toute une filière du solaire en Alsace et en Moselle. » Deux sites industriels dédiés à la fabrication de modules photovoltaïques et à la construction de panneaux solaires de grande envergure sont installés désormais dans le Bas-Rhin et en Moselle. « Cet écosystème régional, qui nous permet de nous approvisionner en France (et pas en Chine), en plus d'une meilleure rentabilité rendue possible par EDF pour un plus grand nombre d'investisseurs, sont des conditions très favorables à l'évolution de toute la filière. La valeur ajoutée de Gallim Energies reste la conception des projets, en plus du panel de compétences dont dispose le groupe Galopin, jusqu'à l'installation des panneaux. « C'est un marché segmenté avec peu d'acteurs au-delà de 100m². Sur les gros sujets, on se heurte à EDF et ENR. Il faut montrer patte blanche.



Lionel Macor (au premier plan à droite) entouré de son équipe, depuis un chantier en cours. DR

Nous, nous cibons des marchés de 100 000 à 2 millions d'euros. »

Se muscler commercialement

Le lancement et le développement de Gallim Energies a d'abord demandé un important investissement en terme de matière grise, de formation et d'énergie, pour arriver à décrocher les qualifications. « Nous cherchons à nous muscler commercialement avec l'embauche d'une personne dédiée à Gallim. Nous avons embauché un électricien et la partie conception se fait aujourd'hui en Allemagne. » Si, pour l'heure, Gallim Energies fait appel aux compétences parmi les 120 collaborateurs de Galopin, la filiale devrait accueillir une dizaine de personnes dans un avenir proche, à commencer par un responsable d'activité. Un poste occupé aujourd'hui par Lionel Macor. « Cette activité suscite des envies et de la motivation avec des perspectives d'évolution pour les collaborateurs de Galopin. C'est le jeu, nous rem-

placerons leur départ par du recrutement. »

Atteindre 10 millions d'euros de chiffre d'affaires d'ici 2025

En 2021, Gallim envisage un chiffre d'affaires de 2 millions d'euros, soit 5% du chiffre d'affaires de Galopin. « Nous ambitionnons de nous approcher des 10 millions d'ici 2025/2026. » Au départ, l'essentiel de l'activité de Gallim Energies était réalisé en Alsace. Aujourd'hui, 1/3 des projets reste en Alsace, les deux autres tiers sont réalisés dans le reste de la France dont la moitié sur Paris, un territoire à fort potentiel.

Emilie Jafrate

GALLIM Energie

46, rue Hacques Mugnier - 68200 Mulhouse
03 89 33 44 50
www.groupe-galopin.com

J'aimerais prendre de la hauteur !



ÇA TOMBE BIEN, ON PEUT VOUS FAIRE DÉCOLLER !

Thomas SCHNEIDER
Co-Gérant avec Sylvain TOURNAY de la société Services Acro Alsace

servicesacroalsace.fr

• EXPERTISE COMPTABLE, SOCIALE, JURIDIQUE • AUDIT • CONSEIL
• FORMATION • GESTION DE PATRIMOINE
• COMMUNICATION • INFORMATIQUE
• DÉVELOPPEMENT EN FRANCHISE

GROUPE COFIMÉ
L'ACCOMPAGNEMENT DURABLE
hlb-groupecofime.com

ARDAN
GRAND EST

ACTIVEZ VOS PROJETS, INTÉGREZ DES TALENTS !

Financé par la Région Grand Est et les entreprises bénéficiaires, ARDAN est un dispositif flexible qui vous permet d'amorcer le développement d'un projet en limitant votre prise de risque.

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

Un dispositif de
Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE
L'Europe s'invente chez nous
et avec son soutien financier

Porté par
le cnam
Grand Est

Le Toqué by Léa et Manu à Pfastatt, le bon goût des plats mijotés à base de produits frais

Revenir aux plats mijotés que l'on ne prend plus le temps de cuisiner... C'est l'une des raisons qui a poussé Emmanuel Obino à ouvrir son enseigne traiteur, du côté de Pfastatt en 2019. C'est à quatre mains, aux côtés de son ancienne stagiaire Léa Verwaerde qu'il concocte désormais des plats aux petits oignons.

La restauration est pour lui une véritable passion. Enfant, Emmanuel Obino trainait toujours en cuisine, dans les jupes de sa grand-mère. Et puis la passion est devenue sa vocation. Le chef se forme alors en Belgique, à l'Institut Culinaire de Bruxelles. Il dirige ensuite un restaurant d'une quinzaine de salariés. « J'aime manager les équipes, mais j'ai fini par ne faire plus que de l'administratif. J'avais le nez constamment dans les chiffres. Je n'avais même plus envie de cuisiner. » Après 18 ans de vie dans le Nord de la France, il revient aux sources, en Alsace. Là, il élabore un concept à son image. « Je n'avais plus envie de remonter une grosse structure et le but était d'ailleurs de me calmer. J'ai choisi de proposer un service traiteur à raison de quelques repas par jour. »

Une jauge limite de 35 repas par jour

Emmanuel Obino investit alors 15 000 euros pour se doter d'une cuisine professionnelle à domicile. Un an après son lancement, il s'associe avec son ancienne stagiaire, Léa Verwaerde, après l'obtention de son diplôme en juillet 2020. « Je la considère comme ma fille. Elle se montre très courageuse. Elle me permet aussi de proposer davantage de menus. Avant, je me limitais à dix commandes par jour. Nous pouvons désormais atteindre les 35 portions. Il arrive même parfois que nous devions refuser des commandes. ». Le menu de la semaine est fixé à l'avance et les clients doivent commander avant midi, la veille, pour le lendemain.

«Retrouver la cuisine de ma grand-mère»

Le Toqué ravit les papilles des particuliers aussi bien que des entreprises du secteur. Le duo livre même chaque matin entre 9h30 et 11h30 sur m2A. Emmanuel et Léa ont trouvé leur rythme de croisière. Un rythme dans lequel les contraintes de la restauration classique s'effacent. Ce concept leur permet de revenir à la cuisine que l'on mijote. « Je tenais à retrouver la cuisine de ma grand-mère, sourit Emmanuel. Au restaurant, tout va trop vite. Lorsqu'il faut servir 100 à 150 couverts en un service, impossible de songer à réaliser du mijoté. »

Le duo concocte aussi bien du vol au vent au poulet que de la moussaka, du chili con carné, du poulet basquaise, des polpettes (boulettes de viande italiennes) et le week-end : le fameux poulet rôti aux oignons, thym et épices accompagné de ses pommes de terre en robe des champs. « Nous proposons un plat unique par jour et nous réalisons un roulement tous les trois mois et demi. Les gens ne mangent jamais deux fois la même chose. Certains commandent quasiment tous les jours. »

Une formule anti-gaspillage

Un duo très complémentaire. Le chef, lui aime tailler la viande, soigner la cuisson et réaliser les sauces. Sa jeune associée est douée en desserts. Sa spécialité reste d'ailleurs le moelleux au chocolat. « Nous proposons finalement des choses simples, souligne Emmanuel Obino.



Emmanuel Obino et Léa Verwaerde oeuvrent à quatre mains. Ils proposent chaque jour un plat mijoté à base de produits frais.

Rien de tel qu'un flan aux oeufs. C'est juste extraordinaire, lorsqu'il est frais. » La fraîcheur et le fait maison restent leur cheval de bataille. « Nous avons fait le choix de la qualité plutôt que de la rentabilité. Nous nous faisons plaisir et nous aimons tester des recettes. Si elles nous conviennent, nous rallongeons notre carte sans hésitation. » Une formule anti gaspillage aussi. L'approvisionnement en matières premières se fait en fonction des commandes enregistrées la veille. « Nous n'avons pas de stock à gérer. C'est

une habitude à prendre. Je suis têtue et persévérante et je voulais prouver que ce modèle fonctionne. » Le Toqué by Léa et Manu propose également un service traiteur pour les soirées privées et les week-ends de 10 à 70 personnes.

Emilie Jafrate

Le Toqué
15, rue de l'Etang - 68120 Pfastatt
06 10 99 18 55
📍 Le Toqué

G'sundgo Eschentzwiller, la bière pression de Gilles Zwingelstein désormais disponible en vrac

Brasseur passionné et engagé depuis 2013, Gilles Zwingelstein passe un cap supplémentaire. Il dispose désormais de son propre local au coeur d'Eschentzwiller et propose, depuis le mois de mai, ses bières pression en vrac ainsi que des soirées "Biergarten" accompagnées d'animations.

Cela faisait quatre ans que ce projet de déménagement était dans les tuyaux. L'ambition de Gilles Zwingelstein était de créer « une brasserie de village ». Un endroit convivial et vivant, désormais installé dans l'ancienne caserne des pompiers d'Eschentzwiller à côté de l'étang de pêche. « C'est un bel endroit, bucolique, qui dispose d'un grand parking », se réjouit le brasseur. Un projet qui lui a demandé 60 000 euros d'investissement. Ce nouvel aménagement lui permet désormais de proposer ses bières pressions en vrac. Un moyen pour lui de réduire les déchets et le gaspillage. Gilles Zwingelstein peut ainsi écouler toute sa production. Côté conservation, ses bières fraîches se gardent 3 semaines, fermées, au frigo et trois à quatre jours après ouverture. Cette nouvelle offre s'inscrit dans la logique adoptée par le brasseur depuis ses débuts.

Vers un label Nature et Progrès

Producteur responsable, ses bières suivent les saisons et il se fournit le plus localement possible. « Mon houblon provient d'Obernai, le malt, c'est la filière Alsace et les céréales crues de la ferme d'Ysengrain à Petit Landau pour ce qui est de l'orge et du pop-corn. » Des matières premières également issues de l'agriculture biologique. Avec Gilles Zwingelstein, rien ne se perd, tout se transforme. Les céréales cuites sont réutilisées pour les animaux d'un paysan d'Obernai, et les résidus de houblon servent de compost.

L'eau utilisée pour le refroidissement des produits est elle aussi recyclée au maximum. Toutes ces actions s'inscrivent dans le cahier des charges "Nature et Progrès" que Gilles Zwingelstein devrait bientôt pouvoir afficher sur ses étiquettes. « C'est un label plus serré encore que le label bio. L'équipement utilisé, la commercialisation, l'emballage et les interactions sur le territoire entrent également en jeu. »

Des créations sans limite

S'il brassait déjà à la maison « pour les copains et la famille », Gilles Zwingelstein lance officiellement son activité en 2013. « J'ai contacté les marchés paysans, les AMAP... Tous les réseaux de circuits courts. De juin à septembre, on fournit les festivals. Aujourd'hui, on ne suit même plus l'été, sourit-il. C'est peut être le produit qui veut ça, mais le côté plus de mon activité est d'avoir pu faire de belles rencontres. Et aujourd'hui, j'arrive à proposer et faire goûter autre chose que de la blonde en festival. » Le best seller de sa gamme reste la blanche à la fleur de sureau. Les possibilités de création sont sans limite. « La bière est un produit très simple qui existe depuis 6000 ans. Il existe des centaines de sortes de houblon différentes, des centaines de levures différentes, des eaux avec plus ou moins de minéraux, sans oublier les épices, les fruits, les légumes et les plantes sauvages... » Ce mois d'août 2021 a marqué le retour de la Timôthé et l'arrivée de la



Gilles Zwingelstein depuis son nouveau local, au coeur d'Eschentzwiller.

Bloody Raspberry, Berliner Weissen framboise bio du Haut-Rhin. Gilles Zwingelstein n'en a pas fini d'étonner. De 250 hectolitres produits à l'année, le brasseur vise désormais les 400 hectolitres avec ses nouvelles capacités de production.

Emilie Jafrate

Microbrasserie Artisanale G'sundgo
3, rue de Schlierbach - 68440 Eschentzwiller
06 52 42 65 56
www.brasseriegsundgo.alsace
📍 Microbrasserie Artisanale G'sundgo

*L'abus d'alcool est dangereux pour la santé :
À consommer avec modération*

Ti Hai, un voyage de saveurs au coeur du Vietnam

Après une première vie professionnelle accomplie, Estelle Manikon choisi de suivre les racines familiales... à sa façon. En mai 2019, elle lance son affaire de street restauration vietnamienne: Ti Hai Food Truck.



La famille "Ti Hai" au grand complet. DR

La culture vietnamienne, Estelle Manikon l'a ancrée dans le coeur. Ti Hai Food Truck ce n'est pas une simple aventure entrepreneuriale. C'est sa façon à elle de faire découvrir "la cuisine de la maman" et de dépoussiérer les idées reçues. « Pour beaucoup de gens, la cuisine asiatique se résume aux buffets à volonté, déplore la jeune femme. Goûtez mes nems et mes samoussas... Vous ne les trouverez nulle part ailleurs! Ti Hai propose des mets vietnamiens comme on les trouve là-bas, dans les rues. « J'avais envie de faire découvrir aux Alsaciens les vrais saveurs de ce que l'on retrouve à l'autre bout du monde. J'avais envie de montrer que la street food vietnamienne est riche, et qu'elle n'est pas composée uniquement de nouilles ou de riz cantonais », sourit-elle.

«Ti Hai veut dire grande soeur numéro 2»

Un amour pour la culture vietnamienne, pour la famille, aussi. « Ti Hai veut dire grande soeur numéro 2. C'est mon surnom. Les numéros un, ce sont nos parents. » La cuisine est d'ailleurs une affaire de famille. « Ma grand-mère a gagné une

baguette d'or du côté de Marseille et ma maman est cheffe dans un restaurant, en Suisse. » Estelle a bénéficié de l'expérience et des conseils de sa maman, pour faire évoluer sa cuisine. Aujourd'hui, elle travaille aux côtés de ses deux soeurs, Victoria et Kimberly. Les préparations se font à Bartenheim-la-Chaussée, au coeur de leur cuisine professionnelle aménagée dans la maison familiale. « On hâche, on assaisonne, on roule, on cuit toutes ensembles. On termine ensuite à la minute, dans notre Food Truck. Si ce projet Ti Hai réussit, c'est grâce à toute la famille. Nous sommes très solidaires! »

Le Bo Bun, son bestseller

La jeune femme a fait du Bo Bun sa spécialité. Et il est devenu un véritable best seller. « Ils sont évolutifs! Ce sont des bols composés de nouilles de riz, de crudités, d'oignons frits, accompagnés de boeuf sauté à la citronnelle, de tofu ou de poulet saté. » Ou alors une version nem pour un mélange de fraîcheur et de croustillant. Estelle Manikon a même su reconquérir une clientèle qui avait fini par boudier le sandwich vietnamien. « Nous avons

failli l'arrêter, souligne-t-elle. C'est du poulet cuit au four, effiloché et revenu au wok, que nous intégrons ensuite dans une baguette française. Il a finalement réussi à trouver sa place. » Côté dessert, Ti Hai est également connu pour sa banane saïgonnaise. « C'est une banane coupée dans du lait de coco, accompagnée de billes de tapioca et de cacahuètes. » Mais sa carte ne se limite pas aux Bo Bun. Estelle Manikon propose aussi des suggestions du jour et de nombreuses entrées qui varient selon l'humeur du chef. Elle a également su faire redécouvrir le rouleau de printemps. « Il peut se faire avec d'autres ingrédients que des crevettes, souligne-t-elle. Nous le customisons avec du magret de canard aussi bien que du saumon. »

300 à 600 nems par jour

Lancé en mai 2019, Ti Hai Food Truck a rapidement connu un joli succès. « Notre clientèle est inter-générationnelle. Nous avons également des Vietnamiens d'origine qui sont heureux de retrouver ces saveurs qui leur manquent tant. Leur confiance me touche. » Un succès qui se ressent en cuisine. « Avant, nous produisions nos nems tous les deux jours. Aujourd'hui, c'est tous les jours. Nous vendons 300 à 600 nems par jour. Certaines personnes viennent même en acheter une cinquantaine d'un coup pour pouvoir les congeler ensuite et se faire plaisir au fur et à mesure. » Ti Hai est présent sur trois marchés en semaine: Ranspach-le-Bas le mardi, Bartenheim le mercredi et Kappelen le jeudi. Le dimanche, le food-truck vietnamien s'installe sur le parking de Meubles Meier à Bartenheim-la-Chaussée. Et il y a quelques mois, Estelle Manikon a même poussé jusqu'à Niederhergheim sur demande d'une entreprise de la zone industrielle, avant de revenir sur ses bases. Le samedi est réservé aux événements privés. « Nous avons pu en vivre l'un ou l'autre avant la Covid, comme Folie/Flore, par exemple. Et depuis que le Président a parlé avec l'assouplissement des restrictions sanitaires, notre planning se remplit à nouveau. » Juin a d'ailleurs très vite affiché complet. Chaque premier samedi du mois, Ti Hai s'installe également sur le parking de la Boutique du Primeur Knecht, à Morschwiller-le-Bas.



Pendant la Covid, Estelle a mis au point des kits que les personnes pouvaient venir récupérer et réchauffer à la maison. « Nous avons même des Mulhousiens qui venaient jusqu'à Bartenheim avec des commandes pour tous leurs voisins », sourit-elle.

Une application mobile à venir

Et Estelle Manikon ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. Au rang des toutes dernières nouveautés, une fusion entre Ti Hai et Oh My Box. Un concept de brunch vietnamien proposé le dimanche matin, entre soeurs. Face aux demandes toujours plus nombreuses d'une carte de fidélité, la jeune femme travaille sur une application mobile pour offrir plus d'interactivité à ses clients. « Ils pourront également se géolocaliser pour voir où nous sommes par exemple. Ils auront nos emplacements, nos horaires et notre carte. » Le jeune femme songe également à décliner son concept ailleurs. « Nous avons beaucoup de demandes du côté de Mulhouse et de Guebwiller. L'avantage, c'est que nous sommes une grande famille et tout le monde adhère au projet. » Même si l'idée de franchise cogite dans son esprit, pas question d'aller trop vite.

Emilie Jafrate

Ti Hai
www.tihaifoodtruck.com
ti.hai.foodtruck@gmail.com
06 87 66 46 84

Ti Hai foodtruck insta tihaiasianfood
Possibilité de réserver les commandes à l'avance: 06 43 28 14 21

Juste Là, le restaurant itinérant de la Carpe-Frite de Kévin Harens

Kévin Harens a tout misé sur la Carpe-Frite, dans une version itinérante. Le 1^{er} juin 2016, il se lance dans l'aventure entrepreneuriale pour proposer cette spécialité sundgauvienne à travers son camion restaurant "Juste Là".



Avec Juste Là, Kévin Harens a misé sur la Carpe-Frite. Un produit traditionnel, frais et 100% local.

Proposer des Carpes-Frites au coeur du Marché de Noël de Mulhouse? Du jamais tenté. Kevin Harens, lui, a relevé ce défi - de taille - avec audace et brio. « C'est certain, personne n'avait jamais osé proposer ce plat pourtant 100% traditionnel sur cet événement. Pourquoi? Est-ce que c'était trop risqué? Est-ce que cela ne fonctionnerait pas? » Mais plutôt que de se poser des questions, Kévin a pris le risque et investi toutes ses économies. 30 000 euros, au départ, pour s'équiper d'une voiture et d'une remorque. « Dans la vie, on peut prendre tous les risques. Il faut juste les mesurer! ». Aujourd'hui, le Marché de Noël représente 50% de son chiffre d'affaires. Forcément, la pandémie a redistribué les cartes.

De trois à neuf marchés par semaine en temps de crise sanitaire

Avant, Kévin Harens et son restaurant itinérant étaient présents sur les marchés trois fois par semaine. Pour pallier le manque à gagner causé par l'annulation du Marché de Noël de Mulhouse ainsi que ses événements traités, le chef d'entreprise a multiplié sa présence sur les marchés hebdomadaires. De six, il sortait neuf fois par semaine pendant le deuxième confinement. « Les calculs sont simples... Sur le mois et demi que dure le Marché de Noël, je réalise 70 services. Nous avons eu la chance de ne quasiment jamais nous arrêter. Même sur le premier confinement, quelques communes nous ont fait confiance et nous ont autorisé à proposer nos Carpes-Frites. » Kévin Harens a également dû s'adapter à un nouveau flux de clientèle. « Avant, sur les marchés hebdomadaires, j'avais une clientèle de personnes âgées ou qui ne travaillaient pas le mercredi, par exemple. La crise sani-

taire a généralisé le télétravail, sans compter les salariés en chômage partiel. Avant, je vendais 30 à 40 portions par marché. En temps de Covid, cela montait jusqu'à 80 à 100 portions! » Une nouvelle façon de consommer pour laquelle Kévin Harens a dû investir près de 5000 euros. « Il a fallu adapter le système à ce nouveau flux avec, notamment, un système de ticket comme chez votre boucher et un écran sur lequel défilent les numéros. »

«J'avais besoin de créer une entreprise qui corresponde à ma philosophie»

Ce jeune chef d'entreprise n'est pas du genre à se laisser abattre. « Lorsque tu as un mur en face de toi, tu passes à côté et tu le contournes, si tu as un problème, c'est qu'il y a une solution, il faut juste l'accepter. » Une philosophie acquise au fil des années et des rencontres. Kévin Harens est fils de restaurateurs. Après un BTS en commerce, il voyage en Australie puis en Asie pour ouvrir ses horizons. Au retour, il cherche un emploi. Après quelques années passées en tant que commercial, il ne trouve toujours pas sa place... « J'avais besoin de me sentir bien dans mes baskets, de travailler selon mes valeurs, de créer une entreprise qui corresponde à ma philosophie. » Son premier coup d'essai s'est déroulé Place de la Paix, à Mulhouse, à l'occasion d'une opération soutenue par Patricia Vest, figure emblématique des commerçants mulhousiens. « J'étais venu pour 80 personnes, nous avons au final servi 200 portions! »

Du local, du traditionnel et du fait minute

Des Carpes-Frites 100% traditionnelles et locales. Kévin Harens se fournit du côté de Friesen

pour son poisson, à Hirsingue pour la semoule et à Michelbach-le-Bas pour ses oeufs. Avant la Covid-19, il achetait ses pommes de terre à Spechbach. Juste Là était en effet connu pour ses guirlandes de pommes de terre qu'il a été contraint d'abandonner pendant l'épidémie. « Le temps de cuisson est plus long que celui des frites et les clients n'acceptent pas d'attendre davantage. Nous avons tenu jusqu'à l'an dernier... Mais nous reprendrons dès que possible! »

Un déclin familial

La carpe est quasiment une histoire de famille. Son grand-père vendait du poisson sur les marchés. Lorsque son père, Pieter, est arrivé en Alsace, il évoquait cette envie de se spécialiser dans la carpe sur les marchés. Il a fini par s'installer à Hirsingue pour diriger l'Auberge des Trois Vallées. Mais c'est lui qui a inculqué les secrets de la cuisson de cette spécialité à Kévin. Avec l'amélioration de la situation sanitaire, Kévin Harens a réduit sa présence sur les marchés. De neuf, il est repassé à six. « J'ai besoin de retrouver une vie de famille », glisse-t-il. Côté événementiel, sa jauge a été revue à la hausse. Juste Là se met à disposition des événements à partir de 60 personnes. S'il bouillonne d'idées et de projets, le chef d'entreprise reste vigilant. « La régularité est primordiale. Je mets un point d'honneur à proposer des produits frais et de qualité! »

Emilie Jafrate

Juste là
justela@outlook.com
06 73 70 81 05
Juste Là

Maison Kurtos, une gourmandise hongroise importée et élaborée en Alsace par Basile Bedelek

Basile Bedelek a pris le pari de faire du Kurtos une institution, en Alsace. Une brioche hongroise qu'il a découvert à l'occasion de six mois de stage réalisés à l'étranger dans le cadre de ses études. Il a fait de son coup de coeur une aventure entrepreneuriale et une marque : Maison Kurtos.



A 24 ans, Basile Bedelek, a construit son entreprise autour du Kurtos, une gourmandise venue tout droit de Hongrie. DR

Le Kurtos est une brioche cylindrique, croustillante à l'extérieur et moelleuse à l'intérieur. Une gourmandise qu'il est possible de décliner à l'infini, en version salée aussi bien que sucrée. En

stage pendant six mois à Budapest dans le cadre de ses études de commerce, il revient en Alsace et met au point sa propre recette. En 2018, il déniché un four authentique qui lui vaut un aller-retour jusqu'à Valenciennes. Il teste ensuite une trentaine de recettes différentes avant d'arriver à LA recette idéale. Une recette qu'il continue de peaufiner pour en varier les versions et pourquoi pas, arriver à une déclinaison glacée avec l'arrivée des beaux jours.

Un CAP de pâtissier en candidat libre

Ses matières premières sont choisies avec soin. Sa farine, ses levures et ses graines viennent du Moulin de Rosenau, ses fruits et légumes, de saison, du marché et ses produits laitiers d'Alsace Lait. « J'ai choisi le chocolat de Valrhona, mon caramel vient de Normandie et le sucre d'Ersstein. J'essaie de créer de nouvelles recettes en variant ce que l'on peut mettre dedans ou autour et d'améliorer, constamment, mon Kurtos. Je travaille sur un défi fraîcheur... J'aimerais qu'il puisse se conserver plus longtemps. Il tient aujourd'hui 24h. On peut le réchauffer au four 2 minutes à 180°. » En parallèle de ses tests, il poursuit ses études de commerce qui le mènent jusqu'aux Etats-Unis. Il y passe son CAP pâtissier en candidat libre qu'il obtient en 2020. « J'en ai profité pour travailler sur mon entreprise, se souvient-il. J'avais d'abord pensé à installer un café dédié à ce produit mais pousser la porte pour un produit que l'on ne connaît pas, c'est le pas de trop. »

Des canaux de distribution diversifiés

Il opte alors pour la méthode Food Truck. L'idéal pour apporter ce produit nouveau jusqu'aux gens. Au sortir du premier confinement, il installe son deux roues jaune citron devant chez lui et commence par faire de la vente à emporter et des livraisons. Deux semaines plus tard, Basile Bedelek est démarché par les marchés de Kappelen et Ranspach-le-Bas. Maison Kurtos était présent sur neuf marchés haut-rhinois. En 2020 aussi, il a pu goûter à de gros événements. Le Kurtos a fait un carton au festival Street Bouche à Strasbourg avec 900 Kurtos vendus en deux jours. Une gourmandise qui a également fait recette sur les Journées d'Octobre, à Mulhouse. Il aurait dû être présent aux Eurockéennes et à la Foire aux Vins de Belfort, mais la pandémie en a décidé autrement. Basile Bedelek a diversifié ses canaux de distribution. Une partie de sa production est écoulée via le réseau La Ruche qui dit Oui, au Pressoir de Westthalen à travers ses distributeurs connectés mais aussi par le biais de Baguette Box 68, la franchise qui se lance du côté de Mulhouse et Saint-Louis. Basile propose également la version brunch de ses Kurtos les dimanches matins.

Esprit gourmand et espièglerie

Basile Bedelek a l'ambition d'imposer sa marque, Maison Kurtos, comme une référence sur ce produit. Une marque qui joue sur l'esprit gourmand et l'espièglerie de l'enfance via un esprit de "Loustics Gourmands" et sa mascotte coccinelle.

moments, entre amis, en famille aussi. « J'arrive même à viser des gens qui connaissent déjà le Kurtos, se réjouit Basile. Des personnes qui ont voyagé à Prague ou Budapest et qui sont heureux de pouvoir faire goûter cette gourmandise à leurs familles. » Une gourmandise qui plaît également dans les événements privés. « Les gens apprécient faire découvrir cette nouveauté à leur entourage », sourit Basile Bedelek. Le jeune homme dévoile même ses secrets de fabrication à travers des ateliers ouverts au grand public, sur réservation.

Une franchise à développer

Il fonctionne pour l'heure avec deux permanents, Guillaume et Christelle, présents sur les marchés. Ses axes de développement sont nombreux. « Je vise une ouverture d'ici fin 2021 dans une grande ville, Lyon, Lille ou Strasbourg. J'arrive aujourd'hui à former facilement mes collaborateurs à la technique pour le rouler correctement. » Ce projet va nécessiter le recrutement d'une équipe de 3 à 4 personnes. Un poste est d'ailleurs déjà à pourvoir. Basile Bedelek recherche un stagiaire. « J'aimerais développer des emplacements hors Alsace. Beaucoup de gens ont envie d'être indépendants mais ils ont peur de se lancer... » Basile, lui, vise à faire de sa Maison Kurtos une franchise, grâce à un produit déclinable selon les habitudes locales. En Alsace, le Kurtos à la cannelle représente 30 à 40% du volume de ses ventes. « À Lyon, les gens sont friands de pralines roses pour la version sucrée et dans le Nord, les gens adorent le spéculoos. » La pandémie a freiné ses investissements mais pas son envie de grandir vite. Un point de vente devrait d'ailleurs ouvrir à la rentrée sur Mulhouse. Son « citron jaune » - comme il se plaît à appeler son foodtruck - a également déjà gagné le Bas-Rhin. Cet été, Maison Kurtos s'est même installé à la piscine de Marckolsheim avant de reprendre ses tournées hebdomadaire sur les marchés haut-rhinois.

Emilie Jafrate

Maison Kurtos
www.maisonkurtos.com
f Maison Kurtos



Le Kurtos est déclinable à l'infini en version sucrée et salée. DR

Recevez dans votre boîte aux lettres

les **6 numéros** du Périscop

pour seulement **65€HT**

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



Sur les marchés ou sur de gros événements, impossible de passer à côté de Maison Kurtos et son véhicule jaune citron. DR

Le Kurtos reste un moyen de partager de bons

Vous désirez communiquer dans

Le Périscop
Le média des entreprises locales

sous forme d'annonce publicitaire ?

Contactez notre service commercial
au 06 26 52 40 56

Le Périscop
Le média des entreprises locales

Directeur de la publication et rédacteur en chef : Pierre-Alain, Pierre-Alain@le-periscope.info
Rédaction et photos (sauf mention contraire) : Emilie Jafrate et Pierre Alain.
Publicité : Céline Boeglin-Koehler, celine.boeglin@le-periscope.info • Web : Agence Cactus
Mise en page : Agence Cactus • Impression : Imprimerie Moser • Distribution de ce numéro : S.A.S. Le Périscop.

Edité par S.A.S. Le Périscop
8 rue des Cailles, 68270 Ruelisheim
03 89 52 63 10 - www.le-periscope.info
N° ISSN : en cours - Tiré à 15.000 exemplaires