

A l'Étoile
Starnstewala
Restaurant - Winstub

Spécialités Alsaciennes - 25 Tartes Flambées
Menu du jour au choix (5 entrées - 5 plats - 5 desserts)
Formule 2 plats 9,50 € - 3 plats 12,50 € avec le café
Repas d'affaire sur mesure
Parking gratuit

Winstub à l'Étoile - 57 rue de Bâle - MULHOUSE
Tél. 03 89 45 21 00 - Fax 03 89 56 24 26
contact@aletoile.com - www.aletoile.com

www.le-periscope.info

Le Périscop

EST

L'info économique de l'EST mulhousien à 360°

N°9 juin/juil. 2012

Edito

Sérendipité

Ce mot fait partie de ceux qu'on entend par-ci, par-là, qui font très savant en laissant sur le bord du chemin ceux qui n'ont pas eu vent de la dernière expression à la mode. Comme on en a eu assez de l'entendre sans en avoir de définition précise, on a foncé chez wikipédia pour en savoir plus. Le site donne de la sérendipité une définition concise et abordable : « C'est le fait de réaliser une découverte inattendue grâce au hasard et à l'intelligence, au cours d'une recherche dirigée initialement vers un objet différent de cette découverte ».

Le hasard

De nombreuses découvertes scientifiques et recettes de cuisine ont été découvertes ainsi, par des chemins de traverses, oublis ou négligences aboutissant à des résultats surprenants, inattendus, heureuses surprises dues à un hasard qui "fait bien les choses". La sérendipité appliquée à l'entreprise, ce serait de trouver un nouveau produit en causant avec le barman de son café de tout autre chose, ou d'avoir une idée marketing en écoutant une chanson. Sur le web, c'est la navigation hasardeuse d'un lien vers un autre qui peut aboutir à des résultats inattendus.

L'intelligence

Cela dit, le hasard heureux se mérite, car on précise bien dans le même article que « La sérendipité se manifeste parce qu'il y a un être humain doté de certaines qualités, dont la sagacité, le flair, la vigilance et la perspicacité... » Savoir rebondir sur l'erreur (apparente) est le fait d'esprits souples et réactifs. Ceci dit, trouver des solutions à des problèmes suite à une démarche non linéaire est rassurant non ? En particulier, les accidents de la vie peuvent nous rappeler à des fondamentaux, voire nous ouvrir de nouvelles voies...

C'est tout le mal que nous souhaitons à nos relations et amis touchés par les difficultés économiques actuelles...

Béatrice Fauroux
Rédactrice en chef

Dossier du mois : Le recyclage responsable

Etes-vous sûr que l'entreprise qui s'occupe de vos déchets est réellement responsable en matière de gestion environnementale ? Le Périscop vous présente dans ce numéro des structures renommées qui vous aideront à développer des solutions sur-mesure en matière de gestion durable de vos déchets.



Jean-Alexis Wirth

De la valorisation à l'élimination

Sur son site illzachois, Novergie Nord-Est a développé une déchèterie professionnelle au fonctionnement atypique : la grille tarifaire varie selon le tri sélectif effectué en amont par l'entrepreneur venu déposer ses déchets.

La reprise, en janvier 2011, de la déchèterie professionnelle d'Illzach par Novergie Nord-Est a marqué un tournant dans la politique d'exploitation de ce centre de tri. La nouvelle équipe, avec à sa tête Jean-Alexis Wirth, a décidé d'appliquer différemment le principe du pollueur-payeur.

Exit le tarif unique, les professionnels qui viennent déposer leurs déchets sont facturés selon deux critères : le poids et l'effort de valorisation effectué en amont. « Un usager qui nous apporte des déchets préalablement triés bénéficie d'un tarif plus avantageux que celui qui se contente de déposer ses chutes et ses rebuts en vrac. Dans le premier cas, la totalité du dépôt ira dans la bonne filière de traitement alors que, dans le second, des pertes de matériaux potentiellement recyclables seront inévitables » explique Jean-Alexis Wirth.

Une facture allégée

Ce système incitatif présente un double avantage pour les clients, qu'ils soient

réguliers ou occasionnels : un gain de temps - terminée l'attente durant le tri - et une facture allégée. Novergie Nord-Est en tire aussi un bénéfice : cette filiale de Sita (groupe Suez Environnement) récupère un maximum de déchets recyclables.

Deux formes de transformation énergétique s'offrent ensuite aux matériaux non valorisables : l'incinération (les vapeurs générées par ce procédé sont, par exemple, revendues pour alimenter les chauffages) et l'enfouissement (le biogaz récupéré est transformé, après de multiples traitements, en électricité).

3.500 tonnes collectées

Cette tarification inédite a séduit de nombreux professionnels, issus essentiellement du bâtiment. Pour son premier bilan, cette branche du centre de tri a collecté pas moins de 3.500 tonnes de déchets et a pu en revaloriser 45%. « Cette donnée est, certes encourageante, mais reste insuffisante. Alors qu'en 2010, on se contentait

d'enfouir le plâtre dans le sol, l'an passé, on a pu en retraiter 180 tonnes. Nous cherchons toujours de nouvelles techniques pour parvenir à recycler tous les types de déchets » assure Jean-Alexis Wirth.

Ce dernier reconnaît que ce succès est dû aux efforts consentis par les clients qui "jouent le jeu". La campagne d'information menée en ce sens par Novergie Nord-Est se poursuit au quotidien sur le site, désormais baptisé Déchet Pro. Les 14 salariés s'activent à orienter et informer les usagers afin qu'ils optimisent leur démarche de tri. « Notre rôle ne se résume pas à la simple collecte de déchets, nous essayons d'inciter les gens à être éco-responsables en leur montrant comment mettre le bon rebut dans la bonne filière » déclare le responsable.

Inès Lazibi

■ Contact 29 avenue d'Italie, Illzach
03 89 61 66 30
www.novergie.fr

Weber Kress Industries

Entreprise générale d'électricité industrielle

Faire passer le courant. Plus qu'un slogan une manière d'être, de chacun de nos collaborateurs chaque jour au service de nos clients.

Centre Activités Actipolis 2 • 4, rue de l'Artois • 68390 Sausheim • France • Tél. +33 3 89 61 97 33 • info@weberkress-industries.com • www.weberkress-industries.com

► Une économie écologique

En termes d'esthétique, d'entretien et de durabilité, les conteneurs à apport volontaire aériens, semi-enterrés ou enterrés de la société Astech répondent aux critères des entreprises soucieuses de s'inscrire dans une démarche de développement durable.

Astech semble avoir posé son empreinte sur le marché public des conteneurs à apport volontaire. Cette société sausheimoise a dernièrement remporté l'appel d'offres de la ville de Mulhouse pour l'installation de nouveaux points de collecte. Pourtant, cette même gamme s'adresse aussi aux entreprises privées. « Actuellement, ce secteur ne représente que 10% de notre chiffre d'affaires mais, contrairement à ce qui peut être pensé, nos produits répondent bien aux problématiques environnementales des entrepreneurs » assure Michel Sitter, le gérant depuis 2005.

Les conteneurs proposés sont dédiés aux déchets industriels banals, c'est-à-dire les ordures ni inertes ni dangereuses (ferrailles, chutes, papiers, verres, métaux non ferreux, plastiques, bois...) et que l'on peut éventuellement valoriser par incinération et récupération d'énergie. « Un établissement qui ne recycle pas encore oppose sûrement écologie et rentabilité. Erreur ! Il est possible de produire intelligemment en limitant l'impact sur l'environnement » affirme-t-il.

Un management environnemental certifié

Astech "éco-conçoit" ses conteneurs, qu'ils soient aériens, enterrés ou semi-enterrés. Ces produits sont fabriqués en acier, en aluminium et en inox, des matériaux recyclables. Les pertes de matière sont limitées au maximum et les transports optimisés. « Les commandes sont exécutées sur notre plate-forme logistique de Neuf-Brisach et nous ne nous fournissons qu'en France. Cette logique, qui était avant tout écologique, s'est révélée économiquement rentable avec le temps » se réjouit Michel Sitter. Son système de management environnemental a d'ailleurs été certifié par la norme ISO 4001.

Astech se démarque de ses concurrents nationaux - sept au total - non pas par cette gestion dite "verte", mais par sa flexibilité. Le bureau d'études réalise des conteneurs sur-mesure, que ce soit au niveau des dimensions ou de l'esthétique, le but étant de les intégrer harmonieusement dans le contexte de la société. Et même s'il est



Michel Sitter

personnalisé, son équipe de quatorze salariés veille à ce que le produit reste conforme aux critères de la marque : incombustibilité, facilité d'entretien et étanchéité.

■ **Contact** 1 avenue Pierre Pflimlin, Sausheim
03 89 31 83 20
www.astech-eco.com

IL

► Une force au service de l'environnement

Derichebourg Environnement couvre la filière du recyclage des déchets industriels, de la collecte jusqu'à la valorisation. Le site d'Illzach est spécialisé dans le traitement des matières métalliques et propose à ses clients une intervention dans l'enceinte même de leur usine ou une collecte personnalisée des bennes installées sur site.



Être rémunéré pour recycler ? Une offre non négligeable pour les entreprises qui, en cette période de crise, veillent à la moindre dépense. Derichebourg Environnement, à l'origine de ce concept, propose à ses clients industriels de racheter leurs rebuts de métaux ferreux. « Selon le cours mensuel de la ferraille et le poids collecté, nous rémunérons les établissements qui s'adressent à nous pour le traitement de ce genre de déchets » explique Thierry Konzem, directeur général du site situé à d'Illzach.

Les prestations de cette branche du groupe international Derichebourg vont de la location de bennes à la commercialisation des produits recyclés en passant par la collecte. « Une fois broyée puis cisailée, la ferraille est revendue à nos clients exerçant dans la sidérurgie. L'an passé, ce ne sont pas moins de 100.000 tonnes qui ont eu ainsi une seconde vie. Les tôles de carrosserie sont, par exemple, majoritairement composées de vieilles ferrailles » assure ce dirigeant à la tête d'une équipe de quarante personnes.

Une offre globale difficile à concurrencer

Prérogative annexe de Derichebourg Environnement : le recyclage de déchets

industriels au sens large (plastiques, cartons, métaux non ferreux...) et sur toute l'Alsace. « Notre groupe ne se repose nullement sur ses acquis, même si nos activités sont pérennes et cotées en bourse. Pour nous démarquer de nos concurrents, nous proposons des offres globales à nos clients, c'est-à-dire des services de nettoyage et de surveillance de leurs locaux » déclare Thierry Konzem.

Ce dernier tient à souligner qu'il n'appréhende pas le recyclage comme un gagne-pain, mais comme une ligne de conduite. « Nous nous inscrivons dans une démarche de développement durable. Nous utilisons le transport fluvial pour livrer nos clients en bateau et ce afin de minimiser notre impact sur l'environnement. Une entreprise est responsable de ses déchets jusqu'à leur fin de vie. Elle doit donc s'assurer de les confier à un organisme compétent et de confiance » prévient-il.

IL

■ **Contact** 42 avenue de Suisse, Illzach
03 89 31 02 02
www.derichebourg.com

Thierry Konzem, directeur général

► L'attraction recyclage

Pour une gestion optimisée de leurs déchets, Schroll propose aux entreprises une prestation « clé en main » conciliant enjeux techniques, économiques et environnementaux. Le site de Pfaffstatt veille particulièrement à la qualité des matières premières recyclées et commercialisées.

Difficile de contester l'expertise environnementale de Schroll lorsque l'on sait que ce groupe s'est lancé dans le traitement des déchets en... 1892 ! « Face à 120 années d'expérience, le qualificatif de précurseur s'impose, non ? » demande en souriant Christophe Trautmann, le directeur d'exploitation du site de Pfaffstatt.

Ouverte en 2006, cette plate-forme traite 4.000 tonnes de déchets par mois dont environ 1.500 en provenance des collectivités locales. « Le reste est produit par les entreprises qui sont installées sur notre secteur, celui-ci allant de Colmar à Belfort » précise-t-il.

De la location de bennes à la valorisation en passant par la collecte, Schroll propose à ses clients de l'industrie et du tertiaire une approche individualisée des traitements de leurs déchets. « Ils peuvent nous les déposer déjà triés ou en mélange. Dans ce cas, le prix sera plus élevé car il nécessitera une intervention de nos techniciens. Cette situation se raréfie car la majorité des

entreprises souhaite diminuer les dépenses liées à cette tâche » explique Christophe Trautmann.

Destruction des documents confidentiels

En incitant les professionnels à trier en amont, Schroll récupère un maximum de matériaux valorisables. « Seuls 5% des déchets collectés ne le sont pas. On s'en débarrasse soit en les incinérant soit en les enfouissant. Dans les deux cas, on produit de l'énergie que l'on peut redistribuer » explique le directeur. Les matières premières recyclées, elles, sont vendues à des entreprises aux activités variées (papeteries, producteurs de papiers toilette ou d'emballages alimentaires...).

Schroll étoffe ses prestations pour les industriels en développant, d'ici la fin de l'été, un Recyparc. « Il s'agira d'une déchetterie classique destinée aux artisans, aux PME et aux commerçants. Nous prendrons en charge tous les types de déchets : papiers, plâtres, gravats, ferrailles, tubes, lampes... »,



Christophe Trautmann

annonce déjà Christophe Trautmann.

Dernière particularité du site, et toujours à destination des entrepreneurs, Neutralis. Cette filiale du groupe détruit en toute sécurité tous documents ou supports confidentiels.

IL

■ **Contact** 2 rue des Imprimés à Pfaffstatt
03 89 57 15 93
www.schroll.fr

Des spécialistes à la hauteur

Étude, conception, fabrication et montage de produits sur mesure : L'Echelle Européenne de Sausheim propose à sa clientèle un service d'ingénierie global pour leurs besoins d'accès et de sécurisation en hauteur.

« De nombreux professionnels attendent malheureusement d'être confrontés à un problème, comme un accident ou une inspection au travail, pour appliquer la législation en vigueur au niveau de la sécurité » déplore François Maillot, cogérant, avec Michel Barrat, de L'Echelle Européenne.

Cette franchise, installée depuis février dernier à Sausheim, est spécialisée dans les produits permettant de monter, travailler, circuler, stationner à une certaine altitude et ce en toute confiance. « En tant qu'experts de la hauteur, nous répondons aux exigences de nos clients en veillant à leur proposer du matériel conforme aux normes imposées par les lois européennes » explique cet ancien ingénieur en informatique.

6 000 produits référencés

Echafaudage fixe et roulant, échelle à crinoline, plate-forme individuelle roulante, escabeau, élévation de charges et de personnes... Cette entreprise se démarque de ses concurrents en répertoriant plus de 6.000 références dans son catalogue. « Avec une telle offre, difficile de ne pas trouver une solution adaptée à l'environnement

d'implantation. Et si ce n'est pas le cas, nous réalisons du sur-mesure » assure François Maillot. L'enseigne possède sur place un large stock - 380 m² de surface d'exposition - et un site de fabrication à Montpellier permettant ainsi de réduire les délais de livraison.

L'ensemble de ces éléments confortent les deux associés dans leur projet de devenir les leaders sur ce marché. « Toute entreprise alsacienne et franc-comtoise, et ce peu importe le secteur, est potentiellement cliente de L'Echelle Européenne. Il faut cependant sensibiliser les professionnels à la législation : les toits doivent être équipés de garde-corps, les bâtiments d'échelles de secours, les bureaux de marchepieds pour atteindre la documentation rangée en hauteur... », énumère François Maillot. Ce dernier rappelle que la responsabilité du chef d'établissement est engagée en cas d'incident ou de contrôle non conforme. La chaîne de travail sera arrêtée, ce qui retardera les délais de livraison et engendrera donc une perte financière pour la société. « Contactez-nous avant d'en arriver là ! » lancent les gérants.

■ Contact 49 b D201 à Sausheim
09 82 56 36 33
www.echelle-europeenne.com



Michel Barrat et François Maillot

Novotel, une offre adaptée aux pros

Le Novotel de Sausheim est une étape agréable pour les professionnels en transit, mais c'est aussi un endroit tranquille pour s'y retrouver en journée... ou le soir.



Céline Fidrie

Céline Fidrie, chargée de clientèle au Novotel Mulhouse Sausheim, a été recrutée début 2011 pour y développer la clientèle locale, qu'elle soit composée de professionnels ou de particuliers. Elle souligne la souplesse de l'établissement vis-à-vis des professionnels, tout d'abord sur le plan de la restauration : « Qu'on souhaite manger à 3 heures du matin ou à 3 heures de l'après-midi après un déplacement, c'est possible au bar. Nous proposons certes une carte réduite au client par rapport à celle du restaurant, mais il a la possibilité de manger à l'heure qui lui convient. Idem pour le bar, ouvert en permanence ».

Fréquemment, des professionnels y fixent leurs rendez-vous ou y organisent des entretiens de recrutement qu'ils souhaitent mener hors du cadre de l'entreprise. Ils ont aussi la possibilité de louer des salles en rez-de-chaussée pour des journées d'étude ou séminaires, qui totalisent

105 m² divisibles (3 x 20 m² et une salle de 45 m²). Soulignons que la carte du restaurant fait la part belle aux produits frais, au bio et à des mets plutôt légers, avec accompagnement à volonté. Enfin, les 77 chambres de l'hôtel ont été rénovées en 2007, avec douche à l'italienne et wc à part, le tout sur 23 m². Le tarif s'établit selon le niveau de remplissage.

PS : le Novotel Sausheim propose une formule pour l'Euro 2012 avec retransmission des matches sur écran géant avec barbecue, desserts et salon privé pour 28 euros par personne.

Dates : vendredi 15 juin à partir de 18h et mardi 19 juin à 20h45

■ Contact : Céline Fidrie
Novotel Mulhouse Sausheim
03 89 61 84 84

BF

A Chacun Son boX

Solutions de stockage, archivage, garde-meubles, location de véhicules utilitaires

Le self-storage
vous permet de louer des boîtes adaptées à vos besoins et à votre budget d'une surface variable à partir de 1 m² pour 1 jour, 1 mois, 1 an...

- Des solutions souples
- sur site sécurisé 24h/24
- pour toutes les surfaces
- toutes les durées
- particuliers et professionnels

03 89 36 79 73
4 rue Vauban - ZI n°2
68170 RIXHEIM
mulhouse@achacunsonbox.com
www.achacunsonbox.com

EXTRA STOCKAGE

Louez un box chauffé, ventilé et 100% sécurisé!



03 89 311 811 www.extrastockage.com



Ce mois-ci, la chronique de Sarah a exploré pour nous l'avis de la presse britannique économique suite à l'élection de François Hollande. Une presse britannique pas franchement enthousiaste, et même sévère vis à vis de certaines rigidités typiquement françaises qui freinent l'esprit d'entreprise.



« It's business as usual with François Hollande »

A brief overview of how the British press sees Hollande's attitude to business and innovation.

The Guardian calls France "François Hollande's start-down nation", and paints a dull portrait of a man with no track-record, no aspiration and certainly no penchant for innovation. The paper does point out that Sarkozy was not much better in terms of the latter : "What made this campaign so depressing was both sides seemed to willfully ignore one of the most potent engines of the economy that is innovation and a country's ability to foster it".

Lack of investment in higher education

One of the problems, the paper goes on to point out, is the lack of investment in higher education with France spending less than half than the US per student - and 15 times less compared to the Ivy League colleges! The Guardian notes that with only two graduate schools in France promoting the elite of France, they are a scarce breed and "the difference between a Polytechnique student and a Stanford one, is the former will dream of managing, one day, a large industrial concern such as Thales... or... Total, while the Stanford grad will want to see his/her name on a campus building - after a creating a successful business..." France, it continues, also has a poor track record in attracting venture capital, a 102 year old labour code which hinders employment and a general lack of impetus and flexibility with regards to creating new businesses.

A deep anti-business attitude

"The rather dangerous Monsieur Hollande" headlines The Economist, has "a deep anti-

business attitude". "Mr Normal" says The Telegraph, is a true technocrat, "quickly bogged down by jargon and technical details". The Financial Times however is more encouraging and suggests that he is balancing politics and reform with a diverse cabinet with a slight bias towards modernizers. Most notably the paper points out Mme Aubry, author of the 35 hour week, is absent from the cabinet.

With comparisons such as Tati's M.Hulot aside, François Hollande is for the moment not inspiring much confidence. As the Guardian summarises: "France won't fall from the cliff, nor will it shine brightly under the new regime. And it won't innovate either."

Sarah Lesage

Vocabulary

Business as usual : C'est comme à l'habitude

Start-down : Contraire de start-up

To foster : Promouvoir

Ivy League Colleges : Les 8 plus prestigieuses universités des États Unis

Scarce breed : Une race rare

Hinder employment : Freiner l'emploi

Lack of impetus : Un manque d'impulsion

Bogged down : Être embourbé

air à domicile
LES MAGASINS

Sécuriser le maintien à domicile

Livraison et installation à domicile

Dans nos deux magasins, à MULHOUSE (zone commerciale de Morschwiller-le-Bas, à côté de Leroy Merlin) et à COLMAR (en face de l'hôpital Pasteur), retrouvez votre espace de conseil et de présentation :

- MATÉRIEL MÉDICAL : vente, location, réparation
- ORTHOPÉDIE - CONTENTION : prises de mesures, essais
- INCONTINENCE : Aides techniques, matériels pour professionnels de santé...

03 89 60 70 60 - www.airadomicile.com

► Eric Scherer à Mulhouse : les nouvelles technologies impactent tous nos contenus

Eric Scherer, directeur de la prospective, de la stratégie et des relations internationales à France Télévisions, était présent à Mulhouse le 24 mai dernier, au Club Entreprises et Médias d'Alsace. Au cœur du sujet, les nouvelles technologies et leur impact sur notre consommation de tous les contenus : émissions, musiques, informations... Au-delà, c'est toute une profession : celle de journaliste, qui se trouve bouleversée. Et avec elle tout le secteur de la presse.

Le web 2.0 a signé la fin des monopoles, puisque ce ne sont plus les médias traditionnels qui font l'information et la culture des publics, ce sont les auditeurs, spectateurs et consommateurs eux-mêmes qui font l'actualité. Aujourd'hui avec la génération du web "ouvert", il n'y a plus de barrières financières à l'entrée pour créer son média, blog, télé, radio... Conséquence, les grands acteurs du marché « se trouvent menacés par quelqu'un qui est en train de créer un média dans son garage », dit Eric Scherer. Imprévisibles, foisonnants, les contenus sont désormais créés et partagés à grande échelle par l'audience qui n'est plus passive : elle s'est emparée des outils. « Fini le clergé médiatique, l'écriture se démocratise, chacun devient un média ».

«L'infobésité»

Les conséquences sont multiples ; ainsi la valeur des contenus diminue, on est dans un univers low

cost où le modèle économique de la production des contenus est encore introuvable à ce jour. « Le journaliste ne se déplace plus avec son preneur de son et son caméraman, la révolution numérique a balayé cette organisation. L'information peut provenir de partout, elle est omniprésente, il y en a trop, c'est l'infobésité ».

Le «journalisme entrepreneurial»

Dans cette surabondance, le métier de journaliste pourrait évoluer dans un sens plus critique, porteur de sens, avec une vraie expertise sur les sujets. « Puisqu'on trouve l'information partout et que tout le monde la commente, le journaliste pourrait être celui qui vérifie l'information, la hiérarchise, la met en perspective... » Ce journaliste augmenté est aussi invité à devenir un « journaliste entrepreneurial » qui crée son propre média !

Les freins restent cependant culturels, avec, dans la presse comme dans d'autres secteurs, un vrai



déni sur l'évolution des métiers, des blocages face à la culture numérique et une méfiance face aux nouveaux de pouvoir dans l'entreprise que cela implique. « Les médias sont dans la situation de la sidérurgie des années 1960. On ne sait pas ce qui prendra leur place, mais il est certain que l'avenir appartient aux entreprises technologiques... »

BF

■ A lire : «A-t-on encore besoin des journalistes ?» par Eric Scherer. Manifeste pour un journalisme augmenté, 208 pages aux éditions PUF

► Ukoo, l'approche métier

L'agence web qui aura bien tôt 5 ans et compte à ce jour 6 personnes se développe principalement grâce aux sites de e-commerce qui représente les deux tiers de son activité, le dernier tiers concernant la création de sites web. Particularité : une démarche marketing poussée avant - et pendant - la vie du site de e-commerce.



L'équipe d'Ukoo

Le marché actuel est plutôt mature, avec chez Ukoo près la moitié de la demande en sites de e-commerce qui demandent à être améliorés, faute de performance suffisante : « Nous avons de plus en plus des demandes d'adaptation de sites, voire de refontes complètes, nous sommes dans un domaine où les technologies évoluent vite, l'ergonomie des sites aussi », explique Frédéric Vogel. Il définit l'approche d'Ukoo vis-à-vis de ses clients e-commerçants : « Nous menons une réflexion marketing très approfondie, il est important de bien comprendre les produits, les clients, et d'avoir une vue précise du secteur d'activité ». Un point important du travail va donc consister à définir les objectifs du site web, et de définir la meilleure méthode pour y parvenir, en lien avec la stratégie de l'entreprise.

Ukoo travaille notamment dans les secteurs suivants : produits techniques, mécanique, vêtements techniques (sportifs, etc.), ou encore l'équipement de la maison. L'agence a fait le choix des solutions Prestashop, qui est complète, avec des annexes pour des fonctionnalités complémentaires. Une fois le site web une fois conçu, le client est accompagné par l'agence qui s'occupe de la maintenance du catalogue, effectue un audit du site pour proposer des améliorations, etc. « Nous gérons aussi la visibilité

du site, sa présence sur les moteurs de recherche, etc. Eventuellement, nous intervenons sur des forums et portails d'information. Chaque site web a ses supports de développement ».

Une approche métier

Ukoo travaille aussi sur l'environnement du produit : « Nous travaillons sur l'univers du produit, par exemple pour les pièces détachées nous avons créé un module qui indique avec quelles machines ces pièces sont compatibles. Cette base de données est très utile pour le client final ».

Enfin l'agence crée des sites web dans des domaines très différents, comme l'immobilier, l'industrie ou des commerces traditionnels. La compétence en programmation de l'agence lui permet de créer des solutions spécifiques, comme par exemple un logiciel de gestion de biens immobiliers. « Ces développements spécifiques sont notre force et fondent notre démarche orientée vers le métier de nos clients », conclut Frédéric Vogel. L'entreprise se déploie sur tout le territoire national et possède une antenne en région parisienne.

BF

■ Contact : Ukoo
37 boulevard Alfred Wallach, Mulhouse
03 89 64 05 12 - www.ukoo.fr

► Blueboat, l'e-reputation fait son show



Le 14 juin a eu lieu une journée complète consacrée à l'e-réputation, initiée par l'agence Blueboat. Nous y reviendrons. Mais voici ce que recouvre cette notion, qui n'a rien d'un gadget pour fanas du web.

L'entreprise de Christophe Thil à la Tour de l'Europe compte à ce jour 10 personnes, et Blueboat ouvre une agence à Strasbourg. Parmi ses références, les aéroports de Lyon par exemple, dont Blueboat gère la stratégie des médias sociaux. 90% de son chiffre d'affaires est généré par la gestion de l'e-réputation de ses clients. La prestation inclut l'analyse de la réputation de l'entreprise du web, le développement de son image (via des blogs, pages facebook, twitter, etc.) et enfin l'agence gère le suivi (veille sur l'e-réputation). « En théorie, toute entreprise présente sur le web peut avoir intérêt à mieux s'y déployer, à promouvoir son site et ses produits, et surtout à faire venir des flux nouveaux sur son site web principal ».

On peut donc la définir comme étant une stratégie de marketing sur le web, le site web étant posé comme un préalable. En pratique, seules des entreprises d'une certaine taille gèrent leur

e-réputation, car c'est un métier qui demande de nombreuses heures de travail, pour lesquelles il faut un budget significatif.

Comment développer son image sur le web ?

« L'internaute va de moins en moins à la marque directement, il faut donc l'amener par toutes sortes de moyens. » Et Christophe Thil de citer l'exemple de son client Waterair, qui même avec une bonne présence sur le web souhaitait aller plus loin. Intervenir sur un forum de discussion, créer un blog sur le thème de la piscine, créer une communauté sur le sujet ont été parmi les axes de travail retenus.

L'EREPRDAY - deuxième édition

Pour faire connaître son métier, Blueboat avait déjà organisé une journée sur l'e-réputation l'an dernier. Devant le succès de cette initiative, c'est une grande journée à la Cité de l'Auto qui a eu lieu le 14 juin dernier, avec de nombreux clients, partenaires, et spécialistes du domaine.

BF

■ Contact : Blueboat
3 bld de l'Europe, Mulhouse - 03 67 118 561
www.ereprday.fr - www.blueboat.fr



Pôle de compétences TIC Alsace

Rejoignez-nous sur www.rhenatic.eu

L'irrésistible ascension d'un ouvrier

50 ans

Jean Parrot a connu l'âge d'or de PSA Peugeot Citroën, celui du plein emploi, de l'automatisation, de la lutte des classes... A l'occasion du cinquantième anniversaire du site mulhousien, cet ouvrier à la retraite revient sur ses 44 années passées au sein de la marque au lion.

Usine, famille, passion : une trinité aux résonances bien particulières pour Jean

Parrot, un Franc-Comtois qui a consacré 44 années de son existence à PSA Peugeot Citroën.

Ce « pur produit Peugeot », comme il aime se qualifier, a entamé sa carrière à l'âge de 14 ans en tant qu'apprenti sur le site de Sochaux. « Une fois mon CAP d'ajusteur en poche, j'ai immédiatement trouvé une place d'ouvrier spécialisé à l'outilage. Les années soixante étaient une ère faste où les offres d'emploi pleuvaient en pagaille » se souvient-il.

Ce diplôme n'était que le premier d'une longue série. Tout au long de sa vie professionnelle, il ne cessa de se former aux nouveaux métiers de la construction automobile. « Mon but n'était pas de graver les échelons mais de m'adapter aux exigences de mon travail. Peugeot incitait ses salariés à emprunter l'ascenseur social. Les promotions sont venues d'elles-mêmes » explique Jean Parrot.

200 hommes sous son autorité

Grâce aux cours du soir prodigués par la marque au lion, il a quitté l'atelier en 1965 pour devenir dessinateur à la forge sur le site de Mulhouse. Il émet cependant une condition à cette mutation : l'embauche de sa femme Monique. « L'entreprise nous a trouvé un logement et nous a financièrement aidés à le meubler. Peugeot nous a même accordé un crédit pour construire notre maison. Ce n'était pas un simple employeur, c'était aussi un garant » assure le septuagénaire.

Chef d'équipe, contremaître de nuit, agent de maîtrise, responsable du traitement thermique... Jean Parrot a eu jusqu'à 200 hommes sous son autorité. Les grèves de 68 et de 89 l'ont poussé à

se reconverter dans le management. Il a créé une unité de conseil au sein même de Peugeot où il enseignait aux chefs d'ateliers comment valoriser le travail de leurs collègues. « En période de luttes sociales, les rapports humains étaient difficiles à gérer, surtout à la forge où les ouvriers étaient cosmopolites. Il fallait donc du tact pour apaiser les tensions » remarque-t-il en riant. C'est d'ailleurs au sein de ce secteur qu'il occupera son dernier poste, celui de cadre technique et ce jusqu'en 1998, année de sa retraite.

Une retraite sous le signe du lion

Après quatre décennies de bons et loyaux services, on pourrait penser que Jean Parrot tirerait un trait sur la société. Il n'en est rien ! Depuis 2002, il préside l'Amicale des retraités PSA Peugeot Citroën Mulhouse, composée de 1.200 membres. « La solidarité se poursuit en dehors du site. Nous visitons les anciens ouvriers malades et, lorsque le budget le permet, nous les aidons pécuniairement » affirme le Franc-Comtois.

L'association est d'ailleurs conviée aux festivités organisées ce mois-ci pour la célébration du cinquantième anniversaire du site mulhousien dont l'histoire sera contée en images.

IL



Jean Parrot

Le site en chiffres

- 1.200 véhicules produits chaque jour (Peugeot 206+, Citroën C4 et DS4)
- 317.000 voitures fabriquées en 2011
- 8.500 salariés en CDI
- 320 hectares de superficie (soit 440 terrains de football !)

BigMat Choisir LA FILIÈRE PRO

ALSACE MATERIAUX

Les matériaux et les conseils des pros

Tuiles, lattes à toit sous toiture

Isolation, combles

Drainage

Intérieur, cloisons, isolation, chape

Briques, crépi

Aménagement extérieur, dalles, pavés, décoration extérieure

ILLZACH
9 avenue de Hollande - 03 89 61 78 22
alsace-materiaux@alsace-materiaux.com

ROUFFACH
Parc d'Activités - 12 rue Manfred Behr - 03 89 49 60 15
alsamat@alsace-materiaux.com

www.alsace-materiaux.com - Du lundi au vendredi de 7h30 à 12h et 13h30 à 18h, samedi de 8h à 12h

OUVERT 7j/7

Mulhouse • Colmar • Thionville

WILSON Plus tradition depuis 1970

Rixheim • Bartenheim • St Louis

Nouveau Découvrez **GRANIS PLUS**

10X moins de glucides 3X plus de protéines

Riches en fibres - Longue conservation

Une exclusivité **WILSON Diététique**

La diététique équilibre & saine

Profitez dans votre magasin de Rixheim de notre nouvelle formule :

Une boisson au choix
+ Un sandwich au choix
+ Un dessert au choix

=

- 10 % de réduction

Sur l'addition des trois produits. Offre non cumulable avec toute autre réduction ou remise.

Retrouvez nous sur : www.boulangerie-wilson.com ou sur

LES RENDEZ-VOUS DU NUMÉRIQUE ET DU DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL

Mardi 19 juin 2012 - PARC EXPO MULHOUSE

LE DEVCOM ALSACE ET LES RHENATIC DAYS VOUS DONNENT RENDEZ-VOUS À MULHOUSE !



Vous êtes **DIRIGEANT, DIRECTEUR COMMERCIAL, DIRECTEUR MARKETING**...

Un lieu, une date pour :

- Booster votre performance commerciale
- Découvrir les dernières innovations commerciales
- Optimiser votre stratégie commerciale et e-marketing
- Rentabiliser votre site e-commerce et développer vos ventes
- Adopter les solutions numériques qui renforceront votre compétitivité

Vous inscrire
Télécharger le programme



rdv-du-numerique.devcom-alsace.com



Le haut de gamme de la fermeture industrielle

Alliant esthétique et fonctionnalité, les portes Butzbach jouissent, depuis un demi-siècle déjà, d'une renommée internationale dans l'univers concurrentiel de la fermeture industrielle. Leur niveau de qualité élevé est basé sur le développement en interne de matériaux multifonctionnels et sur un service après-vente performant.

« Nous sommes sur une niche particulière, la fermeture industrielle. Nos concurrents ne rivalisent pas directement avec nous car notre gamme de produits, très variée, relève du haut de gamme » assure Pascal Delbecq, le directeur de Butzbach. Il dirige, depuis 1996, l'unique filiale française de ce groupe allemand. En 2011, son chiffre d'affaires a dépassé les quatre millions d'euros rien que sur l'Hexagone.

Très présent sur l'Est du territoire, en particulier dans les domaines de l'industriel, du service et de la logistique, Butzbach propose des portes industrielles, de hangars, de galeries et des systèmes de façade alliant esthétique et fonctionnalité. Son matériau phare est la fibre de verre. « Ce composite, tout aussi résistant que l'acier, est plus léger et élastique. Son principal intérêt est son haut niveau de transmission lumineuse » explique Pascal Delbecq.

Une baisse de la facture énergétique

Les vantaux laissent entrer une lumière naturelle à l'intérieur des bâtiments. Cette dernière se diffuse alors dans les pièces sans éblouir et sans ombre portée. « Cela apporte un confort de travail indéniable pour les employés » souligne le gérant. À cela s'ajoute l'étanchéité périphérique des portes qui empêche les courants d'air et par conséquent toute perte de chaleur. Les dépenses énergétiques de l'entreprise sont donc réduites.

L'ensemble des portes, toutes fabriquées dans les ateliers allemands du siège, peut être personnalisé : tailles, couleurs, insertion d'images dans la fibre de verre par sérigraphie... « Nous n'hésitons pas à réaliser du sur-mesure pour répondre à toutes les exigences de nos clients et ce même après l'installation. Si l'entrepreneur le souhaite, nous pouvons assurer de la maintenance



Pascal Delbecq

préventive ou des contrôles techniques périodiques sur des portes Butzbach » déclare le gérant. Le service après-vente s'emploie, toute l'année, à empêcher l'arrêt de l'exploitation d'un bâtiment possédant des produits de la marque.

IL

■ Contact 53 rue de Mulhouse, Rixheim
03 89 63 74 75
www.butzbach.fr

Un silence électrique

Deret Transporteur est le premier opérateur français à effectuer ses livraisons urbaines en camions électriques. Ses véhicules utilitaires assurent le transport de marchandises sans émettre le moindre CO₂, bruit ou odeur.

Polluantes, bruyantes, encombrantes : les livraisons de marchandises en centre-ville sont régulièrement décriées par les riverains et les représentants politiques. Deret Transporteur a amorcé, dès 2009, une transition vers un mode de déchargement dits propre. Cette filiale du groupe Deret a développé un réseau national de distribution urbaine par camions électriques dans les hypercentres de 22 agglomérations françaises, dont Rixheim. « Nous avons souhaité aborder la logistique urbaine ou celle du "dernier kilomètre" avec un projet innovant, sans a priori, tourné vers l'avenir. La mise en place de notre réseau traduit concrètement une vision plus vertueuse, plus propre et plus responsable de la livraison de marchandises en ville » assure Frédéric Deret, le président de cette entreprise familiale.

Une autonomie de 100 km

Sur le site rixheimois, un seul camion électrique assure les livraisons en direction du centre-ville mulhousien. Ce véhicule, d'une autonomie de

100 km, offre une charge utile de 2 tonnes avec une vitesse de pointe à 80 km/h. Le recharger complètement ne coûte que 3,50 €, une économie non négligeable au vu du prix actuel du carburant. « Ce mode de transport doux présente d'autres avantages : une faible émission de CO₂ et l'élimination de nuisances collatérales, telles que le bruit et les mauvaises odeurs » explique Jean-Luc Fournier, le responsable de la communication.

Seules les entreprises proposant des produits de luxe à l'échelle nationale (cosmétiques et haute couture) recourent actuellement aux services de Deret Transporteur. « Nous aimerions cependant élargir nos prestations aux industries locales qui ont des activités dans l'hypercentre. Notre camion électrique permet d'effectuer des livraisons par palettes donc plus imposantes que celles effectuées par des opérateurs à vélo qui ne peuvent livrer que des petits colis » souligne Jean-Luc Fournier.

Récompensée par de nombreux prix, cette approche inédite de la livraison urbaine est une référence en la matière. La société apporte



Frédéric Deret (crédit illustration : Christian Beaudin)

désormais son expertise à l'ensemble des acteurs concernés par le transport de marchandises en centre-ville.

IL

■ Contact 1 rue Robert Schuman, Rixheim
06 14 74 94 64 ou contact@deret.com
www.deret.com

Plus de place chez vous ?
Louez votre box de stockage pour un mois ou un siècle, sans engagement
A partir de 15,54 € TTC par mois

BOX SYSTEM
SELF STORAGE

LE 1^{ER} MOIS GRATUIT
Pour particuliers ou professionnels, 400 pièces de stockage de 1 à 100 m²
Un accès libre à votre box 7j/7j
Une sécurisation totale du site
Matériel de manutention à votre disposition

LE BOX À LOUER POUR 1 MOIS OU 1 SIÈCLE !

AVENUE DE FRIBOURG • MULHOUSE-ILLZACH
www.box-system.fr ☎ N° Vert 0800 400 700

Restaurant LE PARC

C'est bon et c'est dans le vent !

Plateaux Repas livrés dans vos locaux
Restaurant le Parc, Plaisirs gourmands chez Soi 03 89 56 61 67
info@restaurantparc.eu - www.restaurantparc.eu

SOTOCO Service

✓ Boissons chaudes
✓ Boissons fraîches
✓ Confiseries
✓ Denrées alimentaires

Le spécialiste de la distribution automatique

Depuis plus de 40 ans au service de nos clients

11e Napoléon - 68390 SAUSHEIM - Tél. 03 89 61 95 55 - www.sotoco.fr - service@sotoco.fr

AZ

Devis sous 24h

IMPRIMERIE

Tous vos imprimés

Z.A. 8 rue de l'ill
68350 BRUNSTATT
Tél. 03 89 59 17 95

contact@azimprimerie.fr
www.azimprimerie.fr

Pour l'amour du vin

D'un club de dégustation créé par deux amis voici 15 ans, le Clos 3/4 est devenu la figure de proue de tout un petit groupe gastronomique national qui est en train d'essaimer ses idées gourmandes... jusqu'au centre-ville de Mulhouse.

Nicolas Jeangeorges et Marc Deyber ont créé en 1997 la Fédération Culturelle des Vins de France (FCVF) pour déguster des vins entre amis, une fois par mois, en notant leurs impressions. « Depuis, notre club a construit un véritable concept autour duquel nous réunissons près de 50 clubs à travers la France, pour environ 700 membres réguliers », explique Marc Deyber.

Ce club, qui fait aujourd'hui office de référence nationale en matière de dégustation (à l'aveugle, précision utile), notamment auprès de journalistes spécialisés mais aussi de nombreux cavistes, réunit une masse d'informations unique sur les vins. La FCVF met à la disposition de chaque club un classeur qui présente le programme mensuel des dégustations, avec guide de dégustation et des fiches de notation à remplir suite aux séances. L'ensemble des résultats est ensuite rassemblé, puis restitué à tous les membres pour qu'ils puissent situer les vins au plan national, et aussi commander des bouteilles.

Le Clos 3/4 se développe sur toute la France

C'est là qu'intervient la structure commerciale, le Clos 3/4, qui vit essentiellement de la vente de vins, alors que le Fédération équilibre son

budget avec les cotisations de ses membres. Un encours de 25.000 bouteilles en stock dûment goûtées et commentées par la Fédération est commercialisé en direction de restaurateurs, cavistes, et bien sûr en des clubs en fonction des allocations* négociées. « Près de 80% des vins que nous commercialisons ont une offre disponible inférieure à la demande, la rareté étant le corollaire de la qualité », précise Marc Deyber. Le Clos 3/4 commercialise aussi la marque de verres "Chef et Sommelier" d'Arc International. « Nous réalisons environ 80% de notre chiffre d'affaires en Alsace, et sommes en train de créer des antennes avec plate-forme logistique ailleurs en France, avec la déclinaison de tout notre savoir-faire ». Après la Lorraine, les villes de Strasbourg, Clermont-Ferrand, Aix-en-Provence... sont en cours de création, avec l'objectif de couvrir le territoire national d'ici 5 à 7 ans.

Le rachat du restaurant La Closerie fut une conséquence de ce développement ; il doit prochainement subir une cure de jouvence et être redécouvert d'ici à la fin de l'été. Cette table gastronomique est prolongée par un bar à vins, la Bistronomie.

Enfin, Marc Deyber et Nicolas Jean Georges sont pilotes du projet Engelmann au centre-ville



Marc Deyber et Nicolas Jeangeorges

de Mulhouse (rue de la Moselle) qui réunira au sein du même lieu un fromager, un traiteur italien, un boucher, un marchand de primeurs, une épicerie fine, un café-librairie... et bien sûr des clubs de dégustation au centre ville ! « Nous avons aussi investi dans la rue de la Moselle sur plusieurs points de vente pour prolonger la Maison Engelmann en une rue gourmande. Un bar à vins notamment y verra le jour », promet Marc Deyber qui y créera aussi "Le Petit Paris", restaurant en plein travaux en lieu et place d'Ephèse. L'aventure gastronomique est donc loin d'être terminée...

BF

* Définition de l'allocation : il s'agit de la quantité attribuée à un acheteur sur une commande de bouteilles. Pour des vins rares à forte demande, comme c'est le cas ici, il est fréquent que l'allocation soit réduite par rapport à la commande, voire annulée pour certains clients.

■ Contact : Clos 3/4
6 rue Henry de Crousaz, Illzach
03 89 61 52 38
www.clos34.com



Des commerciaux pleins d'avenir

Pour développer une entreprise, on a besoin en France de bons commerciaux. Et ceux-ci ne sortent pas forcément des écoles... de commerce justement. Preuve en est, le récent Concours de la Commercialisation initié par les DCF met en valeur des étudiants repérés pour leur capacité à argumenter et à convaincre.

Rappelons que le Concours National de la Commercialisation est une initiative des Dirigeants Commerciaux de France. Il est proposé chaque année aux élèves des écoles d'enseignement commercial et organisé avec l'appui du CAHR Formation de la CCI Sud Alsace-Mulhouse.

Les membres des différents jury DCF sont constitués d'enseignants et de professionnels.

Près de 200 élèves du Haut-Rhin ont concouru parmi les 9 500 recensés au plan national.

Le cas proposé par l'Ile de la Réunion portait sur le "Développement Touristique".

En quatre heures, il fallait comprendre, appréhender, traiter les données et les informations du dossier et concevoir un plan d'action marketing et sa mise en œuvre en tenant compte des réalités d'aujourd'hui, telles que le web 2.0.

Remarquons que les lauréats suivent leur cursus en apprentissage ou en contrat de professionnalisation dans des entreprises régionales.

Lors de cette remise de prix, Yves Mentzer a souligné l'importance de la fonction commerciale,

du besoin de professionnels sachant définir des stratégies opérationnelles et maîtriser la négociation commerciale.

Les Directeurs des Ecoles, Christiane Faivre - CFA Sud Alsace, et Frédéric Mougin - ISTA, ont mis en évidence l'intérêt de faire concourir les élèves, qui permet de mesurer les niveaux et la qualité des enseignements dans les domaines "Commercial et Marketing".

En effet, à plusieurs reprises, des élèves du CFA et de l'ISTA ont déjà été récompensés, aussi bien au niveau départemental, que régional et national.

Enfin, le Président des DCF a rappelé que le Concours National de la Commercialisation est une action DCF tournée vers l'enseignement qui doit favoriser la préparation des nouveaux commerciaux.

■ Contact - Yves Mentzer
03 89 33 35 45
www.dcf.alsace.com



Palmarès au concours 2012 de la commercialisation : le CNAM, le CFA Sud-Alsace et l'ISTA distingués au niveau Départemental

- En Bac + 2/3 : Pablo Lora, CNAM - Responsable Commercial (Boulangerie Paul, Riedsheim)
- En Bac + 4/5 : Aurélien Gerst, CFA Sud Alsace - Master 1 "Gestion" (Alsatel Lucent, Illkirch)

Au niveau Région Alsace

- En BAC + 2/3 : Jérémy Eckle, CFA Sud Alsace - BTS MUC (Fil'In Marketing, Brunstatt)
- En BAC + 4/5 : Mylène De Rosso, ISTA - Chef Produit Textile (Corderie Meyer Sans Bœuf, Guebwiller)

LOCATION

- Nettoyage moquette
- Aspirateur
- Nettoyage HP
- Laveuse
- Balayeuse

Matériel et produits de nettoyage professionnels avec services de proximité

avantteam group

1 rue des Gravières
68170 RIXHEIM
Fax : 03 89 31 88 29

03 89 31 88 22

GIFOP

CAHR Formation

DES SOLUTIONS FORMATION

Communication / Efficacité professionnelle

- Prise de Parole en Public 4 jours
- Improviser en Public en toutes Circonstances 3 jours
- Réussir ses Relations Presse 2 jours
- Chargé de Communication 8 jours
- Devenir Formateur 17 jours
- Intervenant Occasionnel 4 jours
- Etre un Communicateur Efficace 13 jours
- Savoir faire passer un Message 2 jours
- Réussir une Communication de Crise 2 jours
- Transmettre des Savoirs, des Compétences 1 jour
- Maîtrise du Temps et de l'Efficacité 4 jours
- Transformez vos Relations Professionnelles 4 jours
- Connaître et gérer le Stress 3 jours
- Le Marketing de Soi 3 jours
- Cycle Efficacité Professionnelle 14 jours

GIFOP/CAHR FORMATION ■ MULHOUSE
Tél.: 03 89 33 35 35 ■ 03 89 33 35 45
www.gifop.fr ■ www.cahr-formation.com

Votre partenaire formation

CCI
SUD ALSACE
MULHOUSE

“Les textes de votre site web” Un atelier à la webschool de la CCI

Dans le cadre de la Webschool Mulhouse, un atelier “Écrire et promouvoir votre site web” est proposé mardi 19 Juin.

Les moteurs de recherche tout comme les internautes attachent une importance croissante et prépondérante aux contenus rédactionnels des sites web. Dans cet atelier d'un format spécifique - 20 personnes autour d'un petit déjeuner -, on peut découvrir comment bien rédiger les textes de son site internet.

Au-delà de la rédaction, les intervenants exposeront les règles pour optimiser sa visibilité en ligne, ainsi que les notions indispensables du référencement.

Animé par des spécialistes des thématiques de la rédaction (Béatrice Fauroux, Agence Mulhousienne de Presse) et du référencement

(Olivier Zeller, Première Place), cet atelier est une bonne introduction pour améliorer sa visibilité sur le net grâce à la pertinence et l'optimisation des contenus.

■ **Lieu :** Maison de l'Entrepreneur

Horaires : Le mardi 19 juin de 8h30 à 10h00 avec petit-déjeuner

Inscription obligatoire : formulaire sur le site www.webschool-mulhouse.com

Entrée libre

Rappel : Les Rendez-Vous du Numérique et du Développement Commercial

Mardi 19 juin de 9h à 18h

Coût : Entrée libre sur réservation

Lieu : Parc Expo Mulhouse

Contact CCI Sud Alsace Mulhouse : Mario Elia - Tél. 06 86 42 47 27

Inscription en ligne : <http://rdv-du-numerique.devcom-alsace.com/>

Agenda CCI

Jeu 14 juin 2012, de 12h à 14h
Conférence E-Lobbying et stratégies d'influence sur internet

“PME/PMI : le lobbying est à votre portée !”

Animé par Bruno GOSSELIN, Directeur de l'Institut Supérieur Européen du Lobbying

Coût : Entrée libre sur réservation

Lieu : CCI Sud Alsace Mulhouse

Contact : CCI de région Alsace - Geneviève Stiat-Ganière - 10 place Gutenberg - CS 20003 - 67085 Strasbourg Cedex

Tél. 03 88 76 42 20

Inscription en ligne : www.cogito-alsace.com

Cycle d'initiation pédagogique maîtres d'apprentissage

Cycle n° 8/2012 par journées complètes

Les jeudis 21 et 28 juin de 8h30 à 12h et de 14h à 17h

Le jeudi 5 juillet de 8h30 à 12h et de 14h à 18h

Coût : 300 €

Lieu : CCI Sud Alsace Mulhouse

Contact : Lysiane Ludwig - Tél. 03 89 66 71 94



Mardi 19 juin de 13h30 à 17h
Créer / Reprendre une entreprise ? En savoir plus !

Coût : 40 € (70 € si 2 modules)

Lieu : CCI Sud Alsace Mulhouse

Contact : Espace Entreprendre - Tél. 03 89 66 71 78

Lundi 25 juin de 14h à 17h

Etre présent sur le web

Passport pour l'Economie Numérique

Coût : Entrée libre sur réservation

Lieu : Maison de l'Entrepreneur

Contact : Mario Elia - Tél. 03 89 66 71 83

Faites appel aux journalistes d'entreprise de l'Agence mulhousienne de presse pour :

- écrire votre dossier de presse
- rédiger les articles de votre blog
- améliorer les contenus de votre site web
- accompagner la rédaction de votre journal interne ou externe



Contact :
bfauroux@agence-mulhouse-presse.fr
06 03 20 64 76
www.agence-mulhouse-presse.fr

Invitation à l'apérifscope

Jeu 14 juin à partir de 18h30

au garage Renault Illzach

pour découvrir sa gamme de véhicules 100% électriques

Inscription obligatoire sur le formulaire à remplir www.le-periscope.info

Le Périscope Est



Édité par L'Agence Mulhousienne de Presse - 06 03 20 64 76
27 rue Victor Schoelcher - 68200 Mulhouse - www.agence-mulhouse-presse.fr
N° Siret 529 589 327 00012 - N° ISSN : 2114-9984
Rédactrice en chef : Béatrice Fauroux - bfauroux@agence-mulhouse-presse.fr
Textes et photos : Béatrice Fauroux, Inès Lazibi et Sarah Lesage (sauf mention contraire)
Web journal et Apérifscope : Virginie Tanghe, sidelya@live.fr

Graphisme/PAO : Jean-François Chan-Kam, jf.chankam@lesgensdenface.net
Bertrand Riehl, bertrand.riehl@laposte.net

Régie publicitaire : ECA Edition, Dominique Meunier et Eric Marcino
3 rue du Panorama, 68120 Pfaffstätt - 03 89 57 11 57, eca.edition@evhr.net

Impression : AZ Imprimerie, Brunstatt

Distribution de ce numéro : Sinclair, Mulhouse



Séries Spéciales Match® - Équipées pour gagner

Les (Instants) MAYEV®

Socar
1 rue de l'Aquitaine, Sausheim - 03 89 3125 25 - www.vw-socar68.fr

Volkswagen recommande Castrol EDGE Professional
Cycles moteurs gamme Polo Match® (1000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (1200 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (1500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (1800 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (2000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (2500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (3000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (3500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (4000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (4500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (5000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (5500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (6000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (6500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (7000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (7500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (8000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (8500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (9000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (9500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (10000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (10500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (11000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (11500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (12000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (12500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (13000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (13500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (14000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (14500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (15000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (15500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (16000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (16500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (17000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (17500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (18000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (18500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (19000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (19500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (20000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (20500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (21000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (21500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (22000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (22500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (23000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (23500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (24000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (24500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (25000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (25500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (26000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (26500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (27000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (27500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (28000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (28500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (29000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (29500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (30000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (30500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (31000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (31500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (32000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (32500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (33000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (33500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (34000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (34500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (35000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (35500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (36000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (36500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (37000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (37500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (38000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (38500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (39000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (39500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (40000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (40500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (41000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (41500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (42000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (42500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (43000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (43500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (44000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (44500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (45000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (45500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (46000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (46500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (47000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (47500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (48000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (48500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (49000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (49500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (50000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (50500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (51000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (51500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (52000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (52500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (53000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (53500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (54000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (54500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (55000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (55500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (56000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (56500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (57000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (57500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (58000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (58500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (59000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (59500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (60000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (60500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (61000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (61500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (62000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (62500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (63000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (63500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (64000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (64500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (65000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (65500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (66000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (66500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (67000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (67500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (68000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (68500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (69000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (69500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (70000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (70500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (71000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (71500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (72000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (72500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (73000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (73500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (74000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (74500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (75000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (75500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (76000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (76500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (77000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (77500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (78000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (78500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (79000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (79500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (80000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (80500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (81000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (81500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (82000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (82500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (83000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (83500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (84000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (84500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (85000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (85500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (86000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (86500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (87000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (87500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (88000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (88500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (89000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (89500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (90000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (90500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (91000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (91500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (92000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (92500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (93000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (93500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (94000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (94500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (95000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (95500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (96000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (96500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (97000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (97500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (98000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (98500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (99000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (99500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (100000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (100500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (101000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (101500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (102000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (102500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (103000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (103500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (104000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (104500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (105000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (105500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (106000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (106500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (107000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (107500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (108000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (108500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (109000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (109500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (110000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (110500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (111000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (111500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (112000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (112500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (113000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (113500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (114000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (114500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (115000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (115500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (116000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (116500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (117000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (117500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (118000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (118500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (119000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (119500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (120000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (120500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (121000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (121500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (122000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (122500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (123000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (123500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (124000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (124500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (125000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (125500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (126000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (126500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (127000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (127500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (128000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (128500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (129000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (129500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (130000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (130500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (131000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (131500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (132000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (132500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (133000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (133500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (134000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (134500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (135000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (135500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (136000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (136500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (137000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (137500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (138000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (138500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (139000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (139500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (140000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (140500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (141000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (141500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (142000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (142500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (143000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (143500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (144000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (144500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (145000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (145500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (146000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (146500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (147000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (147500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (148000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (148500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (149000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (149500 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (150000 km) : de 12 à 15.5 litres. Cycles moteurs gamme Polo Match® (150500