

EXTRA STOCKAGE

Louez un box
100% sécurisé
chauffé et ventilé

6 ans
de garantie

03 89 311 811 www.extrastockage.com

www.le-periscope.info

Le Périfscope

MULHOUSE & ENVIRONS

N°12 juil./août 2014

L'info économique mulhousienne à 360°

EDITO

Attractivité : Le millefeuille alsacien

Ce numéro fait la part belle aux entrepreneurs et aux citoyens qui travaillent pour leur ville. Cette prise en main du destin collectif préfigure sans doute l'avenir, et voilà pourquoi : c'est parce que, trop souvent, nos édiles sont entrés dans une complexité abstraite où les gens ne se retrouvent pas. Où va notre région ?...

- Les têtes pensantes élues dans les instances de notre région et oeuvrant dans les collectivités à différents échelons ne manquent pas de matière grise pour penser l'avenir économique de l'Alsace. Citons par exemple, "S3" (Stratégie de spécialisation intelligente en Alsace, si on cherche les 3S il faut traduire en anglais : Smart Specialisation Strategy, rien que ça), qui fait l'objet d'une superbe brochure à télécharger. Il y a le SRDEII (Schéma Régional de Développement économique d'innovation et d'internationalisation, ouf !) qui propose une stratégie partagée sous la forme de rencontres avec des entreprises sur tout le territoire. L'Agence d'Attractivité pour l'Alsace (AAA, au moins l'acronyme se retient facilement) est en train de proposer une stratégie économique et touristique aussi.

- Ces stratégies qui se croisent, se superposent et rivalisent, rendant le discours alsacien inaudible. Les entreprises locales se sentent éloignées de ces prouesses intellectuelles. Elles veulent des axes de circulation performants, des contacts avec des marchés étrangers, des allègements fiscaux, un code du travail simplifié et des guichets uniques pour recruter, trouver un terrain ou se faire accompagner à l'export ou à l'innovation.

- Quel est le numéro de l'Alsace ? C'est la question posée par Philippe Choukroun (page 5). Sur le terrain, on observe des dispositifs d'accompagnement aux entreprises qui s'additionnent, des structures qui se multiplient... et dont le coût et la performance restent à évaluer. Pour couronner le tout, on a même été jusqu'à évoquer la création d'une grande agence de développement pour l'Alsace à la réunion SRDEII de Mulhouse le 30 juin... Après avoir martelé depuis des mois, voire des années, qu'il faut « simplifier le millefeuille alsacien ». Pendant ce temps, la région peine à attirer des cadres et jeunes diplômés, ses entreprises vieillissent et on s'efforce d'attirer des entreprises extérieures plutôt que d'aider celles qui sont sur le territoire. On marche sur la tête (pensante).

Béatrice Fauroux
Rédactrice en chef

Numéro spécial Attractivité économique

Tourisme et économie sont les deux piliers de l'attractivité d'une région. A Mulhouse, tout un bouillonnement d'idées (et de réalisations) montrent la volonté d'entrepreneurs (page 6) et de citoyens (page 3) de s'investir pour leur ville. Coincée à priori par son passé industriel et l'image qui en résulte, Mulhouse peut en faire un formidable levier pour attirer de nouveaux publics, en témoigne le projet Y ci-dessous. Et ce, en pleine vogue du tourisme industriel (page 2). En s'appuyant sur les pros du tourisme (pages 2 et 7), on dégage d'autres idées pour faire de Mulhouse une ville plus attractive, autant pour les professionnels que pour les touristes.

► La SIM publie le Projet Y

La Société Industrielle de Mulhouse (SIM) publie depuis de longues années ses fameux Bulletins, ouvrages de référence sur les données économiques ou culturelles qui reflètent la vie et l'histoire de Mulhouse et environs. Un numéro spécial est sur le point de paraître : il présente le Projet Y et lance des pistes de réflexions concrètes pour travailler sur le rayonnement culturel et économique de Mulhouse.

Le nom "Projet Y" a été annoncé la première fois le 17 septembre 2013 à la SIM par Luc Gaillet, son président, à l'occasion de la présentation d'ImagineAlsace, en présence de Philippe Richert, Président de la Région Alsace. Le bulletin spécial qui en résulte a été coécrit par des auteurs issus de la société civile (historiens, urbanistes et chefs d'entreprise). Le symbole de l'Y mulhousien est suggéré par la géographie industrielle de la ville, qui part de la Fonderie / Gare pour aller, d'un côté vers la Mer Rouge, de l'autre vers le site de la Mertzau (Cité de l'Auto), avec comme point de convergence DMC. Le bulletin spécial de la SIM va dès lors proposer que des projets à caractère économique, urbain ou culturel soient poursuivis ou développés le long de ces trois branches qui forment un Y. « L'Y résulte d'une évolution relativement récente ; on n'aurait pas pu en parler avant les années 1990, puisque le site de la Fonderie était encore en activité et l'ensemble du site DMC. C'est l'opportunité urbanistique actuelle qui permet de créer du lien dans le tissu de la ville qui, et de nombreux acteurs en conviennent, s'est longtemps développée sans plan d'ensemble », explique Luc Gaillet. Valoriser l'Y, c'est structurer une démarche vers plus de visibilité dans la ville, et c'est aussi mettre en lumière un patrimoine industriel exceptionnel qui mériterait, selon le Président de la SIM, une inscription au patrimoine mondial de l'Unesco.

Axes économique, culturel et urbain

Réoccuper d'anciens sites industriels en y développant des activités mixtes (entreprises, logements, restaurants, magasins, etc.) est la priorité N°1 affichée dans le Projet Y. Toutes les actions entreprises doivent forcément inclure la dimension économique, qui est la plus déterminante pour l'avenir de Mulhouse. En second lieu, le bulletin prône une meilleure



Luc Gaillet

collaboration entre les musées, sur le plan de la stratégie marketing : « Nous sommes de bons gestionnaires de collections patrimoniales, car nous n'avons pas eu la chance de partir de rien, comme le Futuroscope de Poitiers... Nous devons passer à une autre étape, en créant une dynamique capable de rendre les musées plus attractifs et plus vivants ». Le bulletin suggère des axes de travail très concrets, en misant sur l'héritage d'une ville industrielle du 19ème siècle. Enfin, Mulhouse possède un patrimoine industriel riche et varié, et commence à compter des réhabilitations réussies. « Pour soutenir certains chantiers, nous pourrions même inviter le citoyen mulhousien qui dispose d'un peu de capitaux à co-investir dans des réhabilitations. Ce serait une bonne manière pour les petits investisseurs (dès 1.000 euros, NDLR)

de s'associer au renouveau de la ville ». En cela, Luc Gaillet est dans la ligne du "capitalisme de proximité", qu'il prône depuis plusieurs années. En tout cas, le projet Y termine sur la nécessaire prise en main (et en charge) des projets par le citoyen lui-même. En cela, il est plutôt un point de départ qu'un point d'arrivée, en proposant une vision d'ensemble pour une ville qui donne du sens aux initiatives individuelles.

Béatrice Fauroux

■ Bulletin de la SIM, environ 40 pages

A télécharger sur le site www.sim.asso.fr
Disponible au prix de 5 euros dans les librairies Bisey et 47°Nord de Mulhouse à partir du mois d'août



alsa
temporaire

Agences d'emploi & recrutement

Dénicheur de Talents!

MULHOUSE - 25 RUE DE LA SINNE
03 89 46 13 13 - contact@alsatemporaire.fr

COLMAR - 99 ROUTE DE ROUFFACH
03 89 20 06 60 - colmar@alsatemporaire.fr

www.alsatemporaire.fr

► Le Tourisme de Découverte Economique, nouvelle attraction touristique

Suite au bilan positif de l'année dernière, l'Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse poursuit la structuration de son offre de Tourisme de Découverte Economique. Cette offre souhaite véritablement consolider le patrimoine local tout en dynamisant la filière touristique sud-alsacienne. Focus sur ce tourisme d'un nouveau genre.

« L'objectif final du Tourisme de Découverte Economique est de créer un nouveau produit touristique. Grâce à cette offre, nous voulons sortir des sentiers battus en matière de tourisme », déclare Mme Chailloux, chargée du tourisme de découverte économique. Une idée intéressante pour le Sud-Alsace, puisque les visites d'entreprises attirent chaque année environ 10 millions de personnes à travers toute la France.

L'initiative est notamment portée par le Pays de la région mulhousienne qui soutient la stratégie de la région Alsace, en vue de promouvoir le travail des entreprises. Pour ce faire, un



financement de 100.000 euros par an sur 3 ans (de 2013 à 2015) est déboursé afin de mettre en œuvre ce plan d'action.

Un tourisme original : les visites d'entreprises

« En 2013, les visites d'entreprises ont accueilli 742 visiteurs sur les 45 visites proposées, ce qui équivaut à un taux de remplissage de 71% », précise Mme Chailloux. Un bilan plutôt positif pour une première année.

En plus de consolider le patrimoine local et de créer du lien, le tourisme industriel valorise le travail des acteurs majeurs de la région. Des visites qui ne sont pas passées inaperçues auprès des professionnels, puisque 8 nouvelles entreprises ouvrent leurs portes aux visiteurs tout au long de cet été. DMC, Rector Lesage, et Soléa entre autres rejoignent les 13 autres entreprises déjà présentes l'an passé. 6 filières sont désormais représentées à savoir

l'automobile, l'agro-alimentaire, l'impression, le développement durable, le BTP et le textile qui a été particulièrement renforcé grâce au soutien du label Alsace terre textile (voir encadré).

Les enjeux du Tourisme de Découverte Economique

« L'enjeu majeur du TDE est d'attirer les excursionnistes (touristes de proximité) afin qu'ils prolongent leur séjour dans la région et de ce fait augmentent le taux de réservation des hôtels lors de cette période », explique l'experte. Le Tourisme de Découverte Economique représente également des enjeux directs pour les entreprises qui peuvent remplir des objectifs commerciaux via l'influence positive sur leur image de marque et la vente de leurs produits suite à la visite.

Territoire majoritairement urbain ayant hérité d'une longue tradition industrielle, la région mulhousienne est clairement le berceau d'entreprises de renom. Plus qu'un simple développement culturel et territorial, l'Office de Tourisme mulhousien souhaite avant tout mêler le passé et le présent de la Manchester française au profit de la mémoire collective.

Sarah Meliani

■ **Contact :** Office de Tourisme et des Congrès de Mulhouse et sa région
1 avenue Robert Schuman, Mulhouse
03 89 35 48 48



Appli' mobile : Mulhouse Terre d'expérience

Afin de faciliter la vie des touristes mobinautes, l'Office de Tourisme a mis en place une application mobile avec la société Chlorophyll Vision. Cette application trilingue (français, anglais, allemand) est un outil complémentaire à la visite.

Concrètement, il suffit de télécharger l'application en flashant le QRCode pour les iPhone ou en mode sans contact NFC pour les Android. L'application dispose d'un menu à 4 entrées intitulées filière locale (classification des entreprises, musées et patrimoine selon la filière), visite guidée (historique de l'entreprise), sites à découvrir et le menu "autour de moi" qui permet une géolocalisation instantanée avec un repérage de tous les points d'intérêts situés non loin de votre localisation.

Un nouvel arrivant des visites d'entreprise : Rector Lesage

Les visites d'entreprise ont accueilli une nouvelle filière : le BTP, avec comme nouvel arrivant emblématique, la société Rector Lesage. Créée en 1897, l'entreprise mulhousienne se destinait au départ à la fabrication de tuiles et de briques. Elle fabrique désormais des éléments de béton armé et précontraint. L'entreprise est d'ailleurs « ravie d'ouvrir ses portes au public afin de partager son savoir-faire » selon les dires de son dirigeant Rémi Lesage qui a entamé un développement à l'international depuis quelques années. Rappelons que Rector réalise 200 millions de CA et compte 900 collaborateurs.

"Semaine Textile" proposée par Alsace Terre Textile

Du 16 au 23 juillet

10 entreprises agréées Alsace terre textile organisent chacune une visite d'usine en activité, et ce dans toute l'Alsace. Aller à l'encontre des préjugés sur l'industrie, textile en particulier, en montrant des ateliers en activité est important pour l'image de ces entreprises souvent méconnues. L'objectif est aussi de faire découvrir la technicité et la performance des entreprises textiles d'Alsace, souvent leaders sur des marchés de niche. L'entrée est libre.

Le programme 2014

- **DMC**, Mulhouse
mercredi 16/07 à 10h
- **Emanuel Lang**, Hirsingue
mercredi 16/07 à 15h
- **Defil**, Thann
jeudi 17/07 à 9h30
- **Quatinage d'Alsace**, Thann
jeudi 17/07 à 15h
- **Kelnet**, Wesserling
jeudi 17/07 à 10h30
- **SNTM**, Marmoutier
vendredi 18/07 à 10h
- **Corderie Meyer Sansboeuf**, Guebwiller
lundi 21/07 à 10h
- **Tissage des Chaumes**, Ste-Marie-aux-Mines
lundi 21/07 à 15h
- **Euro TF**, Munster
mardi 22/07 à 10h
- **Alsatextiles**, Riedisheim
mercredi 23/07 à 10h

Pour réserver les visites d'entreprises (Erkel, Peugeot, La Poste, l'Alsace, Rector, les 10 entreprises de la Semaine Textile, etc.), voir le site www.tourisme-mulhouse.com et s'inscrire sur info@tourisme-mulhouse.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 STOCKAGE

LE BOX À LOUER
POUR 1 MOIS OU 1 SIECLE !

LE 1^{ER} MOIS GRATUIT
OFFRE SOUSCRIPTION 3 ANS

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

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

air à domicile
LES MAGASINS

Notre savoir-faire au service de la santé

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...

Livraison et installation à domicile

Mulhouse : 03 89 44 05 66 - Colmar : 03 89 30 13 13
Nouveau site : www.airadomicile.com

► Destination Mulhouse au service de la mobilité professionnelle



Créée en début d'année par Sarah Lesage, Destination Mulhouse a pour but concret d'accueillir les (futurs) nouveaux salariés de la région mulhousienne. Plus qu'une mise en confiance, cette activité œuvre en faveur de la mobilité professionnelle via un réseau de partenaires. Focus sur un service d'un nouveau genre.

« Destination Mulhouse est un service d'accueil destiné aux personnes récemment recrutées dans la région. Je propose de les loger chez l'habitant, au sein d'un réseau de gîtes dont le mien, tout en les mettant en relation avec les bonnes personnes qui vont leur expliquer la ville. Cela leur permet de préparer leur transition professionnelle et géographique dans les meilleures conditions », explique Sarah Lesage, qui possède une expérience dans la communication et est bilingue anglais.

Mise en confiance et mise en relation

Cette offre de service aux entreprises permet de mettre en relation les futurs arrivants de la région mulhousienne des services sélectionnés. Pour ce faire, Sarah Lesage a tissé un réseau de partenaires qui comprend par exemple des associations, des agences immobilières (Immo Déclit, Consult Immo) et des entreprises de

déménagement. Sarah Lesage témoigne : « J'ai récemment accueilli une femme originaire du Texas dont le mari a été embauché à Bâle. Elle a séjourné une semaine au sein de mon gîte "Les Ecuries" afin de préparer l'arrivée définitive de sa famille. Pour ce faire, je l'ai mise en relation avec des structures partenaires, comme une agence immobilière et un cercle de connaissances qui croient en leur ville. Le tout était de la mettre en confiance. Elle est repartie ravie ! ». Deux autres partenaires indispensables sont l'association AVF (Accueil des Villes Françaises) et l'agence de recrutement Adecco qui permet une mise en relation rapide entre le futur salarié et Destination Mulhouse.

Au service de l'attractivité

La mobilité professionnelle représente un véritable enjeu pour l'entreprise, mais aussi pour la région. En effet, le but de Destination

Mulhouse est de fédérer des compétences autour de l'arrivée de nouveaux habitants, dans une ville où on peine à attirer des cadres. Un gain d'image pour la région mulhousienne qui participe via un réseau de personnes enthousiastes à l'accueil optimal du futur autochtone. Grâce à un bouche-à-oreilles favorable, Sarah Lesage souhaite pérenniser son activité libérale. Une perspective intéressante pour elle, mais aussi pour l'agglomération, puisque la raison sociale de Destination Mulhouse va dans le sens marketing territorial.

SM

■ **Contact :** Sarah Lesage
11 rue Laederich, Mulhouse
sarah.lesage@destinationmulhouse.com
www.lesecuries-mulhouse.com/



Sarah Lesage

► Le boom des gîtes urbains à Mulhouse

Depuis le début de l'année, plusieurs ouvertures simultanées témoignent d'un nouveau boom : celui des gîtes urbains ouverts par des particuliers pour accueillir des touristes ou professionnels de passage. D'où viennent-ils et pour quoi faire ? Témoignages.

Les Ecuries, l'Heure Bleue, Le Loft des Musiciens : chacun de ces trois gîtes mulhousiens témoigne de l'envie des propriétaires d'accueillir des personnes de passage à Mulhouse, pour valoriser un patrimoine immobilier aussi bien que pour le plaisir de la rencontre.

L'attractivité de Bâle

Sarah Lesage (ci-dessus), propriétaire des Ecuries près du canal et de la gare, accueille des couples ou des personnes seules, souvent de langue allemande, qui viennent pour des raisons diverses : visiter Bâle et ses foires, faire le tour des musées automobiles d'Europe ou traverser la région à vélo. Idem pour l'Heure Bleue, le grand gîte de 150 m² de Carole Birling qui peut accueillir jusqu'à 10 personnes dans le quartier Salvator. « Je reçois autant de touristes que de professionnels

en déplacement, dont récemment des photographes parisiens pour un reportage à Art Basel, puis deux couples d'Australiens pour assister au passage du Tour de France ». Quant au Loft des Musiciens situé près d'une ancienne usine quartier Lefebvre, et qui comprend 3 chambres pouvant accueillir 4 personnes, il a hébergé des exposants américains à Art Basel, des chimistes en mission à Bâle, des touristes irlandais visitant l'Alsace, des cyclistes hollandais qui ont gravi les sommets des Vosges, ainsi une famille toulousaine curieuse de visiter les sites architecturaux... de Bâle.

Et Mulhouse ?...

Il est un peu tôt pour établir une synthèse fiable de cette activité nouvelle, mais la fréquentation à ce jour semble indiquer que l'attractivité de Mulhouse est plutôt liée à sa position géographique



Le Loft des Musiciens

stratégique qu'à ses qualités intrinsèques ou aux événements organisés par la ville. Proximité de Bâle, position idéale pour les pays du Nord sur la route de l'Italie ou de l'Espagne, sur la Véloroute européenne, près des Vosges... Mulhouse bénéficie d'un environnement favorable pour

rayonner et représente une étape à coût modéré pour les touristes, comme pour les professionnels.

BF

■ **Site des gîtes urbains de Mulhouse** (et du monde entier) : www.airbnb.fr



Les Ecuries



l'Heure Bleue

BigMat Choisir la filière PRO **ALSACE MATERIAUX**
Matériaux et conseils pour vivre mieux

- 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

GRANI PLUS

WILSON
la diversité équilibre et savoure

N.1 des ventes en ALLEMAGNE

- 10X moins de glucides
- 3X plus de protéines
- Riche en fibres
- Longue conservation
- Pain préparé et cuit par nos boulangers

www.boulangerie-wilson.com

La 4^{ème} édition de l'Erepsday, la journée de l'e-réputation a eu lieu le 18 juin dernier au Kinépolis de Mulhouse. Venus de toute la France, 400 professionnels de la communication et du digital étaient présents tels que Pierre France, Fondateur de Rue89 Strasbourg, Philippe Duhot, Planneur Social Media à Orange France on encore Nicolas Mouton, Manager de Projet Innovation chez SFR. SEO mobile, Social TV, e-réputation tels étaient les thèmes de cet événement national. Mais comment et dans quel but ces concepts peuvent-ils s'appliquer à l'entreprise ? Décryptage de la rédaction.

► L'e-réputation au profit de l'entreprise

Beaucoup de fantasmes tournent autour de ce mot. Mais est-il aussi mystique qu'il en a l'air ? En plus des professionnels des métiers de la toile, des universitaires ont également apporté leurs éclairages...

Selon Camille Alloing, enseignant-chercheur à l'IAE de Poitiers, l'e-réputation se définit comme étant l'identité numérique de la société. Elle serait fondée sur l'opinion d'un individu, voire d'un groupe. A noter que les groupes d'individus présents sur le web ne suivent pas les mêmes métriques que les groupes au sens sociologique du terme. En effet, ils ne sont pas exclusivement basés sur des catégories socio-professionnelles par exemple, mais sur tout un ensemble de variables.

« L'e-réputation peut se définir comme étant l'identité numérique de la société. Elle serait basée sur l'opinion d'un individu, voire d'un groupe »

Une notion complexe ?

« La réputation se construit à partir d'images mentales, bien qu'elle ne se réduise pas à un aspect cognitif et affectif », explique Camille Alloing. Comprenez par-là que les individus sont influencés par ce qui se dit de la marque à travers les médias et dans l'idéologie collective. Ainsi, un groupe pétrolier comme TOTAL ne bénéficiera pas de la même image qu'une ONG, telle que Médecins Sans Frontières.

Afin de bien construire sa réputation et son e-réputation, l'entreprise doit partir du principe

qu'elle ne peut pas plaire à tout le monde et qu'il faut agir en fonction de son identité. Pour certains, la réputation est une valeur chiffrable où la notoriété de la marque doit se calculer. Ce n'est pas toujours vrai, puisque l'e-réputation est davantage régie par des valeurs qualitatives que quantitatives.

Pour Nicolas Vanderbiest, doctorant à l'Université Libre de Bruxelles, l'e-réputation est avant tout fragile. En effet, il faut du temps pour la construire et parfois quelques secondes pour la détruire. Une conception importante liée à la rapidité du web et des réseaux sociaux qui transmettent l'information de façon quasi instantanée.

« L'e-réputation est établie sur plusieurs variables telles que la valeur de la marque, l'expérience collective, l'image et l'influence », explique le doctorant. C'est donc une notion qui se récolte plus qu'elle ne se construit dans le sens où l'entreprise doit disposer de toutes les graines nécessaires à une bonne moisson comme la maîtrise de son image via les réseaux sociaux.

L'e-influence : une nouvelle façon de maîtriser son image

Crée en 2008 aux USA, la société Klout est spécialisée dans la mesure de la popularité d'un individu sur les réseaux sociaux. Des nouvelles



données intéressantes pour les entreprises qui souhaitent faire de la publicité sans déboursier des sommes exorbitantes via de lourdes campagnes de communication.

Pour ce faire, les entreprises font appel aux personnes les plus actives sur les réseaux sociaux tels que les leaders d'opinions, les journalistes/blogueurs ou encore les fans. Cette pratique consiste à faire communiquer ces individus sur une marque, un produit ou un service afin de générer de la visibilité et élargir leur sphère d'influence.

Cette stratégie d'e-influence peut être très efficace selon Philippe Duhot, Planneur Social Media à Orange France, puisque 92% des individus font confiance au bouche à oreilles. Une donnée à ne pas négliger lorsque l'on connaît les budgets restreints au sein des services de communication.

« 92% des individus font confiance au bouche à oreilles »

SM

► Le mobile, nouveau fer de lance de la communication digitale

Lors de l'Erepsday, plusieurs intervenants ont démontré l'importance des smartphones sur le changement de comportement des consommateurs. David Eichholtzer et Florian Karmen de WAM Référenceement, ainsi que Nicolas Mouton de SFR ont apporté les éclaircissements nécessaires aux entreprises encore hésitantes à se lancer dans le web 2.0 version mobile.

Créée par un mulhousien, David Eichholtzer, la société WAM Référenceement est installée à Lyon depuis 2008. Spécialiste du SEO mobile, l'entreprise offre tous les éléments pour la création d'un site mobile. En effet, le marché du mobile est en pleine ébullition engendrant des changements de comportements notables et intéressants pour toutes les entreprises.

« Il faut savoir que les utilisateurs de smartphones sont passés de 27 % à 42 % en France. Et 94 % de ces utilisateurs font des recherches de proximité », déclare David Eichholtzer. Des données avantageuses pour toutes les PME qui désirent capter davantage de clients. Mais techniquement comment cela se passe-t-il ?

« Il faut savoir que les utilisateurs de smartphones sont passés de 27 % à 42 % en France. Et 94 % de ces utilisateurs font des recherches de proximité »

Le site web mobile

Florian Karmen, chef de projet à WAM Référenceement, s'occupe principalement de la stratégie de site e-commerce. Pour mieux comprendre l'approche, l'expert a offert une présentation soit des 4 méthodes de création de site mobile, nouveau fer de lance de la communication digitale. Ces procédés ont pour but d'accrocher le visiteur et tous les outils adéquats pour surfer plus vite, car « l'élément numéro 1 pour le mobinaute est la vitesse de chargement du site », explique-t-il.

La première méthode s'appelle le Responsive Design et consiste à s'adapter au site mobile sans changer le site web de base. Ce principe de site est conçu pour offrir au visiteur une expérience de consultation optimale facilitant la lecture et la

navigation. Pour une version plus épurée, il est possible d'opter pour la méthode User-agent qui se différenciera selon le système d'exploitation utilisé (Androïde, iPhone, Windows Phone...).

Lorsque l'on désire le changement total, le site dédié est ce qu'il y a de mieux puisqu'il est rélaboré de A à Z. Les applications mobiles peuvent également être prises en compte via Google In-app indexing afin d'indexer le contenu des applications et associer ces dernières aux sites web. Et pour une meilleure expérience utilisateur, il est possible de compiler plusieurs façons de faire comme le fait le journal Le Monde.

Ainsi, WAM Référenceement s'intéresse de très près à la profusion des smartphones et de ce fait à l'augmentation des mobinautes. Ce nouveau marché à conquérir est une manne pour les entreprises désireuses de conquérir davantage de clients. C'est également un atout de taille pour WAM Référenceement qui cultive son expertise SEO depuis sa création. Un succès de niveau national qui lui vaut aujourd'hui 800.000 euros de chiffre d'affaires et un taux de croissance d'environ 30%.

Dispositif SFR : je poke les bleus

Les applications mobiles permettent aussi de comprendre une partie de l'intérêt économique des smartphones. En témoigne le dispositif « Je poke les bleus » de la marque de téléphonie mobile SFR.

Partenaire de l'équipe de France pour la Coupe du Monde 2014, Nicolas Mouton, Manager de Projet Innovation a eu l'idée de faire interagir les supporters et les footballeurs lors d'un match amical. « Les téléspectateurs pouvaient envoyer des sms d'encouragement en live. Nous avons reçu entre



1.500 et 3.000 messages à trier et valider par notre équipe de community manager avant qu'ils soient diffusés sur un real time social live paneauting (panneau électronique placé autour du stade sur le quel défile les sms). Le dispositif « je poke les bleus » a créé une véritable interaction entre les supporters et les footballeurs et a offert à notre marque une visibilité incroyable ! », explique Nicolas Mouton.

« Le dispositif « je poke les bleus » a créé une véritable interaction entre les supporters et les footballeurs et a offert à notre marque une visibilité incroyable ! »

Ainsi, le mobile offre un large choix d'actions en faveur des entreprises qui souhaitent davantage communiquer sur leurs produits et services. La marque peut intelligemment bénéficier d'un gain de notoriété via la création d'applications innovantes.

SM

Le community manager est-il indispensable ?

Qualifiée de « profession mal considérée » par Pierre France, fondateur de Rue89 Strasbourg, le community manager subit encore bon nombre de préjugés. Afin d'éclaircir ce nouveau métier, les résultats exclusifs d'une enquête d'avril 2014 ont été présentés par Flavien Chantrel, responsable médias sociaux et contenus web à RégionJob.

Tantôt directeur de la communication en charge de la promotion de la marque et/ou de l'entreprise, tantôt simple stagiaire ultra connecté, le community manager est souvent victime de stéréotypes. Selon Nicolas Catard de Begeek Video, le community manager gère avant tout les crises et détecte les nouvelles tendances de la communication digitale. Et pour Flavien Chantrel : « Le community manager est devenu le Webmaster d'il y a 10 ans ». Mais est-ce véritablement cela ?

« Le community manager est devenu le Webmaster d'il y a 10 ans »

Profil type

L'enquête réalisée sur 760 répondants a permis d'établir un profil type. Les community managers sont à 75% des femmes de moins de 30 ans. Surprenant ? Pas vraiment. Les métiers de la communication sont majoritairement représentés par des femmes. Alors que ce soit sur le web ou ailleurs, la tendance est la même.

Ils travaillent en Province à 53% et sont diplômés d'un Bac+5. Le métier étant relativement nouveau, 60% des Community Manager ont moins de 2 ans d'expérience et sont majoritairement en CDI. Enfin, les community managers sont de plus en plus désireux de travailler en indépendants, selon cette enquête. Une donnée intéressante pour les entreprises qui souhaitent faire appel à eux de façon ponctuelle.

Communication, acquisition, fidélisation

A tous les employeurs qui souhaitent recruter un community manager, il faut savoir que ces professionnels se fixent 3 priorités : améliorer la notoriété de la marque (81%), acquérir de nouveaux clients (62%) et fidéliser les clients actuels (57%) à travers Facebook, Twitter ainsi que Google + considéré comme un réseau social d'avenir. « Les entreprises qui proposent des produits principalement basés sur l'esthétique et/ou le packaging peuvent employer Pinterest (réseau social et outil de découverte par l'image) afin de mettre en avant la beauté de leurs produits et jouer sur le visuel », explique Flavien Chantrel. Concernant leurs missions, l'animation des comptes sur les réseaux sociaux, la définition de la stratégie Social Media et la rédaction de contenus représentent leurs principales tâches au sein de trois secteurs prédominants que sont le tourisme, le commerce et la distribution.

« Les entreprises qui proposent des produits principalement basés sur l'esthétique et/ou le packaging peuvent employer Pinterest (réseau social et outil de découverte par l'image) afin de mettre en avant la beauté de leurs produits et jouer sur le visuel »

Enfin, c'est peut-être le chiffre le plus attendu de cette enquête. Combien gagnent les community managers ? Cette année, la médiane se situe à 26 830 euros brut annuel. Une belle progression de 7,3% depuis l'enquête précédente. Mais ce chiffre cache de nombreuses disparités puisque les salaires sont très différents en région parisienne ou en province.

● Contact : www.blogdumoderateur.com
www.annuairedescm.fr

Les Technologies Numériques

levier de performance pour votre entreprise

Toute l'info et l'actualité des TIC en Alsace sur www.rhenatic.eu

► Philippe Choukroun, Directeur Général de l'Agence d'attractivité de l'Alsace (AAA)

Quels sont les objectifs de cette agence créée début 2014 ? En quoi son action peut-elle concerner les entreprises et l'agglomération mulhousienne ? Entretien avec Philippe Choukroun.

Le Périscopie : Pouvez-vous rappeler les objectifs de la marque Alsace promise par l'AAA ?

La Marque Alsace est faite pour tous les Alsaciens, elle est destinée à créer du lien dans toute la région. Y adhérer, c'est marquer son attachement à notre région et à ses valeurs, c'est affirmer notre identité et l'afficher haut et fort. Vis-à-vis de l'étranger notamment, montrer qu'on aime sa région, c'est important. Près de nous, les Suisses affichent volontiers le signe distinctif de leur drapeau, pourquoi pas nous ? De 2.000 partenaires en 2 ans, nous voulons atteindre rapidement les 3.000. On peut aller plus vite. En plus, adhérer à la marque, c'est facile, rapide et gratuit. (*)

Le Périscopie : Une entreprise peut aller plus loin, avec le label Imaginalsaace Excellence ?

Effectivement, les entreprises et associations peuvent initier une démarche volontariste pour aller plus loin que l'affichage de la marque Imaginalsaace. Un certain nombre de valeurs partagées fondent les principes de ce nouveau label, dont le cahier des charges est en cours d'élaboration et sera publié en septembre. L'idée est de labelliser des entreprises dont les valeurs de citoyenneté, respect de l'environnement, des clients, fournisseurs et la recherche de qualité sont prépondérantes. Il ne s'agit pas forcément de fabriquer ses produits en Alsace, mais de respecter un certain nombre de valeurs d'excellence partagées.

Le Périscopie : et comment l'AAA prévoit-elle d'irriguer tout le territoire alsacien pour diffuser ses messages ?

Nous sommes installés à Colmar mais prévoyons d'avoir deux antennes, une à Strasbourg et une à Mulhouse, pour nous rapprocher des services de développement économique et affiner notre

connaissance du terrain. A Mulhouse, nous aurons une antenne à la Maison de la Région près de la gare, et travaillerons avec des personnes qui se consacrent au développement économique à m2A.

Le Périscopie : Est-ce qu'on n'ajoute pas ce faisant une couche au millefeuille institutionnel, alors qu'on veut justement le simplifier ?

C'est certain qu'au début ce dispositif semble s'ajouter à l'existant. Mais à terme, les compétences liées à l'attractivité touristique et économique pourraient opérer un rapprochement sur au moins une partie de leurs missions. Les décisions de l'Etat

continuer à travailler ensemble pour faciliter l'accueil des touristes, étudiants ou entreprises dans notre région. Quel est le numéro de téléphone de l'Alsace ?... Il est parfois difficile de s'y retrouver. Rien que pour l'international, il y a de nombreux acteurs. Idem pour conseiller une entreprise qui serait prête à investir, etc. Les informations existent dans plusieurs endroits, mais nous devons à la fois rationaliser et mettre les acteurs en réseau si nous voulons aller de l'avant. C'est une démarche proche de celle de l'entreprise, il faut penser au client, se mettre à sa place et lui apporter la réponse qu'il attend.



Philippe Choukroun

Le Périscopie : votre conclusion ?

Il faut dire et redire que la marque Alsace est celle de tous les Alsaciens ; toutes les entreprises et associations qui se sentent alsaciennes doivent crier qu'elles aiment leur région !

Propos recueillis par Béatrice Fauroux

« Quel est le numéro de téléphone de l'Alsace ? »

en matière de prérogatives des collectivités vont être rediscutées dans les semaines qui viennent et devraient permettre d'améliorer la répartition des compétences. (NDLR : entre la Région et les départements par exemple)

Bâtir une stratégie régionale lisible avec l'adhésion de tous est souhaitable, si nous voulons devenir une région forte, surtout vis-à-vis de nos voisins allemand et suisse.

Le Périscopie : comment imposer une stratégie régionale unique dans une Alsace très diverse ?

Il ne s'agit pas d'imposer, mais de susciter l'adhésion de tous les acteurs. Nous devons

Le Périscopie : Et Mulhouse dans tout ça, comment améliorer son attractivité ?

Mulhouse est une ville pleine d'énergie, où nos interlocuteurs sont accessibles et ouverts. Surtout, il y a une vraie envie de réussir et la ville compte des acteurs économiques dynamiques, dont l'état d'esprit est positif. Il faut juste qu'elle veuille à se faire confiance et accepte d'inclure une offre plus diversifiée, allant jusqu'au haut de gamme, notamment en matière commerciale. C'est en affichant son exigence que son image progressera dans l'esprit des gens d'ici et des nouveaux venus, car le potentiel existe.

imaginalsaace

(*) Pour télécharger le code de marque Alsace et l'adopter sur vos supports de communication, consulter le site www.marque-alsace.fr



Label conçu pour les entreprises ayant une démarche d'excellence, cahier des charges à paraître à l'automne

Engagement #3 : Chaque conseil a sa valeur.

Audi Fleet Solutions s'engage à optimiser les coûts de votre flotte automobile. Son approche TCO (Total Cost of Ownership - coût global de détention) vous permet de maîtriser la gestion de votre parc.

Retrouvez l'ensemble de nos engagements sur Audi.fr/fleet

Audi A6 Berline Business line 2.0 TDI ultra 190 ch S tronic 7,
à partir de 730 € TTC/mois**.

ultra Technologie de l'allègement	+ Efficience 114 gr de CO ₂ /km en cycle mixte	+ Economie 5,1/3,9/4,4 L/100 km cycles urbain/routier/mixte
---	---	---

Audi Fleet Solutions. We delight your business.**
**Faire avancer votre entreprise.



Audi Vorsprung durch Technik



Perte Financière incluse***
Contrat de Maintenance avec Véhicule de Remplacement inclus****

LLD sur 36 mois et 90 000 km avec perte financière, contrat de maintenance aux professionnels et véhicule de remplacement inclus. Offre valable du 14/04/2014 au 31/08/2014.

Offre de Location Longue Durée sur 36 mois et 90 000 km pour une A6 Berline Business line 2.0 TDI 190 ch S tronic 7, 36 loyers de 730 € TTC. Réserve à la clientèle professionnelle, chez tous les Distributeurs Audi participant à l'opération de financement, sous réserve d'acceptation du dossier par Audi Bank division de Volkswagen Bank GmbH - SARL de droit allemand - Capital social : 318 279 200 € Succursale France : Bâtiment Ellipse - 15 avenue de la Demi-Lune 95 700 Roissy en France - RCS Pontoise 451 618 904 - ORIAS : 08 040 267 (www.orias.fr). *Perte Financière obligatoire incluse dans les loyers, souscrite auprès de COVEA FLEET SA - RCS Le Mans B 342 815 339. Entreprise régie par le code des assurances soumise à l'Autorité de Contrôle Prudentiel (ACP) - 61 rue Faubourg 75 009 PARIS. ****Contrat de Maintenance lié aux financements réservé aux Professionnels obligatoire souscrit auprès de Volkswagen Bank GmbH - SARL de droit allemand - Capital social : 318 279 200 € - Succursale France : Bâtiment Ellipse - 15 avenue de la Demi-Lune 95 700 Roissy en France - RCS Pontoise 451 618 904 - ORIAS : 08 040 267 (www.orias.fr). Garantie Véhicule de Remplacement obligatoire incluse dans les loyers, souscrite auprès d'Europ Assistance France SA - RCS Nanterre 451 366 405 - Entreprises régies par le Code des assurances et soumises à l'Autorité de Contrôle Prudentiel (ACP) - 61 rue Faubourg 75 009 PARIS. Volkswagen Group France S.A. - RC Soissons B 602 025 538. Audi recommande Castrol Edge Professional. Vorsprung durch Technik = L'avance par la technologie.

Modèle présenté : Audi A6 Berline Business line 2.0 TDI ultra 190 ch S tronic 7 avec options peinture métallisée (1 110 € TTC), jantes en aluminium coulé 5 branches en V, 8 x 18" (1 100 € TTC), tarif au 24/04/2014. Loyer du modèle présenté : 761 € TTC/mois. Cycles urbain/routier/mixte (l/100 km) : 5,1/3,9/4,4. Rejets de CO₂ mixte (g/km) : 114.

PASSION AUTOMOBILES

ZA Espale - Avenue Pierre Pflimlin - SAUSHEIM - Tél. 03 89 312 312
contact.mulhouse@passionautomobiles.fr - www.audi-mulhouse.fr

► Comment se porte l'hôtellerie mulhousienne ?

Directeur de l'hôtel Holiday Inn au Trident et Président de l'UMIH 68 (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie) Hubert François possède une fine connaissance de l'hôtellerie de la région mulhousienne. Eclairage sur le milieu hôtelier en pleine période estivale.

Situé au cœur d'un complexe bénéficiant de services et grâce à un emplacement stratégique en sortie d'autoroute, l'hôtel Holiday Inn, créé en 2008, a tout pour pérenniser son activité. Mais qu'en est-il de la concurrence ? La ville de Mulhouse a par exemple été témoin de la fermeture de la résidence de tourisme Victoria Garden situé au quartier Fonderie et de l'ouverture d'un concept du même genre près de la Filature du nom d'Appart'City : des changements inhérents à la complexité du secteur.

Une grande part de tourisme d'affaires

L'aménagement du secteur gare devrait également accueillir un nouvel arrivant sur le parking déjà en construction : « Un projet de 240 chambres devrait voir le jour dans les mois à venir. Cependant, plusieurs investisseurs ont changé d'avis suite au devis des travaux qui leur paraissaient excessivement élevés », explique Hubert François. Un projet qui n'est donc pas prêt de se concrétiser mais qui, selon l'expert, pourrait attirer une clientèle d'hommes d'affaires tout juste descendus du train.

Le tourisme d'affaires constitue 85% de la clientèle de l'hôtel Holiday Inn. Le chiffre est similaire pour la concurrence mulhousienne,

tributaire d'importantes sociétés comme Peugeot. Une activité jugée intéressante et bénéfique par H. François, bien qu'il ait constaté une baisse de 10% de sa clientèle professionnelle au mois d'avril 2014. Une baisse liée à la restriction des budgets voyages au sein des entreprises et à l'absence de gros chantiers mulhousiens. Il espère désormais bénéficier du projet Ikea pour atteindre un taux de remplissage optimal.

Mulhouse, simple point de passage

« La politique du Maire, Jean Rotmer, concernant le développement du centre ville de Mulhouse est intéressante. Cela va permettre de consolider le cœur historique de notre ville et d'attirer davantage de touristes. La ville a raison d'aller dans ce sens-là, étant donné la richesse de musées dont dispose notre région et notre patrimoine industriel », déclare M. François qui estime de façon claire que la ville ne constitue pas encore une destination touristique à part entière.

En effet, il faudrait, selon lui, attirer davantage d'excursionnistes et ne plus seulement être un lieu de passage pour les autocaristes en provenance du Benelux et de toute la France. Cette position stratégique profite pour l'instant au tourisme de proximité à travers la route des Vins d'Alsace et l'attrait artistique de la ville de Bâle. Mulhouse

demeure encore la ville de transit par excellence avant d'atteindre les sommets montagneux suisses et italiens. L'enjeu est désormais de tirer profit d'une offre d'hébergement à moindre prix afin d'attirer des touristes qui prolongeraient leur séjour.

SM

■ Contact : Holiday Inn Mulhouse
34 rue Paul Cézanne, Mulhouse
03 89 60 44 44
www.holidayinn-mulhouse.com



Hubert François

Environ 50% de taux de remplissage sur Mulhouse

L'hôtellerie mulhousienne affiche l'un des taux de remplissage les plus bas des grandes villes de l'Est de la France. De 50 à 52% en moyenne annuelle, avec des pointes en juin et en septembre où l'activité économique est importante. « Sauf cette année où juin a été très calme, après un mois de mai en retrait aussi par rapport à 2013 », indique Hubert François. Les ponts, moins de chantiers, moins d'activité économique en général expliquerait cela. Et aussi le moindre apport des salons Bâlois, qui proposent des hôtels bateaux flottants lors des grandes manifestations, pour garder leur public à Bâle... Se profile un été tout aussi calme, car les manifestations mulhousiennes attirent plutôt un public local. Pour Hubert François, promouvoir les musées mulhousiens et les visites d'entreprise sont l'axe prioritaire pour Mulhouse, qui ne doit pas se comparer à Colmar ou Strasbourg. « C'est en comptant sur nos atouts spécifiques qu'on arrivera à booster Mulhouse », conclut Hubert François.

► Jet carrosserie, l'expertise et la passion de l'esthétique automobile

Installée dans la zone industrielle d'Italie à Illzach, Jet Carrosserie a été créée en 1993 par son gérant Serge Cucuzza. Forte de son développement, l'entreprise a récemment fêté ses 20 ans dans ses nouveaux locaux de 1000 m². Rencontre avec une entreprise familiale où la passion de la carrosserie se transmet de père en fils.

Cela fait maintenant deux ans que Jet Carrosserie s'est installée dans la zone industrielle d'Illzach-Modenheim, pour bénéficier de plus d'espace. Epaulé par sa femme pour les tâches administratives, Serge Cucuzza est à la tête d'une équipe de 9 personnes composée de carrossiers, peintres, et mécaniciens.

De la carrosserie au service généraliste

Plus que de la réparation de façades automobiles, l'entreprise est composée de véritables artisans dont Dorian Cucuzza, élu meilleur apprenti de France en 2009. Le jeune homme allie technicité et minutie au service de l'automobile grand public et d'une clientèle haut de gamme comprenant les marques Ferrari, Mercedes et BMW.



Véritable artisan carrossier, le dirigeant possède deux cabines de peinture écologique hydrodiluable. Mais les services ne limitent pas au redressage et à la remise en forme de la carrosserie automobile. En effet, l'entreprise se charge également de la mécanique, des pneumatiques, de la teinture des vitres et de la rénovation des phares avec la possibilité d'emprunt de véhicules lors de la panne. « Nous avons fait le choix de rester multimarques en carrosserie et mécanique afin d'offrir nos services à tout type de clientèle », explique M. Cucuzza. Un service optimal puisque le garage dispose de matériels hautement professionnels pour le parallélisme des pneus, la climatisation et le diagnostic automobile via un appareil de recherche d'anomalies. La vente de véhicules neufs et d'occasions fait également partie de l'offre de service.

Une autre partie de l'activité concerne la photo expertise lors d'un accident de voiture. « Nous devons prendre en photo tous les impacts de la voiture et l'envoyer à l'expert qui analyse et valide la gravité du choc », explique Dorian Cucuzza. En effet, l'activité des professionnels de l'automobile a considérablement évolué. « Pour perdurer dans ce métier, il faut aujourd'hui faire partie d'une plateforme qui lie le professionnel automobile à des assureurs. Ces derniers nous contactent en cas



Une entreprise familiale

d'accident et prennent rendez-vous pour l'assurer. Une grande partie de notre activité est liée à ce système qui nous rend presque dépendant de ces réseaux », précise Mme Cucuzza.

Une passion au service de la clientèle

L'entreprise offre aussi la possibilité de réparer et/ou de changer les pièces défectueuses. Ainsi, Jet Carrosserie ne souhaite pas s'installer dans une logique de gaspillage, et préconise davantage la révision et l'amélioration des éléments que le changement de pièces à tout prix. Une offre fortement liée à leur passion de l'automobile bénéfique à la fidélisation de la clientèle. « Nous faisons tout pour garder de très bonnes relations avec nos clients. Nous ne sommes pas dans une concession

où le client n'est qu'un numéro. La confiance est très importante dans notre domaine », expliquent M. et Mme Cucuzza. L'entreprise possède d'ailleurs un espace d'accueil privilégié aux couleurs des années 60, période emblématique pour la famille qui a vu arriver la première génération Cucuzza dont le souhait était de faire de leur passion un métier. Défi réussi pour Jet Carrosserie.

SM

■ Contact : Jet Carrosserie
16 avenue d'Italie, Illzach
03 89 57 91 80
www.jetcarrosserie.fr

PRO COMM
Commerces & Entreprises
L'IMMOBILIER PROFESSIONNEL
Spécialisation Centres-Villes
Mulhouse
Colmar
Strasbourg

03 88 32 02 32

27 rue du Vieux Marché aux Vins
67000 STRASBOURG
74 rue du Sauvage
68100 MULHOUSE

Boutiques
Fonds de commerces
Locaux commerciaux
Immeubles
Bureaux
Terrains
Hôtels

www.procomm.fr
st@procomm.fr



COMPTABILITÉ - GESTION - FINANCE

● Pratique de la Gestion Financière	12 jours
● Découverte de la Comptabilité	2 jours
● Formation à la Comptabilité Générale	8 jours
● Comptables Approfondies	8 jours
● Comptabilité et Charges Sociales	2 jours
● Fiscalité des Entreprises	2 jours
● Faire face à un Contrôle Fiscal	1 jour
● L'essentiel de la Gestion pour Non Financiers	4 jours
● L'Analyse Financière	4 jours
● Gestion Budgétaire et Analytique	4 jours
● Gestion de Trésorerie	2 jours
● Recouvrement de Créances	2 jours
● Contrôle de Gestion PME-PMI	6 jours

Tél. : 03 89 333 535 • 03 89 333 545
www.gifop.fr • www.cahr-formation.com

GIFOP CAHR Formation
CCI ALSACE Formation

► French Tech Alsace : après le couac, on travaille

Strasbourg et Mulhouse ont officiellement lancé leur candidature à la French Tech le 12 juin soir lors d'une soirée en simultané. Cette démarche de labellisation a pour but de soutenir les startups alsaciennes et de accélérer la présence du numérique dans toutes les entreprises. Retour sur candidature alsacienne complexe.

La French Tech est « une démarche de labellisation dans un esprit collectif entre les villes de Mulhouse et Strasbourg », a déclaré Jean Rottner, Maire de Mulhouse, en évoquant par là le Pôle Métropolitain. Une démarche commune où le numérique vient se placer tel un booster pour l'économie.

Des enjeux de taille

Pourquoi la French Tech ? La French Tech a pour objectif concret de renforcer la synergie des métiers du numérique en faveur de l'avenir collectif et la création d'emplois. Mais aussi d'accompagner les jeunes talents en inventant un nouveau modèle d'innovation ouvert où il n'y aurait plus de clivages entre petites et grandes sociétés ou service public et privé.

Un démarrage compliqué

A ce sujet, est apparu le soir du lancement un premier couac : l'apparition d'un site web www.lafrenchtech-alsace.eu dévoilé par le Pôle métropolitain, avec comme logo un coq surmonté d'une coiffe alsacienne, alors que Rhénatic (pôle numérique régional) lançait le site www.frenchtech-alsace.com avec un oiseau stylisé en cigogne. Un doublon qui fait désordre, lié à un problème de pilotage et qui a irrité Romain Spinali, président de Rhénatic et très investi dans la promotion du dossier French Tech. Pour lui, « il est important que le dossier soit porté par les entreprises alsaciennes, avec le soutien des collectivités, et non l'inverse ».

Mise au point du pilotage

Cela dit, une réunion d'urgence le samedi 21 juin a recadré les choses. Elle était co-présidée par Robert Herrmann, Président de la Communauté

urbaine de Strasbourg et du Pôle métropolitain et Jean Rottner, Maire de Mulhouse, et a réuni le Pôle Métropolitain Strasbourg-Mulhouse, la Région Alsace, les Universités de Strasbourg et de Haute-Alsace, Rhénatic, la Chambre de Commerce et d'Industrie d'Alsace (CCIRA) et Alsace Digitale. L'occasion de réaffirmer le rôle moteur et central des entreprises dans la construction de la candidature alsacienne, avec la volonté de « construire une démarche partenariale avec et pour les entreprises alsaciennes du numérique ». Ouf, on respire déjà mieux.

Pour accompagner la construction, la rédaction et le portage du projet, un assistant à maîtrise d'ouvrage (AMO) a été missionné par le Pôle Métropolitain, il s'agit du cabinet CMI de Boulogne Billancourt, un cabinet de conseil en stratégie qui se définit de la manière suivante : « Notre cabinet de stratégie est reconnu pour sa capacité à dénouer les problématiques complexes ». Nul doute qu'avec deux grandes



Romain Spinali, Président de Rhénatic

« Construire une démarche partenariale avec et pour les entreprises alsaciennes du numérique »

villes, des entreprises numériques ultra motivées, plusieurs collectivités intervenantes et deux lieux pour l'accueillir (Le Km0 à Mulhouse et le Shadock à Strasbourg) 4, la candidature French Tech alsacienne est en effet une « problématique complexe »...

Deux lieux et deux esprits

Le Km0 à Mulhouse mise sur l'installation d'entreprises avec tout un écosystème favorisant

la formation, l'échange d'idées, la production de projets entrepreneuriaux. A Mulhouse, on est pressé et une première phase d'ouverture serait prévue pour septembre (!) alors que le dossier French Tech serait en cours de présentation. A Strasbourg, l'initiative est plus institutionnelle et le projet au Shadock (ouverture mars 2015) plus centré sur les usages du numérique et l'aspect culturel et universitaire du dispositif. Dans les deux projets est inclus un FabLab, mais

là aussi plus tourné vers l'applicatif entreprise à Mulhouse et davantage vers la recherche et la créativité à Strasbourg. Quoiqu'il en soit, il faudra synchroniser les démarches et associer les cultures des deux villes, tâche délicate pour Rhénatic et l'AMO qui œuvrent tout l'été pour faire avancer les choses. A suivre.

BF

■ French Tech Alsace sur la toile : www.lafrenchtech-alsace.eu www.frenchtech-alsace.com Frenchtech Alsace sur Facebook

Mercedes-Benz Business Solutions

Nouvelle Mercedes Classe C Business

A partir de **709 €^{TTC}** /mois sans apport⁽¹⁾ avec Garantie Complémentaire Financière⁽²⁾ et Entretien⁽³⁾

Parce qu'un outil Business doit répondre à vos besoins professionnels, nous avons la solution. Soulignée par un design révolutionnaire, des lignes sportives et une allure unique, la Nouvelle Mercedes Classe C est déjà présente dans les esprits.



Mercedes-Benz

PAUL KROEGLY
ALTIMOBILFS

MULHOUSE / ILLZACH

228, avenue de Fribourg - 03 89 61 89 61

(1) En Location Longue Durée. Exemple pour une Nouvelle Mercedes Classe C Business 180 BM6 au prix tarif remis du 07/04/2014, sur 37 mois avec 37 loyers mensuels de 709 €^{TTC} y compris 48,92 €^{TTC} de ContratService Complet⁽¹⁾, 29,76 €^{TTC} de Complémentaire Financière (CF)⁽²⁾ et pour 60 000 km maximum. Frais de dossier 500 €^{TTC} inclus dans le 1^{er} loyer. Modèle présenté : Nouvelle Mercedes Classe C Business Exécutive 180 BM6, équipée du toit ouvrant électrique panoramique au prix tarif remis du 07/04/2014, sur 37 mois avec 37 loyers mensuels de 829 €^{TTC} y compris 48,92 €^{TTC} de ContratService Complet⁽¹⁾, 35,32 €^{TTC} de Complémentaire Financière (CF)⁽²⁾ et pour 60 000 km maximum. Frais de dossier 500 €^{TTC} inclus dans le 1^{er} loyer. Offre réservée uniquement aux entreprises et valable exclusivement pour ce véhicule, chez les Distributeurs participants, commandé entre le 01/07/2014 et le 30/08/2014 et livré avant le 30/09/2014, sous réserve d'acceptation du dossier Mercedes-Benz Financial Services France S.A. - 9, rue de Chapponval - 78870 Bailly, RCS Versailles N° 304 974 249, N° ORIAS 07009177, N° ICS FR27722149071. (2) La Garantie Complémentaire Financière résulte de la souscription par Mercedes-Benz Financial Services France aux polices d'assurance respectives N° 842.4133 auprès de COVEA FLEET SA (Siège social : 160, rue Henri Champion - 72100 Le Mans. Entreprise régie par le code des Assurances). (3) Le ContratService Complet (extension de garantie + entretien + Mercedes-Benz Conciergerie) est un contrat réservé aux véhicules neufs, proposé par Mercedes-Benz France, Société par Actions Simplifiées (SAS), Parc de Rocquencourt - 78150 Rocquencourt RCS 622 044 287 Versailles. **Consommations mixtes de la Nouvelle Mercedes Classe C Business de 4,0 à 5,8 l/100 km, CO₂ de 103 à 127 g/km.**

Ligne Granit s'est agrandie

L'entreprise familiale créée par Jean Semararo en 2001 vient d'agrandir son point de vente dans la zone d'activités de Didenheim : l'entreprise comprend un nouveau show-room de 380 m², un atelier de 320 m² avec machines de découpe et quelque 600 m² de surface de stockage de matériaux en pierre. Le nouveau show room permet aussi de présenter des carrelages haut de gamme. Enfin, l'entreprise propose la création de perspectives sur logiciel 3 D des projets de cuisine ou de salle de bain des clients.

■ **Ligne Granit**
10 Rue des Alpes, Didenheim
03 89 06 01 46
www.lignegranit.fr



Ouverture de Flamme & Co à Mulhouse

Tout près de la Maison Engelmann, on peut désormais déguster des tartes flambées "transcendées" conçues par Olivier Nasti.

C'est la troisième enseigne après celles de Kaysersberg et Strasbourg et il devrait y en avoir d'autres à travers la France. Preuve que Mulhouse en plein renouvellement urbain sait attirer de belles enseignes.

■ **Flamme & Co**
Rue Engelmann à Mulhouse
03 89 43 71 72
Ouvert tous les jours
sauf dimanche midi



Michael Meyer et Steve Sutter

Jnesis a déménagé

Jnesis est constituée par une équipe d'experts Java (Spring Hibernate, EJB,...) & Javascript (ExtJS, node.js & Angular.js) qui offre des solutions en développement web, desktop et mobile. Elle s'est agrandie et a déménagé au 40 Rue Victor Schoelcher à Mulhouse

■ **Jnesis - 03 89 36 60 39 - jnesis.com**

Inauguration réussie du garage multimarques Frey au Parc des Collines

Avec 256 personnes comptabilisées, la venue du Maire de Mulhouse et en exclusivité l'Alpine A450 des 24 heures du Mans, le garage Frey a pris un bon départ pour ce service de proximité à l'accueil qualitatif, une nouveauté parmi les entreprises du Parc des Collines.

■ **Garage Guy Frey**
L'Annexe Multimarques
62 rue Victor Schoelcher, Mulhouse
03 89 62 32 32



Alsace innovation lance une plateforme régionale de crowdfunding en septembre

Le crowdfunding ou financement participatif émerge grâce à sa simplicité de fonctionnement, sa facilité d'accès et son approche innovante du financement des PME. C'est pourquoi, Alsace Innovation, déploie un nouveau service pour les entreprises régionales qui souhaitent faire du buzz autour de leurs projets innovants et obtenir des fonds pour les réaliser. Nous pouvons tous être partie prenante du destin de nos entreprises !

■ **A suivre sur le site internet www.crowdfunding-alsaceinnovation.eu**

Pour publier votre annonce dans

Le Périscope
MULHOUSE & ENVIRONS

L'info économique mulhousienne à 360°



contactez Eric Marcino

06 22 30 39 17

leperiscope.mulhouse@gmail.com

MULHOUSE - QUARTIER KINÉPOLIS

Superbe gîte urbain à louer

Le Loft des Musiciens

Loft original avec terrasse sur les toits d'une usine du 19^{ème} s.

Grand salon, cuisine équipée, 3 chambres, piano
2 nuits minimum

A réserver sur www.airbnb.fr

• Salle d'exposition ouverte tout l'été

• Un grand choix à tous les prix

• Les Conseillers Déco en plus

Le Carrelage qui change tout, c'est nous !

ESPACE Aubade
SANITAIRE • CARRELAGE • CHAUFFAGE

SANISITT
www.espace-aubade.fr

SANISITT
216 rue des Mines
68270 WITTENHEIM
Tél. 03 89 53 57 57

SANISITT COMUTHERM
4/6 rue des Verriers
68100 MULHOUSE
Tél. 03 89 60 03 50

Venez avec votre installateur conseil

Le Périscope

amp

Édité par AMP - 06 03 20 64 76
12 rue du 17 Novembre - 68100 Mulhouse
www.agence-mulhouse-presse.fr
N° Siret 529 589 327 00012 - N° ISSN : 2271 - 6017

Rédactrice en chef : Béatrice Fauroux et bfauroux@agence-mulhouse-presse.fr

Textes et photos : Béatrice Fauroux et Sarah Melliani (sauf mention contraire)

Web journal et Apériscope : Virginie Tanghe, sidelya@live.fr

Graphisme/PAO : Bertrand Riehl, bertrand.riehl@laposte.net

Publicité : Eric Marcino - 06 22 30 39 17 - leperiscope.mulhouse@gmail.com

Impression : Imprimerie Centrale, Mulhouse

Distribution de ce numéro : Sinclair, Mulhouse

imprimerie centrale mulhouse

32 rue Brustlein - 68200 MULHOUSE
Tél. 03 89 42 01 15 - Fax 03 89 60 10 99
contact@icprinter.com - www.icprinter.com

Crédit Mutuel
ESPACE ENTREPRISES

le Rhénan
CENTRE D'AFFAIRES

VOTRE RÉUSSITE, NOTRE OBJECTIF

Une équipe au service de l'entreprise

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