

Ouvert

251 rue de Belfort
Centre Commercial le Trident (à côté de Darty)
Mulhouse Dornach

www.mangenbouger.fr

Par votre carte, mangez au moins deux fruits et légumes par jour.

Le Périscoppe
préparés sous vos yeux.

www.le-periscope.info

Le Périscoppe

MULHOUSE & ENVIRONS

N°13 sept./oct. 2014

Le journal des entreprises locales

EDITO

Nouvelle rubrique : Producteurs d'Alsace : Mangeons local !

Le Périscoppe, depuis sa création début 2009, est le promoteur d'une forme de circuit court entre les entreprises locales, en disant « travaillons ensemble au lieu de faire appel des partenaires lointains ! » Dans le même esprit, nous publions à partir de ce numéro une page spéciale dédiée aux producteurs (ou distributeurs) de denrées alimentaires situés dans la région mulhousienne. Le but ? Faire découvrir des entreprises agricoles qui se battent pour poursuivre une activité souvent difficile. Et inciter à la consommation de produits savoureux et sains, faits chez nous, par des gens qui travaillent ici.

Des PME alsaciennes de l'agro-alimentaire à de tout petits producteurs, manger local, c'est favoriser l'emploi local !

Bon Appétit !

Béatrice Fauroux
Rédactrice en chef

Sommaire

- Page 1** Poulailion
- Page 2** Biscuiterie Albisser
Confitures Beyer
- Page 3** Le Comptoir de Messéine
Atelier culinaire Nicolas Lemoux
- Page 4** Anna Communication
DGS Création
KreaVizio
- Page 5** Rhodia
- Page 6** Producteurs d'Alsace
- Page 7** L'Agence Automobile
- Page 8** Menway Interim
Integra Langues
- Page 9** Dossier Reprise d'entreprise
- Page 10** Librairie 47° Nord
Les Vitrines de Mulhouse
- Page 11** Transports Portmann
- Page 12** Bréviscope

DOSSIER : Agro-alimentaire : Une affaire de familles

Poulaillon, Albisser, Beyer : ces trois noms familiers aux Alsaciens sont devenus de véritables marques, toutes distribuées en supermarchés. On en oublie presque que ce sont des familles qui ont créé et développé ces entreprises, qui au départ sont nées du travail manuel des parents, voire des grands-parents. Leur état d'esprit est assez comparable, en effet tous les trois ont su préserver leur identité et un savoir-faire familial, sans le trahir malgré la massification de leur production. Et surtout, au lieu de s'engager sur une bataille des prix qui s'avère souvent suicidaire, ils sont restés fidèles à une qualité qui fait leur différence.

Textes et photos : Béatrice Fauroux

► Poulaillon, success story

Le centre de production de la maison Poulaillon à Wittelsheim a initié un grand tournant dans la vie de l'entreprise, qui se développe rapidement, en particulier sur le marché de la grande distribution nationale. L'enjeu quotidien de ce site est de parvenir à restituer les qualités, textures et saveurs des pains, moricettes et pâtisseries de la boulangerie familiale d'autrefois, mais avec un process de fabrication mécanisé.

Le papa, Paul, fondateur de l'entreprise, et la maman Marie-France, sont toujours là pour veiller à la marche de l'entreprise. Le fils, Fabien, est responsable du site et des ventes en gros et sa sœur, Magali, des points de vente en propre, au nombre de 27 actuellement (et 4 franchises). « Ces deux activités représentent chacune 50% du chiffre d'affaires qui totalise 42 millions d'euros, et la vente en gros est en forte croissance, de 15 à 20% par an en actuellement », se félicite Fabien Poulaillon.

Aggrandissement en 2015

Cette croissance s'explique par l'importance des contrats décrochés auprès d'enseignes nationales, comme le pain à sandwiches vendu à Monoprix (Dailymonop) ou Carrefour sous marque distributeur, et bientôt les moricettes au réseau Brioche Dorée, sans oublier le marché du Grand Est avec les sandwiches en nom propre chez Système U ou Auchan, et la distribution automatique. Quatre commerciaux (dont Fabien) sont en charge du développement de ce secteur, qui impose (déjà) un agrandissement du site pour le stockage de matières premières et produits finis.

Une ligne de fabrication unique au monde

« Sur cette ligne de fabrication, on peut reproduire les gestes de mon père, qui fabriquait au début 10 moricettes par jour sans aucun succès ! Mais la mise au point de ces machines a duré un an pour parvenir au résultat optimal », explique Fabien Poulaillon. De l'introduction de la pâte, à la moricette dorée toute tiède en bout de ligne, le produit n'est jamais bousculé : le process prend le temps de faire lever les pâtons deux fois, et de les cuire doucement. « Pour le pain, c'est pareil : notre gestion du temps est respectueuse de repos de la pâte, soit 3 à 4 heures ici, et 5 à 6 heures dans les boulangeries, et il est cuit sur la sole, pas en rotatif ». Sur l'ensemble du site, 5 ateliers où travaillent 180 personnes fabriquent la pâtisserie, la viennoiserie, le pain, les moricettes et les grands gâteaux.



Fabien Poulaillon devant la ligne qui produit 100.000 moricettes par jour

Fournisseurs d'Alsace

Le plus possible, Poulaillon commande ses matières premières à des fournisseurs alsaciens, comme Les Grands Moulins de Strasbourg ou le Moulin Peterschmitt pour la farine, Alsace Lait pour les produits laitiers (crème label rouge), le site local de Pomona livre les fruits et légumes, etc. Ici, pas de beurre ni d'œufs reconstitués.

5 nouvelles ouvertures prévues

Tous les produits sont vendus aux 31 boulangeries, mais aussi aux particuliers, associations et entreprises en direct. Les commandes enregistrées via le standard téléphonique sont reliées aux ateliers de fabrication pour un respect des délais optimal. Le nombre de points de vente s'étend avec 5 nouvelles ouvertures, notamment à Strasbourg, Nancy et jusqu'à Saint-Quentin en Picardie. Un développement imposant, fruit d'un travail conséquent et vraie compétence en matière de stratégie d'entreprise.

■ Contact : Poulaillon

8 rue du Luxembourg à Wittelsheim
03 89 33 89 89

Vente en ligne : www.poulaillon.fr

Point de vente et restauration sur place.



UNIQUE DANS LA RÉGION

Le cheval s'invite au travail

Une activité insolite propice à la cohésion de votre équipe

Séminaires à la carte selon vos besoins

Centre équestre : cours tous niveaux, stages, équitérapie

36 rue de la Montée, Flaxlanden

06 08 11 81 88 / 06 80 59 32 02 • contact@poneyetcie.net

www.amae-asso.fr • www.club-poneyetcie.com

amae

Ponies & Cie



► Biscuiterie Albisser, une odeur d'enfance

Tout dans la biscuiterie Albisser évoque la famille : le bureau qu'occupaient les grands-parents, fondateurs de l'entreprise, des recettes préservées dans le moindre détail, le goût et l'odeur des gâteaux... Et surtout un esprit d'entreprise qui se transmet pour la troisième génération à la jeune dirigeante d'aujourd'hui, Céline Albisser, fière de reprendre le flambeau.

« Le biscuit à la cuiller, c'est la recette de ma grand-mère », soit la même depuis la fondation de l'entreprise en 1946, dit d'emblée Céline Albisser. De la vente sur les marchés dans les premières années à l'entreprise d'aujourd'hui, il y a un monde, puisqu'elle fut sacrée "fleur de l'industrie" dès 1958 et qu'elle est la première fabrique de biscuits en Alsace. L'entreprise spécialiste de la meringue est située dans un endroit improbable, en plein quartier résidentiel de Pfstatt, proche de la maison familiale.

La fidélité à tous les niveaux

Fidèle à ses recettes depuis 60 ans et à son lieu d'implantation, Albisser entretient avec soin ses machines, trésor de l'entreprise, dont plusieurs ont été mises en place dans les années 60. « Notre parc de machines à dominante mécanique a ceci de pratique que mon père peut les entretenir lui-même » affirme la jeune femme qui ne voit pas

pourquoi changer de machines qui apportent toute satisfaction et ont été sans cesse améliorées au fil du temps. Albisser entretient aussi des liens avec ses fournisseurs depuis 20 ans, comme le Moulin Peterschmitt pour la farine T55, la laiterie d'Hochstatt pour le lait des cookies ou les œufs du Haut-Doubs ou Sud-Alsace. Avec la Bretagne aussi, le contact est établi depuis longtemps pour la fourniture de beurre ainsi que de blancs d'œufs particulièrement bien adaptés à la biscuiterie. « L'important pour nous est de bien connaître les méthodes de travail de nos fournisseurs, avec qui nous avons une relation de confiance ». Enfin, Céline Albisser indique que « l'entreprise n'a jamais connu aucun licenciement, un salarié a même travaillé pendant 42 ans chez nous ! »

Des produits sains

La biscuiterie fabrique 500 kg de biscuits par heure, et pour les meringues toutes légères,



Céline Albisser

500 kg par semaine. Les produits sont diffusés exclusivement en grande surface, dans quasiment toutes les grandes enseignes en Alsace. « Pour nous, le processus industriel vise à donner une régularité au produit. Son goût n'est pas altéré par la fabrication. Et les enseignes ont beaucoup de respect pour les entreprises familiales, ce ne sont pas les rapports de force d'autrefois », affirme la jeune femme. L'entreprise travaille avec des produits en agriculture raisonnée et des colorants naturels (jus de carotte, pulpe de betterave, safran...) et pas d'additifs chimiques « sinon, on préfère ne pas faire le produit ». Régulièrement, de nouvelles recettes apparaissent, comme ces délicieuses

lunes au citron confit, conçues avec une jeune pâtissière de talent, recrutée à l'initiative de Céline, qui gère quelque 40 références et une équipe de 16 personnes.

Béatrice Fauroux

■ **Contact** : Biscuiterie Albisser
1 rue de la Biscuiterie à Pfstatt
03 89 52 25 22

Vente en ligne : www.biscuiterie-albisser.fr
Magasin de vente ouvert du lundi au vendredi
aux horaires d'ouverture de l'usine :
8h30-12h et 14h-17h



► Confitures Beyer, 5^{ème} génération en vue

Philippe Beyer a reçu Le Périoscope entre la période mirabelles (500.000 pots fabriqués en 3 semaines) et la courte saison des quetsches. Cette entreprise familiale a traversé le temps pour la même raison que la biscuiterie Albisser : le combat pour maintenir la qualité gustative du produit et la fidélité aux recettes "historiques" de la marque.

L'entreprise Beyer n'a pas vraiment de concurrents sur le Grand Est... à part la ménagère qui fait ses confitures elle-même : « Avec le temps, nous avons acquis un savoir-faire, construit une marque, nous avons l'accès au marché, et pour reproduire notre appareil productif il faudrait 4 millions d'euros ! Qui peut investir autant aujourd'hui ? », déclare Philippe Beyer qui pour autant ne considère pas que sa position est acquise : « Notre marge par pot est passée de 3 à 1 centime par pot en 20 ans ! La raison ? Tous les postes importants de l'entreprise ont augmenté ces 20 dernières années : le prix des pots de confiture en verre, le coût du service qualité avec les normes, le prix de l'énergie, sans oublier le sucre dont la distribution est très concentrée. Et je ne parle pas des charges sociales : en 20 ans, une personne qui gagne 100 euros de plus génère 450 euros de charges salariales et patronales en plus ! ». Ce constat est issu des chiffres de son entreprise.

Une stratégie gagnante

Face à tous ces freins, Beyer a su résister, pour plusieurs raisons : tout d'abord, parce que la consommation de confiture se maintient, elle est de 2 kg par habitant et par an, et l'appellation "confiture" est réglementée. Ensuite, parce que Beyer ne fait pas de concessions sur la qualité, qu'il s'agisse des fruits ou du sucre. Des critères régissent tous les achats : mirabelles ou quetsches d'Alsace, cerises noires d'Allemagne ou d'Alsace, autres fruits du Sud de la France... Ensuite, parce que la confiture Beyer développe de nouveaux débouchés dans la grande distribution, sous marque distributeur (Patrimoine Gourmand ou Bio à Cora, Reflets de France à Carrefour, etc.). « Nous avons la chance d'avoir accès à ce marché, et ce n'est pas terminé ». Sinon, Beyer distribue ses pots sous sa marque chez Carrefour, Leclerc, Cora,



Philippe Beyer

SuperU, Casino, Leclerc et Intermarché : soit à peu près toutes les grandes enseignes, et à 70% dans le Grand Est. Le jeune Anthony, qui fait ses études en alternance dans l'entreprise familiale, est à bonne école avec son père, qui conclut : « Aujourd'hui, il faut être non seulement un bon entrepreneur, mais aussi un excellent gestionnaire ! »

Béatrice Fauroux

■ **Contact** : Beyer
19 rue de l'Écluse à Pfstatt
03 89 52 22 33

Vente en ligne : www.beyer-fr.com

Les chiffres de Beyer

- 3,2 millions de pots par an
- 5,6 millions de CA annuel
- 25 employés
- 1.500 tonnes de fruits mis en œuvre
- Vente : 66% de confitures, 33% de fruits au sirop, 1% de pulpe de fruits
- 90% des ventes à la grande distribution, 10% aux grossistes



Et le bio dans tout ça ?

La question a été posée à Poulailon, Albisser et Beyer. Les trois évoquent l'existence d'un tout petit marché (3 à 4% des ventes) pour un cahier des charges complexe, des contraintes techniques et un surcoût des matières premières. Poulailon fabrique ses pains bio rue de Belfort au-dessus du Moulin (il faut une boulangerie à part), Albisser n'en fait pas, mais fait confiance à l'agriculture raisonnée, et Beyer travaille le bio sur quelques références ainsi que sous marque distributeur.

Alsace Authentique, des valeurs partagées

Poulailon, Albisser et Beyer se sont constitués en GIE avec une quinzaine d'entreprises de l'agro-alimentaire en Alsace, en majorité des entreprises familiales qui défendent leur région et la qualité de leurs produits. Concrètement, ils partagent les frais de leurs représentants en grande surface, mutualisent des coûts de communication et des commandes fournisseurs. Ce réseau leur permet aussi d'échanger sur leurs entreprises et de découvrir les différents savoir-faire.

► Le Comptoir de Messénie, produits alimentaires grecs et développement durable

Créée en 2006 par Maud Marchal, cette société est en constante progression. Ambassadeur des produits grecs en France et du développement durable, Le Comptoir de Messénie propose des produits alimentaires de qualité à sa clientèle professionnelle.



Maud Marchal

Produits alimentaires naturels et bios grecs

Le Comptoir de Messénie propose des produits alimentaires naturels et bios grecs distribués à travers toute la France via trois vecteurs de distribution : les magasins bios et épicerie fines, le site internet et la vente directe au marché du canal couvert de Mulhouse. La marque dispose également d'un partenariat avec un site partenaire : bienmanger.com

Maud Marchal livre elle-même ses produits à travers toute l'Alsace et pour le reste de la France, elle fait appel à des transporteurs. Le Comptoir de Messénie travaille avec plus de 30 producteurs qu'elle connaît personnellement. « Je connais mes producteurs et je garantis le suivi de la qualité, puisque je procède à un choix pointu de mes produits. » Une qualité qui n'a pas échappé au restaurant grec L'Olivier à Paris qui fait partie de ses fidèles clients. Pour continuer à développer son entreprise, la dirigeante effectue fréquemment du démarchage

commercial auprès d'une clientèle professionnelle susceptible d'être intéressée par ses produits, comme les réseaux de magasins bios.

Ses produits sont divers (raisins, purée de tomate, vinaigre balsamique, miel...), dont la star est incontestablement l'huile d'olive de Kalamata qui séduit les papilles grâce à son taux d'acidité très bas.

Le Comptoir de Messénie, vecteur de développement durable

Bien que la Grèce vive actuellement l'une des crises les plus sévères de son histoire, les autochtones ont dû prendre les choses en main, comme l'explique Maud Marchal. « De retour aux pays après de longues études en business school, nombreux sont les jeunes grecs à ne pas avoir trouvé d'emplois dans leur domaine. C'est pourquoi, ils se sont résignés à aider leurs familles dans la production agricole. Leurs compétences en marketing expliquent d'ailleurs la toute nouvelle offre de produits artisanaux sur le marché comme en témoignent le logo et le packaging travaillés de mes produits. »

Ainsi, forcée par la conjoncture, une nouvelle forme d'économie s'est progressivement mise en place où l'entraide et la mixité du savoir-



03 89 311 8111 www.extrastockage.com

faire et des compétences ont poussé la Grèce à se spécialiser ou du moins à mettre en avant ses atouts (agriculture) au profit du commerce international.

Secrétaire du Slow Food Haut-Rhin, Maud Marchal défend l'agriculture locale et souhaite convertir les gens à un autre état d'esprit dans leur mode de consommation.

Aujourd'hui, le Comptoir de Messénie dispose d'un monopole dans la région, puisqu'il n'a aucun concurrent. « Il y a une offre importante de produits italiens comme celle de Vita Impex, mais pas d'autres grossistes en produits grecs », précise-t-elle.

L'objectif 2015 est désormais de développer sa clientèle de professionnels et de créer à long terme une marque dédiée aux supermarchés. Avis aux curieux qui peuvent découvrir l'offre du Comptoir de Messénie aux Halles du Marché de Mulhouse.

Sarah Meliani

■ Contact : Le Comptoir de Messénie
9 avenue d'Italie à Illzach
03 89 44 19 87 - www.messenie.fr

► Atelier culinaire de Nicolas Lemoux

Accueil par le chef sur une jolie terrasse dans un style sobre et convivial : Nicolas Lemoux a l'air ravi d'avoir ouvert son restaurant d'été. Créé en 2013, l'Atelier culinaire se destine essentiellement aux cours de cuisine. Rencontre avec un jeune chef plein d'idées.

« Je participe aux cours de cuisine que donne Nicolas Lemoux et c'est toujours très agréable. Je suis moi-même professeur et je trouve qu'il sait y faire. Il est très pédagogue et sait mettre l'ambiance », déclare une cliente à propos des cours de cuisine.

Epaulé par sa compagne, Marie-Laure Miesch, Nicolas Lemoux propose en plus des cours de cuisine un service traiteur. La période estivale a été témoin de l'ouverture de son restaurant d'été au sein de ses locaux et le succès de sa cuisine lui a donné de nouvelles idées.

Les cours de cuisine de l'Atelier Culinaire

« Je propose un maximum de créneaux horaires du lundi au dimanche pour que cela convienne à tout le monde, des enfants aux seniors. L'idée est de faire de la cuisine dans une ambiance conviviale alliant partage, découverte et loisir. A la fin du cours, nous mangeons tous ensemble ce que l'on a préparé », explique Nicolas Lemoux.

Concrètement, la séance se déroule sur 3 heures et propose un atelier d'apprentissage avec des produits bruts et frais que les participants préparent avec l'aide du chef.

Nicolas Lemoux propose également un service traiteur lors d'événements, baptêmes, mariages ou soirées. Il a d'ailleurs confectionné de délicieux plateaux pour le dernier Apériscope au Village d'entreprises de DMC. Le chef suggère également une offre à domicile : il se déplace chez le client pour un repas festif à la commande.



Nicolas Lemoux

L'Atelier Culinaire, restaurant à venir...

« Je propose une cuisine à l'ardoise, car les gens veulent manger du bon et du frais », explique le chef. La terrasse fut ouverte du 1^{er} juillet au 29 août et correspondait à 80% de sa clientèle de l'Atelier Culinaire (cours de cuisine). Sa « cuisine de comptoir », comme il se plaît à l'appeler, était au menu pour 13 euros le midi et 20 euros le soir.

Suite au succès de ce restaurant d'été qui lui a permis de quadrupler son chiffre d'affaires au mois de juillet, Nicolas Lemoux souhaite agrandir ses locaux pour ouvrir son propre restaurant. Pour ce faire, souhaite investir 70.000 euros pour aménager le local du rez-de-chaussée, où il souhaite disposer d'un côté ses cours de cuisine et de l'autre le comptoir du restaurant. Fort d'une expérience à Paris, Nice et Toulouse, Nicolas Lemoux aspire plus que tout à concrétiser son projet afin d'offrir un service et des produits de qualité accessibles à tous.

Sarah Meliani

■ Contact : Atelier Culinaire de Nicolas Lemoux
120 rue de l'île Napoléon à Rixheim
09 81 62 75 15



PROMO PNEUS

-35%

sur les pneus HIVER & ÉTÉ *

* voir conditions en magasin. Valable du 15 septembre au 31 octobre 2014



GARAGE GUY FREY L'ANNEXE MULTIMARQUES
www.garage-frey-lannexe.fr

61 rue Victor Schoelcher - Mulhouse

03 89 62 32 32

PARC DES COLLINES

► Anna Communication, expert en conseil stratégique

La particularité de cette agence de communication est sa notion de conseil, socle de base de son activité. Installée en colocation avec des entreprises dans la communication, Anna Communication s'inscrit dans une démarche d'entraide, de collaboration et de transparence. Focus sur cette agence de comm' qui inspire les entrepreneurs.

Créée en 2009 par Frédéric Pintiau, l'agence propose une offre complète en matière de marketing et de communication avec une particularité : une écoute adéquate des créateurs d'entreprises.

Un service de communication solide

« Nous travaillons entre autres avec des entreprises qui ont des problématiques de produits où le design du produit est au centre de leur préoccupation. Or, nous leur rappelons que c'est le message qui est au service du design et non pas l'inverse », déclare le dirigeant.

Anna Communication propose à ses clients un conseil personnalisé en stratégie marketing et communication. Pour passer à l'action, l'agence, qui prend plaisir à travailler sur les visuels, met à profit sa colocation. Par exemple, pour l'une des campagnes des piscines Waterair elle collabore avec Marie Soehnen, photographe de "4 jeudis", installée dans les mêmes locaux.

L'agence travaille aussi étroitement avec la marque allemande Vélo de Ville qui souhaite étendre ses parts de marché en France : « Nous la conseillons en matière de marketing international, étant donné que la communication ne se fera pas de la même manière en Allemagne et en France », précise Frédéric Pintiau.

Anna Communication dispose également d'une offre de services de rédaction à vocation commerciale (rédaction d'argumentaires commerciaux, de communiqués et dossiers de presse), ainsi qu'une offre de community management via la rédaction d'articles sur Facebook ou blogs.

Une communication à l'écoute des créateurs d'entreprise

Anna Communication possède aujourd'hui un répertoire de 100 clients, dont la moitié est constituée de créateurs d'entreprise. Pas étonnant, puisque l'agence œuvre en ce sens

et est référencée à la CCI de Mulhouse dans le cadre du dispositif Passeport Entrepreneur.

« Notre but est de leur apporter les outils nécessaires pour débiter, comme des cartes de fidélités, de l'affichage publicitaire ou des campagnes promo flash via sms. Puis, progressivement ; nous les accompagnons dans la durée », explique le directeur.

Cette démarche pédagogique est essentielle à ces toutes jeunes entreprises qui ne saisissent pas forcément l'importance d'une communication de précision si l'on souhaite perdurer dans la jungle que peut représenter l'entrepreneuriat. L'agence offre aussi ses services à l'association Lamanne (banque alimentaire) en étoffant leur site internet.

Anna Communication possède aujourd'hui un portefeuille client à 80% alsacien (15% : ailleurs en France et 5% : Paris, Suisse, Allemagne) pour un chiffre d'affaires d'environ 250 000 euros.



Frédéric Pintiau

● **Contact :** Anna Communication
17 place de la Liberté à Mulhouse
03 89 62 85 24
www.anna-communication.com

► DGS Création, le responsive web design au service des entreprises

Créé début 2014 par Gauthier Ciprian, Digital Graphic Studio Création propose la conception de sites internet en responsive web design pour l'adaptation à tous supports (smartphones, tablettes, pc). Ce jeune chef d'entreprise, passionné d'informatique est épaulé par son épouse, Isabelle Ciprian, pour le marketing et la rédaction web. Focus sur cette nouvelle entreprise.

« Suite à la création de mon activité d'auto-entrepreneur, nous avons monté cette entreprise afin de rassurer une clientèle de plus en plus nombreuse », déclare Gauthier Ciprian qui possède déjà 10 ans d'expérience en informatique.

Sites internet à 100% responsive web design

« Notre métier est d'être constamment à la pointe de la technologie. C'est pourquoi, nous proposons exclusivement de créer des sites internet responsive web design. Autrement dit, un site qui s'adapte à tous les supports de communication (pc, tablettes,

smartphones) sans que l'entreprise soit obligée de créer différents sites pour chaque format », explique ce binôme qui propose également une prestation de référencement naturel.

Pour ce faire, ils travaillent en équipe pour structurer la demande client et mettre en place les mots-clés selon le champ lexical spécifique à l'entreprise. DGS Création propose également une meilleure visibilité via les réseaux sociaux tels que Facebook et Twitter, les plus utilisés. Dans le cas d'une campagne ponctuelle, l'agence web pourra éventuellement proposer à ses clients une campagne de mots-clés à l'aide de Google Adwords.

Digital Graphic Studio Création toujours en veille

DGS Création se doit d'anticiper le marché en menant une veille technologique active afin d'être le plus proactif possible et s'adapter à toutes les demandes. « Nous anticipons les sorties technologiques, comme celle de l'iPhone 6 en nous préparant à l'élaboration de nos futurs sites internet selon le format de ce nouveau smartphone », explique Gauthier Ciprian, satisfait du développement de son entreprise.



Isabelle et Gauthier Ciprian

● **Contact :** Digital Graphic Studio Creation
3 allée Rimbaud, Richwiller
03 89 26 03 29
www.dgs-creation.fr

► KreaVizio, le marketing au service des entreprises à forte technicité

Créée en 2013 par Horacio Miranda, ingénieur de formation, cette toute jeune entreprise propose de valoriser la singularité des offres à forte technicité. Véritable consultant marketing, le chef d'entreprise rencontre des entreprises issues de différents domaines techniques (médical, biotechnologie, informatique, industrie...).

Fort d'une expérience de 20 ans dans la télécommunication aux Etats-Unis, Horacio Miranda décide, à son retour en Alsace, de créer sa propre entreprise B to B. Pour ce faire, il applique les process du marketing à des domaines d'expertise très complexes.

Optimisation de l'investissement grâce au marketing

« L'accompagne les entreprises dont l'offre est très technique comme dans les industries pharmaceutiques et mécaniques, l'univers de l'informatique... Ces entreprises ont tendance à s'enfermer sur la technicité de leur produit au lieu de penser au bénéfice du client », explique Horacio Miranda. L'entrepreneur accompagne également les start-up en phase de lancement commercial. Pour ce faire, il structure leur démarche via une stratégie "go to market" qui définit l'offre de produit, la cible, et les canaux de distribution (quoi, à qui, comment). En offrant un service marketing aux entreprises qui n'en ont pas, Horacio Miranda valorise et vulgarise une offre de produits et/ou de services complexes.

Grâce à KreaVizio, les entreprises à forte

technicité optimisent ainsi leur investissement. L'entrepreneur précise : « Il faut concentrer l'effort de l'entreprise entre ce qui fait la valeur ajoutée de l'entreprise, comme par exemple l'investissement en Recherche et Développement et ce qui est valorisé par le client. »

Techniques et méthodologie marketing

Concrètement, KreaVizio a pour but de mettre en valeur les actifs immatériels de l'entreprise, en résumé, leur capital savoir. Lors de ses consultations auprès de ses clients, l'entrepreneur conçoit quelques jeux de rôles afin de préparer l'entreprise à convaincre de sa valeur ajoutée.

Ses clients se prêtent alors à l'expérience en répondant aux objections auxquelles ils pourraient être confrontés ou à la méthode de "Elevator pitch" qui consiste en un argumentaire éclair de trois minutes.

Présent au prochain salon i-Novia de Strasbourg, KreaVizio a lancé sa propre marque de service nommée "Immaktival". En partenariat avec l'expert-comptable Fidurevision et Andjoy, le conseil en Ressources Humaines, KreaVizio

propose une offre complète qui combine à la fois ses compétences en marketing et l'expertise de ses associés en comptabilité et RH. KreaVizio souhaite aujourd'hui accompagner les start-up américaines à venir commercialiser leurs services ou produits en France et en Europe.

● **Contact :** KreaVizio
06 07 68 73 23
www.kreavizio.com



Horacio Miranda



Les Technologies Numériques

levier de performance pour votre entreprise

www.rhenatic.eu

Toute l'info et l'actualité des TIC en Alsace sur

► Bloc Rhodia : 80 feuillets de 80 grammes, 80 ans, 80 pays

Présent dans plus de 80 pays à travers le monde, la marque de papeterie Rhodia fête ce mois-ci ses 80 ans. Créée en 1934 par les deux frères Vérilhac, le petit bloc agrafé orange, qui aujourd'hui décline sa gamme, est en pleine prospérité. A l'occasion de son anniversaire, l'usine CFR (Clairefontaine Rhodia) Ile Napoléon a ouvert ses portes à quelques privilégiés afin d'en connaître les secrets. Reportage de la rédaction.

Dirigée par Patrick Sartre depuis 11 ans, l'usine CFR Ile Napoléon s'étend sur une surface de 20.000 m². Elle est composée d'un effectif de 40 personnes qui produisent... 30.000 blocs n°11 orange par équipe de 8 heures. En effet, la grande majorité des blocs Rhodia sont fabriqués sur ce site de production.



Rhodia, un savoir-faire technique au service de l'héritage

« Au sein de notre usine, on ne fabrique pas le papier, on le transforme. Le papier provient des papeteries Clairefontaine à Etival dans les Vosges », déclare Patrick Sartre. A noter que l'usine produit également des blocs de papiers pour les marques de distributeur avec un papier d'une qualité différente, en provenance d'Espagne. L'usine dispose d'un stock au trimestre de 2.500 à 3.000 tonnes de papier 80 g, sous la forme de bobines d'environ 16 km de long, ainsi que de stocks semi-finis prêts à être découpés.

Mais comment fabrique-t-on un bloc Rhodia ?

La bobine est installée dans un dérouleur de papier qui étend 250 mètres à la minute. S'en

suit l'impression des lignes et des carreaux grâce à une encre à l'eau, puis le découpage et l'assemblage des feuilles par 50, 80 ou 100 selon le bloc Rhodia. Le dos en carton est alors inséré pour la rigidité avant que les feuilles ne soient collées. La couverture est ensuite posée à l'aide de pelles qui viennent la plaquer contre le bloc. Il est enfin découpé au millimètre près et emballé à l'aide d'un film plastique.

Le papier jeté représente 12 à 13% de la matière première. Il est revendu à Everbal, société du groupe, afin de le recycler. « Nous vendons toute la production à la maison mère située à Ottmarsheim. Elle dispose d'un important centre logistique international qui se charge de la distribution en France et à travers le monde », précise Patrick Sartre.

Une exportation conséquente pour la marque, selon Guillaume Nusse, PDG de Clairefontaine-Rhodia, puisque 40% de la production est vendue hors France. La moitié des blocs n°11 orange sont vendus au Japon où le produit est très recherché.

En France, Rhodia dispose d'un portefeuille clients de 3.000 enseignes composé de magasins spécialisés en fournitures de bureau, ainsi que la grande distribution qui reste le canal majeur de la distribution.

Rhodia, le carnet orange depuis 1934

« Rhodia est incontestablement une marque patrimoniale. Nous disposons d'un fort héritage qui doit également respirer l'air du temps. C'est pourquoi le logo et la couleur orange n'ont pas changé depuis 1934 tout en se renouvelant afin d'être en phase avec notre époque », déclare Géraldine Muller, directrice de la marque Rhodia.

Et bien qu'elle commercialise un outil simple, universel et fonctionnel, la marque est très attachée à ses standards de qualité. « Notre produit est basique mais inventif ! Aujourd'hui, nous fêtons nos 80 ans et nous restons fidèles au concept et à l'image de notre marque », précise-t-elle. Le



Géraldine Muller et Patrick Sartre

PDG Guillaume Nusse, vospgien d'origine, reste pragmatique dans le développement de ses blocs de papiers, tout en se réjouissant de la notoriété de Rhodia à l'étranger. L'image de marque est d'ailleurs soutenue par une communication axée sur l'export, dans des catalogues spécialisés. Car « l'utilisateur de Rhodia est quelqu'un qui voyage », selon la directrice de la marque.

Aujourd'hui, Rhodia capitalise sur la renommée de sa marque en diversifiant son offre de produits par des articles de maroquinerie et de bagagerie réalisés au Maroc. Et comme un clin d'œil à l'iPhone 6, qui vient de sortir, la marque a lancé sa gamme white avec un bloc-notes agrafé blanc et argent. Contrairement aux apparences, ce bloc-notes, à lui, plus d'un tour dans son sac puisqu'il est, comme son rival, transportable partout, mais dispose aussi d'une autonomie illimitée, d'un écran incassable... et de 7.000 langues intégrées.

Sarah Meliani



■ Contact : Rhodia
RD 52 à Ottmarsheim
03 89 83 37 50
www.bloc-rhodia.com

Rhodia en quelques chiffres...

- C.A du groupe Rhodia-Clairefontaine : 76.4 millions d'euros en 2012
- C.A de la marque Rhodia : 15 millions d'euros en 2013
- 60% des ventes en France
- 50% des blocs n°11 orange sont vendus au Japon

La marque Rhodia

- 80 g pour un papier blanc
- 90 g pour un papier crème.
- 5 familles de produits
- 500 références

Une équipe de 40 personnes au CFR Ile Napoléon pour...

- 10 millions de blocs produits par an
- 45 millions de cahiers produits par an
- 30.000 blocs n°11 orange produits par équipe de 8 heures
- 250 personnes en incluant le site logistique d'Ottmarsheim



La marque Rhodia mise à l'honneur par la CCI Mulhouse dans le cadre de son exposition mensuelle "Made in Sud Alsace".

air à domicile
LES MAGASINS

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 :

Notre savoir-faire au service de la santé

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

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

LE 1^{ER} MOIS GRATUIT
crédit commercial à condition

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

BOX SYSTEM
SELF STORAGE

LE BOX À LOUER
POUR 1 MOIS OU 1 SIÈCLE !

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

Producteurs d'Alsace : mangeons local !

Les bonnes adresses du circuit court en Alsace

Des tableaux de légumes

Véronique Werner a accepté d'inaugurer cette nouvelle rubrique consacrée aux producteurs d'Alsace, en présentant son travail autour de fruits et légumes "transcendés".

En effet l'artiste plasticienne de Spechbach-le-Haut collectionne les objets récupérés, notamment la vaisselle en faïence, pour en faire des tableaux décoratifs inspirés. Actuellement, elle est en pleine période de "récolte" de légumes ou de fruits en faïence chinés avec passion. Ses productions sont à découvrir dans la superbe maison ronde qu'elle partage avec l'artiste Yves Carrey.

● **Contact :** Véronique Werner
34 rue de Galfingue à Spechbach-le-Haut
06 87 45 54 02 - www.vero-werner.fr



Rejoignez-nous sur
Facebook

et retrouvez tous nos articles sur les producteurs alsaciens de denrées alimentaires de qualité ainsi que leurs coordonnées.

Les-bonnes-adresses-du-circuit-court-en-Alsace

Ferme de l'Ill, une agriculture au plus proche du consommateur

Reprise en 2001 par le fils de la famille, Frédéric Tritsch, la Ferme de l'Ill est située non loin du centre-ville de Sausheim. Epaulé par sa maman en tant qu'associée et d'un employé, ce Groupement Agricole d'Exploitation en Commun s'étend sur 105 hectares. Découverte d'une ferme au milieu de la ville, qui vend ses œufs bio en distributeur automatique.

L'exploitation est composée de 55 hectares, avec en majorité des cultures céréalières. « Nous produisons de l'avoine et du sarrasin vendus en circuit long à un acheteur français auvergnat du nom de CELNAT ainsi que de l'orge, du blé, du seigle, du pois et du triticale (hybride artificiel entre le blé et le seigle) qui permettent essentiellement de nourrir les animaux », déclare l'agriculteur.

La Ferme de l'ill, une agriculture locale en phase avec son époque

La Ferme de l'ill propose un système de distributeur automatique d'œufs biologiques depuis 2012 et de steaks surgelés également bio. « Ce système m'a permis d'agrandir et d'étendre ma clientèle. L'œuf est un produit d'appel qui draine



bon nombre de personnes. Grâce à nos œufs en vente automatique, nous avons touché une nouvelle cible de clients », explique Frédéric Tritsch. L'abattage et la transformation de la viande sont, quant à eux, effectués dans les Vosges par la filière viande Elvia. Pour garantir une telle offre, la Ferme de l'ill possède environ 100 bovins composés de vaches laitières et de jeunes bêtes, ainsi que 1000 poules. La vente directe est également possible au magasin de la ferme géré par Madame Tritsch. « La Ferme vend occasionnellement des fruits de saison qu'un manacher vient livrer dans nos locaux. Et je viens de démarrer un atelier porcine avec pour objectif l'abattage d'un cochon par mois », ajoute-t-il.

Une agriculture raisonnée et passionnée malgré un marché difficile

Historiquement connue pour sa vente de lait, la Ferme de l'ill vend une partie de sa production en circuit court, soit directement aux consommateurs composés de particuliers et de pâtisseries de la région. L'inventu est acheté par la coopérative laitière Sodiaal qui ne prend pas en compte le label bio du produit. Frédéric Tritsch doit donc se conformer au prix du marché de lait standard. « La filière laitière est encore mal organisée et je suis le seul producteur de lait dans la plaine de



Frédéric Tritsch

Mulhouse à Colmar. C'est pourquoi, les filières laitières biologiques ne se déplacent pas forcément vers ici. Je vends donc mon lait à Sodiaal qui fixe les règles », explique-t-il.

L'agriculteur souhaite désormais développer un atelier de transformation du lait en divers produits, comme du fromage qu'il compte mettre en vente dans des distributeurs réfrigérés d'ici cette fin d'année. Une offre de yaourts, flancs et fromages à destination des cantines de la région est également en cours de préparation. « Aujourd'hui, bien que je gère l'alimentation des bêtes, la production céréalière, l'entretien et l'administratif, je suis en phase d'amélioration sur

l'organisation de mon temps de travail. Grâce à ma mère qui gère une partie de la vente et mon employé à qui je délègue quelques tâches, j'essaie d'optimiser mon planning », précise l'agriculteur qui travaille plus de 65 heures par semaine.

Pour le reste, il pourra toujours compter sur son père, ancien gérant de la ferme, qui lui a transmis sa passion du métier.

Sarah Meliani
● **Contact :** Ferme de l'ill
20 chemin des Pierres à Sausheim
03 89 45 66 84
www.fermedelill.fr

La Ruche qui dit deux fois Oui à Mulhouse

« La Ruche qui dit Oui » est un site internet qui met en relation producteurs et consommateurs sur la France. Le client commande ses produits sur internet, et une personne s'occupe de regrouper les commandes à une date donnée, près de chez lui. A Mulhouse, c'est Elodie Engler-Gass qui s'occupe de la distribution à deux adresses : rue Georges Sand et - c'est nouveau - rue de l'Ile Napoléon.

Avoir deux points de distribution aux deux extrémités de la ville permet aux habitants de toute l'agglomération de venir facilement chercher leurs produits commandés sur le site www.laruchequiditoui.fr et aussi à Elodie de mieux vivre de cette activité. En effet, la personne qui s'occupe de la distribution perçoit une commission sur les ventes : « Nous avons une petite rémunération et avoir deux points de distribution permet d'en vivre un peu mieux », explique cette ancienne graphiste qui s'est lancée dans l'aventure il y a deux ans par passion pour le bio et le bien manger. « Avec des enfants petits, je ressens d'autant plus la nécessité de vivre autrement ». Elodie a réussi à réunir plus de 20 producteurs sur son catalogue sur le web, et anime sa Ruche en prévenant les clients de la prochaine distribution, en donnant des recettes, etc. « C'est surtout pour créer du lien que j'anime ces ruches », dit-elle.

Avantages de la Ruche

Pour ceux qui ne souhaitent pas "s'abonner" à un panier ou une Amap, la Ruche présente des

avantages en termes de liberté et facilité : on commande et on règle sur internet, selon ses besoins. Lorsqu'on arrive, on prend ses produits chez les différents producteurs qui auront préparé les commandes centralisées par Elodie. Ensuite, les commandes et règlements se font sur le site www.laruchequiditoui.fr, où l'on trouve une grande variété de produits des producteurs locaux et bio de qualité : légumes, pain, viande et volaille, poisson, fromage, yaourts, vin, bière, confiture et miel, etc. de producteurs dans un rayon de 50 km autour de Mulhouse

Deux distributions

Illberg (proche station de Tram Illberg)
Toutes les semaines, les commandes se font du jeudi jusqu'au lundi, et les distributions le jeudi suivant entre 18h30 et 20h dans une salle située au 25, rue George Sand à Mulhouse.



Elodie à la Ruche Ile Napoléon, entourée par ses producteurs, dont Gilles Zwingelstein ci-contre, nous reviendrons sur les producteurs dans une prochaine édition.

Rue de l'Ile Napoléon (après le quartier Drouot)
La distribution se fait tous les 15 jours, le mardi de 18h30 à 19h30 au Domaine Nature, 145, rue de l'Ile Napoléon à Mulhouse. Les commandes peuvent être effectuées du lundi au samedi qui précèdent.

Béatrice Fauroux

● **Contact :** Elodie Engler-Gass
06 20 58 07 99 - elodie.engler.gass@gmail.com
www.laruchequiditoui.fr

A découvrir

La G'sundgo, petit fût deviendra grand

Gilles Zwingelstein, autre fois chimiste, brassait de la bière pour ses amis. Aujourd'hui totalement investi dans cette aventure, il professionnalise sa fabrication de bière bio à partir de houblons d'Alsace, destinée avant tout à l'événementiel (marchés, salons, fêtes). Il vend sa bière en bouteilles de 75 cl à la Ruche qui dit Oui de Mulhouse, et en fûts de 10 l ou 20 l aux associations par exemple. Son objectif aujourd'hui est de s'équiper pour doubler sa production, de 600 à 1200 litres par mois. Blonde, ambrée ou brune, mais aussi à la cerise, à la fleur de sureau ou au potiron : ses bières ne manquent pas d'imagination.

La G'sundgo sera à déguster au Salon des Vins d'Eschentzwiller du 24 au 26 octobre 2014

● Microbrasserie Artisanale G'sundgo
3 rue de Schlierbach à Eschentzwiller
06 52 42 65 56
<http://brasseriesundgo.com>

► L'Agence Automobile : ça roule pour la franchise mulhousienne

L'agence qui organise la vente d'automobiles d'occasion entre particuliers est en forte croissance. Christophe Winkelmuller, précurseur de ce nouveau service qu'il a créé à Mulhouse, prévoit une douzaine d'ouvertures de nouvelles franchises d'ici Noël.

Après Belfort et Nantes : Valenciennes, Lille, Reims, Orléans, Marne-la-Vallée, Sélestat et Saint-Louis ouvrent prochainement. L'Agence Automobile poursuit son développement en franchise à travers toute la France cet automne. « D'autres suivront encore avant Noël », indique le chef d'entreprise, ravi de ce développement, et qui accueille justement un nouveau franchisé en cours de formation. « Nous attachons beaucoup d'importance à la formation des franchisés, qui passent du temps chez nous et se familiarisent avec le travail, mais aussi avec l'esprit de l'entreprise ».

Une grande attention portée au choix des franchisés

Le premier critère pour être franchise de l'Agence Automobile est d'être passionné de voitures et ensuite d'avoir une vraie envie de se mettre à son compte. « En 2013, sur 1.000 demandes, nous avons reçu 300 dossiers qualifiés et il y a eu finalement 13 ouvertures par des personnes au profil très varié ». La formation consiste à aider le franchisé à assurer les meilleures conditions pour s'installer à son compte et vendre. Inspirer la confiance est le plus important : « Nous aidons le particulier à vendre, en lui évitant tout souci commercial ou juridique. C'est cela notre cœur de métier ». Le franchisé participe à des jeux de rôle pour bien saisir le discours à tenir et les différentes problématiques liées à la vente de voitures. L'Agence Automobile aide aussi le franchisé dans le choix de son statut juridique. Le droit d'entrée est de 15.000 euros

et les royalties de 3% de la marge brute. « En général, le droit d'entrée se rembourse en 6 mois, en plus de la rémunération du gérant. » Un local modeste de 50 m² environ suffit, puisque les voitures ne sont pas stockées sur place, elles sont présentées par le vendeur sur RDV. Les frais de communication partagés entre un grand nombre de franchisés permettent aussi de belles campagnes de publicité pour l'enseigne, sur TF1, AutoMoto ou l'Argus. Christophe anime régulièrement des réunions entre franchisés et prend le temps de les écouter.

Une entreprise qui roule vite

L'esprit est très proche de celui d'une start up, où les relations au sein de l'équipe sont plutôt informelles, le dialogue avec les franchisés permanent et les nouvelles idées mises en application rapidement. Comme cette nouvelle organisation de la vente sur tablettes, avec un objectif "zéro papier". « Le développement va au rythme des moyens financiers et humains dont nous disposons, soit en autofinancement. Tous les bénéfices de l'entreprise sont réinvestis ». Ici, pas de frais inutiles. En agrandissant les locaux du siège à Sausheim, Christophe a lui-même mis la main à la pâte pour créer un espace plus grand, avec salle de réunion, deux bureaux supplémentaires et un coin cafétéria. Et pour tout service communication, l'AA compte une graphiste à quart-temps. « Nous voulons rester une entreprise au staff léger et accessible », affirme ce dirigeant heureux, qui



Christophe Winkelmuller à gauche et son équipe

vient de signer un partenariat avec le 5^{ème} mandataire de France, Automobiles JM, qui envoie ses clients vendeurs de véhicules à l'Agence Automobile... qui va donc rouler de plus en plus vite.

Béatrice Fauroux

■ **Contact :** Agence Automobile
24 Route Départementale 201 à Sausheim
03 89 61 90 10
www.agenceauto.com



Examen d'un véhicule et prise de photos pour le site internet



Mathias Mariage, futur franchisé : « J'ai choisi l'Agence Automobile en raison de l'expérience des dirigeants. Ce sont des précurseurs, on a des garanties. Ils sont dynamiques et il y a une bonne ambiance au siège ».

L'Agence Automobile a réalisé 385.000 euros de CA en 2013, pour un effectif de 5 personnes

Elle occupe la 10^{ème} place en France pour la vente de véhicules d'occasion (4.000 ventes/an)

Elle vient de développer un accord de partenariat pour développer la franchise sur l'Allemagne, la Belgique et le Luxembourg

Engagement #1 : Emettre moins pour mieux avancer.

Audi Fleet Solutions vous propose plus de 60 modèles émettant moins de 130 grammes de CO₂, permettant de consommer jusqu'à 30 % de carburant en moins et de réduire au mieux la taxe sur votre véhicule de société.

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

Audi A4 Avant Business line 2.0 TDI ultra 136 ch BVM6, à partir de 542 € TTC/mois*.

ultra 100 g de CO ₂ /km sur cycle urbain	Efficiency 100 g de CO ₂ /km sur cycle urbain	Economie 4,912 kWh/100 km sur cycle urbain
--	---	---

Audi Fleet Solutions. We delight your business.**



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

LLD sur 36 mois et 90 000 km avec perse Financière, contrat de maintenance sur professionnels et véhicule de remplacement inclus. Offre valable du 01/09/2014 - 31/10/2014.

*Offre de Location Longue Durée sur 36 mois et 90 000 km pour une Audi A4 Avant Business line 2.0 TDI ultra 136 ch BVM6, 36 litres au 100 km TTC. Réservé à la clientèle professionnelle. Plus tous les distributeurs Audi participant à l'opération de financement, sous réserve d'approbation du dossier par Audi Bank division de Volkswagen Bank (SAIF) - SAIF de 2003 allemand - Capital social : 218,223,230 € Société de droit français - Siège social : 11 avenue de la Défense-Lane 95 700 Roissy en France - RCS Nanterre 451 916 904 - ORIAS 08 040 257 www.audi.fr. **Perse Financière obligatoire incluse dans les loyers, assurance contre le vol et la casse de l'assurance. Garantie de l'assurance de l'Agence de Contrôle Prudenciel (ACPR) - 61 rue Talbott 75 009 PARIS. ***Contrat de Maintenance lié aux financements réservés Professionnels obligatoires sur les véhicules professionnels Bank GCMH - SAIF de 2006 allemand - Capital social : 118 279 200 € - Succursale France - Bâtiment Ellipse - 15 avenue de la Défense-Lane 95 700 Roissy en France - RCS Nanterre 451 916 904 - ORIAS 08 040 257 France. ****Garantie Véhicule de Remplacement obligatoire incluse dans les loyers, sous réserve d'approbation de l'Agence de Contrôle Prudenciel (ACPR) - 61 rue Talbott 75 009 PARIS. *****Autres conditions de location de véhicules professionnels. Publiée diffusée par le concessionnaire en qualité d'intermédiaire de crédit, à titre non exclusif, d'Audi Bank division de Volkswagen Bank GmbH, Audi International Control Edge Professional, Vorsprung durch Technik - financé par la technologie.

Modèle présenté : Audi A4 Avant 2.0 TDI ultra 136 ch BVM6 avec option assistance direction (ABS et ESP) et air de 24/04/2014. Cycle de conduite présentée : 512 kWh/mois.

Cycle urbain/autoroute/mixte (l/100 km) : 4,9/3,5/4,2. Rejet de CO₂ mixte (g/km) : 109.

PASSION AUTOMOBILES

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

► Une nouvelle agence d'intérim à Mulhouse

Installée depuis deux mois à la rue du Nordfeld à Mulhouse, Menway Interim est gérée par un binôme, Hassane Marssid, le responsable, et son assistante Sophie Huard. Leur ambition : apporter un bol d'air frais dans le paysage banalisé des agences intérimaires.

Créée en 2002, Menway Interim possède 50 agences dans toute la France. L'agence intérim gère propose ses missions à une cible précise : de l'ouvrier spécialisé au cadre moyen. Il s'agit d'emplois généralistes, avec une spécialité dans les secteurs de la grande distribution et de l'agro-alimentaire. Le transport et la logistique font également partie de ses secteurs d'offres.

Le recrutement constructif

« Nous sommes une équipe jeune et dynamique en phase avec le marché et les attentes de nos clients et de nos intérimaires », déclare Hassane Marssid. En effet, Menway Interim étudie précisément l'attente de ses clients afin de bien sélectionner ses intérimaires « dont nous avons la responsabilité, sans être à leurs côtés », explique le responsable qui n'hésite pas à proposer des formations lorsque cela est nécessaire. Objectif : le recrutement constructif, autrement dit, accompagner au mieux le personnel temporaire dans sa carrière professionnelle et lui faire bénéficier d'une opportunité d'embauche.

Aujourd'hui, Menway Interim Mulhouse a pour ambition de proposer une qualité de prestation

supérieure à celle de leurs concurrents « en mettant l'humain au cœur du processus de recrutement », selon Hassane Marssid. Pour cela, l'agence intérim fait passer des tests de comportement qui indiquent dans quel état d'esprit se trouve le candidat intérimaire. Le responsable est bien conscient que ce n'est pas cela qui déterminera la motivation, mais « cette méthode permet de mieux saisir la personnalité et les compétences de chaque intérimaire afin d'optimiser les réussites de placement en entreprises ». C'est aussi la politique maison que veut insuffler le groupe Menway à travers la France.

Véritable renfort en ressources humaines, Menway Interim accompagne également les entreprises dans la professionnalisation de leur processus de recrutement.

Menway Intérim se développe

« L'objectif est aujourd'hui de développer notre agence en mettant en place de nouveaux partenariats avec les entreprises et en doublant notre effectif. Pour cela, nous devons avoir une démarche de qualité en leur proposant le meilleur personnel



Sophie Huard et Hassane Marssid

possible », précise Hassane Marssid. La mission du responsable est claire : placer du personnel temporaire en entreprise grâce à la mise en ligne d'annonce (sur leur page Facebook et des sites tels que Monster, pour environ 1000 euros l'annonce), la rencontre de nouveaux inscrits, la veille sur le net. D'autre part, il effectue un démarchage commercial auprès de prospects pour conclure de nouveaux partenariats.

L'agence compte aujourd'hui de grandes enseignes dans son portefeuille, client tels que Vallfleur, Super U, Leclerc, Rhodia et Schenker-Joyau.

■ **Contact :** Menway Interim
80 rue du Nordfeld à Mulhouse
03 89 36 14 40
www.menway-interim.fr

► Integra Langues, le couteau suisse des cours de langues

Créée en septembre 2001 par Patricia Mary et 4 associés, Integra Langues a été rachetée fin 2011 par le groupe Nova Performance. Délégation de service public auprès de la CCI de Mulhouse, ses cours de langues sont limités à la circonscription de Mulhouse.

Grâce à une équipe soudée composée de 26 salariés, dont deux commerciaux, deux chargés de suivi client et deux professeurs de langues, Anne Burgard et Laura Morell, conseillères en formation, s'occupent de la gestion de l'activité. La fidélisation de la clientèle et la prospection commerciale sont le socle de base de leur mission au sein d'Integra Langues.

Des cours de langues 100% sur mesure pour pro et particuliers

Integra Langues possède une nombreuse clientèle de professionnels (entreprises, institutions) ainsi que des particuliers issus notamment de leur partenariat avec la Région Alsace pour les demandeurs d'emplois. « Nous suivons un portefeuille de clients anciens et récurrents en leur proposant un projet 100% sur mesure dont le point de départ est le test de niveau », déclarent-elles.

Un logiciel de suivi clientèle performant

La gestion de l'offre et de la demande a été simplifiée grâce au fonctionnement par compte client et non plus par langues, ce qui confère un caractère plus personnel à chaque entreprise.

Anne Burgard explique : « Désormais, nous travaillons avec un logiciel de suivi spécifique

aux organismes de formation prénommé Gessica Sc Form. Cette méthode est parfaitement adaptée aux organismes de formation, puisqu'il affecte un compte client à chacune de nos entreprises. Cela nous permet de faire de la prospection commerciale mais aussi de gérer les cours de langues intra et inter-entreprises. Concrètement, le logiciel garantit un suivi dans le temps du type de cours de langues sélectionnés, ce qui nous permet d'être plus rapides et efficaces pour élaborer un nouveau projet avec eux ».

Integra Langues propose des cours individuels ou collectifs (groupe de 5 à 9) via Skype, téléphone, session en entreprise ou au sein de ses locaux. La qualité des formateurs provient de leurs compétences linguistiques dans un domaine particulier, comme le textile, le management ou l'aéronautique. La durée d'un cours s'échelonne de 2 heures à 200 heures. Cependant, la moyenne se situe entre 40 heures et 80 heures.

« En plus des 40 langues que nous proposons, nous sommes centre d'examen pour le TOEIC et le TFI : l'examen de français pour les demandes de naturalisation. Ainsi que centre de session public pour le diplôme du Goethe du niveau A1 au C1 », précise Laura Morell.

Bien qu'il y ait eu une uniformisation via le rachat du groupe Nova Performance, Integra Langues



a su garder son identité, tout en proposant de nouvelles méthodes d'apprentissage.

Des cours de langues de qualité toujours à la pointe de la technologie

En plus des 40 langues proposées, Integra Langues travaille activement à l'optimisation de ses logiciels de formation tel que LMS (Learning Management System). Une équipe de formateurs est d'ailleurs en phase de test dans une entreprise de sécurité. Ce logiciel doit permettre d'apprendre une langue en totale immersion dans un secteur d'activité donné.

Integra Langues se place également dans un parcours de qualité via l'audit annuel de ses formateurs-coordonateurs, garants de la prestation du centre de langues. L'organisme est en cours de certification ISO 29 990. La délégation de service public auprès de la CCI de Mulhouse deviendrait alors l'un des premiers centres de langues à être certifié en France.

■ **Contact :** Integra Langues
15 rue des Frères Lumières, Mulhouse
03 89 33 35 28
www.novaperformance.com/metiers/integra-langues/

POUR VOUS ACCOMPAGNER DANS VOTRE EVOLUTION PROFESSIONNELLE

Découvrez votre Nouveau Catalogue Formation 2014-2015 !

Une offre de plus de 300 stages dans près de 30 domaines de compétences, pour répondre aux besoins d'évolution de vos salariés, en conservant nos valeurs fondamentales :

- Une réponse de **proximité** complète,
- Une capacité à élaborer, pour vous et vos collaborateurs, **des solutions adaptées**,
- Un éventail de stages et parcours permettant aux **TPE, PME-PMI, l'accès à la formation**, dans vos locaux (sur-mesure), ou au GIFOP-CAHR Formation,
- Une **Equipe professionnelle** à votre écoute pour vous conseiller,
- Des **Intervenants expérimentés**,

→ Pour vous assurer une parfaite qualité de service et relever vos défis formation !

Consultez notre site internet ou contactez nos conseillers par mail

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

GIFOP CAHR Formation
CCI SAS ALSACE MULHOUSE

Jardin d'Intérieur

Végétalisation d'espaces professionnels

Murs & tableaux végétaux
Plantes - Conteneurs
Création - Location - Entretien

4 rue de Pologne - Rixheim
03 89 43 80 42
www.jardin-dinterieur.com

Dossier Reprise d'entreprise : oser le nouveau départ

Pour les cédants comme pour les repreneurs, c'est une aventure nouvelle qui commence. Mais une cession d'entreprise se prépare en amont de la cession, pour les deux parties. Et le parcours d'acquisition ou de cession est complexe. Ce dossier pour exposer trois points de vue complémentaires sur la question.

Textes et photos : Béatrice Fauroux

► Construire un bon dossier

La CCI de Mulhouse accompagne environ 40 cédants ou acquéreurs par an, du premier contact au suivi de l'entreprise après cession. Cet accompagnement s'adresse aux entreprises de 0 à 20 salariés, pour qui la CCI facilite la transmission.

Stéphane Diebold, Conseiller cession / transmission d'entreprises à la CCI, prend ainsi en charge cédants et repreneurs : « Nous les contactons directement, ou ils viennent à nous. Le premier contact vise à défricher le projet, et à orienter la personne vers les contacts utiles. Environ un quart des projets est intégralement suivi par nos soins ».

Le cédant : se poser les bonnes questions dès l'âge de 55 ans

Mon entreprise est-elle cessible, comment trouver un repreneur, quelle fiscalité s'applique à l'opération ? Il faut sensibiliser le chef d'entreprise le plus tôt possible. Il se voit ensuite proposer un « diagnostic de transmissibilité » : soit une synthèse des points forts et points faibles de l'entreprise et d'éventuelles préconisations en vue de la cession. Quel est le poids des 10 premiers clients ? La transmission du savoir-faire technique est-elle organisée au sein de l'entreprise ? Un dossier de présentation de l'entreprise est ensuite produit pour être présenté à un repreneur. « Nous faisons aussi de la mise en

relation », précise Stéphane Diebold, qui adapte le type de recherche à la confidentialité du projet.

Qu'est-ce que le repreneur achète ?

Bien entendu, le conseil s'adresse aussi au repreneur, que le service conseille, dès la naissance du projet. C'est le cas notamment de repreneurs qui disposent d'un capital et sont en reconversion professionnelle. Au-delà, le conseil vise à diagnostiquer ce que le repreneur achète : un savoir-faire, des équipements, un potentiel humain, permettant de construire un business plan.

Un conseil objectif

En tant qu'organisme représentant toutes les entreprises, la CCI oriente les cédants ou repreneurs vers les contacts professionnels de la place, en toute objectivité. « Notre but est de faciliter les contacts et la transmission aux petites structures, et de les suivre ensuite après la transmission. L'objectif premier : la pérennité des entreprises sur notre territoire », conclut Stéphane Diebold.



À retenir :

Le site www.opportunitet.net présente plus de 780 annonces de cession et reprise d'entreprises en Alsace, Lorraine et au Luxembourg. Le site propose également l'actualité de la cession/reprise ainsi que des fiches conseil.

1 mise en relation sur 2 se fait sans intermédiaire, de gré à gré, de patron à salarié ou en famille.

1 entreprise sur 2 n'est pas cessible, en raison d'une activité très liée à son dirigeant (intuitu personae), ou à cause d'une impossibilité à trouver un prix d'opération finançable.

■ Contact : Stéphane Diebold
Chambre de Commerce et d'Industrie Sud
Alsace Mulhouse
8 rue du 17 Novembre à Mulhouse
Tél. 03 389 667 199 - Fax 03 389 667 809
s.diebold@mulhouse.cci.fr
www.mulhouse.cci.fr
facebook.com/Opportunitet.Cession.Reprise



Témoignages

► Le Relais des Vignes, nouveau départ

Le magasin, créé voici plus de 30 ans à Kingersheim, vient d'être repris par deux salariés : Daniel Kastler, qui a 19 ans de maison et Nicolas Widgowski, qui a 27 ans totalise déjà 10 ans de vente chez plusieurs cavistes. Depuis le 1^{er} août, ils sont les nouveaux gérants du magasin dont ils réorganisent peu à peu les rayons.

Désireux de voler de leurs propres ailes, les deux repreneurs aux compétences complémentaires sont ravis de démarrer cette nouvelle aventure ensemble, même si le travail est énorme pour le moment. « Nous avons repris une entreprise saine, avec des fournisseurs fidèles et un bon réseau relationnel », explique Daniel qui est comme chez lui au Relais des Vignes. Nicolas, qui apporte la jeunesse et un savoir-faire en matière informatique notamment, explique qu'il est content de co-diriger « une entreprise qui a un vrai potentiel, car elle fonctionnait déjà bien sans l'informatique ni le web ».

Un accompagnement « désintéressé » par la CCI

Le magasin présente son grand choix de toutes les boissons imaginables, bières, sirops,

liqueurs, whiskies, apéritifs, et bien sûr un grand choix de vins. Passionnés, les deux repreneurs évoluent dans un domaine qu'ils connaissent bien mais ont préféré être conseillés : « Nous avons été accompagnés par la CCI, ce qui nous a ouvert les yeux sur l'entreprise, et sur des aspects qu'on ne voyait pas en tant que salariés. Nous avons aussi appris à situer l'entreprise parmi d'autres, car le conseiller de la CCI (M. Diebold, ndr) voit d'autres entreprises. Surtout, nous avons apprécié le conseil objectif et désintéressé ».

Les deux repreneurs associés à 50-50 ont dû contracter des emprunts et la CCI leur a facilité le contact avec les banques, ainsi que l'accès à un prêt d'honneur. Le Relais des Vignes fera l'objet d'un suivi pendant 2 ans.



Daniel Kastler et Nicolas Widgowski

■ Contact : Le Relais des Vignes
40 rue de Guebwiller à Kingersheim
03 89 50 04 44

► Reprise familiale chez Meubles Brayé

Philippe Weiss a repris en février dernier le magasin de meubles et installateur de cuisines Brayé à Dannemarie, après qu'il ait suivi la formation de l'Ecole des Managers (voir ci-contre). Sous sa houlette, de nombreux changements ont déjà été opérés.

Actif dans le point de vente familial en tant que commercial du secteur cuisines, Philippe avait déjà 10 ans de maison lorsque la question de la reprise s'est posée. « Ma mère devait prendre sa retraite et je n'avais pas un bagage suffisant pour reprendre l'entreprise ». Il a alors suivi un cursus complet de l'EdM, et c'est toute sa vision de l'entreprise qui a changé : « Au départ, je n'avais pas de vision globale de l'entreprise, l'EdM m'a vraiment alerté sur de nombreux points à revoir, et m'a orienté vers les pistes d'amélioration. Et ce qui est très précieux aussi, c'est de pouvoir comparer nos expériences entre repreneurs ». Avec une belle énergie, le jeune chef d'entreprise (toujours épaulé par sa mère) a mis en place la stratégie conçue à l'EdM : en 6 mois, il a ouvert un magasin de cuisines à Waldighoffen, réorganisé la comptabilité, revu l'identité de

l'entreprise (logo et visuels), intégré une nouvelle marque de literie et étoffé l'équipe.

Une formation complète et approfondie

« Sans l'EdM, je ne sais pas ce que j'aurais fait, cette formation m'a apporté une vision globale de l'entreprise et des idées concrètes pour avancer. Sans une vision stratégique, on peut rien faire ». Notamment, l'audit de l'entreprise a fait apparaître qu'il fallait reprendre toute la gestion à zéro et qu'il fallait suivre de près la trésorerie. « Cela a nécessité un changement de personnel et des habitudes. Mais c'était nécessaire. A l'EdM, on apprend à optimiser l'activité sur tous les plans. C'est un vrai booster de l'entreprise, je conseille cette formation à tous les repreneurs ! ».



Philippe Weiss

■ Contact : Meubles Brayé
21 rue de Bâle à Dannemarie
03 89 25 09 96

Ecole des Managers Alsace

Formation au métier de Chef d'entreprise

Une formation-action originale

L'Ecole des Managers a pour objectif de proposer aux repreneurs une formation innovante, pragmatique et adaptée au contexte spécifique de la transmission. Cette formation-action permet aux participants, qui ont pour sujet d'étude leur propre entreprise, d'acquies les compétences nécessaires au métier de chef d'entreprise et de développer une vision globale de leur environnement.

Trois phases pour réussir

- 1 - Acquies : Maîtriser les outils du dirigeant
- 2 - Comprendre : Analyser sa propre entreprise en réalisant un auto-diagnostic
- 3 - Agir : Construire son projet stratégique de reprise et développement

Du diagnostic à la mise en œuvre

Après avoir acquis des connaissances fondamentales notamment en gestion financière et en marketing, mais aussi en action commerciale, management, communication, en aspects juridiques ou encore en gestion du personnel, chaque participant réalise l'audit de son entreprise. Il est alors amené à identifier les forces et les faiblesses, ainsi que les opportunités et les risques, afin de mettre en œuvre un plan d'action individualisé.

Un parcours en alternance validé par un diplôme d'état

Depuis avril 2009, l'Ecole Des Managers délivre un diplôme de niveau II (Bac +3/4) sous l'intitulé « Chef d'entreprise développeur de PME », enregistré au RNCP.

Le cursus se déroule en 57 journées à raison de 3 jours par mois sur 16 mois.

La 10^{ème} promotion débutera le 23 septembre 2014.

Coordonnées

Ecole des Managers Alsace
15 rue des Frères Lumière, Mulhouse
03 89 33 35 45
edm-alsace@newel.net
www.reseau-edm.com

► Librairie 47° Nord, une librairie qui invite au voyage

Installée dans la maison Engelmann, la librairie 47° Nord est dans son élément et correspond à l'atmosphère particulière du passage. Ouverte en 2012 par Frédéric Versolato, passionné de littérature, elle propose aux Mulhousiens une ouverture sur le monde. Rencontre.



Frédéric Versolato

Frédéric Versolato est fort de son expérience au sein de l'enseigne Fnac, qu'il a intégrée très jeune comme vendeur spécialisé en livres de science-fiction. Il fut plus tard directeur et responsable des Belfort, Mulhouse et Bâle. Voici deux ans, il concrétise son rêve : ouvrir sa propre librairie, où les rayons jeunesse, romans, cuisine et voyage sont prépondérants.

Un libraire qui invite au voyage

« Le libraire est un passeur d'envies et d'idées, un capteur de l'air du temps, connecté sur l'époque, dont la vitrine reflète l'actualité. Le libraire est de toute façon un passionné, un curieux, qui aime partager son amour des livres », peut-on lire sur le site internet de la librairie. « J'ai choisi de mettre une verrière qui emmène volontiers les gens d'ici au voyage » décrit Frédéric Versolato, passionné de lecture depuis son plus jeune âge, et qui s'est entouré d'une équipe de trois collaborateurs enthousiastes : Marie Simon, Bruno Fontaine et Blandine Ferré.

Pour lui, la lecture transporte son lecteur de fil en aiguille et l'isole dans une bulle où le temps s'arrête. Plus que du rêve, la lecture apporte un savoir qui en appelle un autre, dans une chaîne infinie de livres.

La librairie 47° Nord à l'air 2.0

Pour se procurer des livres ailleurs qu'à la librairie, il suffit d'aller sur le site internet de 47° Nord ou sur un site affilié, leslibraires.fr et passer commande. Bon nombre d'ouvrages ont également été numérisés afin de répondre à la tendance de la lecture sur tablettes.

La loi encadrant la vente à distance de livres a également contribué à stabiliser le marché de la librairie et rééquilibrer la concurrence entre purs players et libraires. La livraison à domicile via Amazon coûte désormais plus cher que le retrait auprès d'un libraire qui bénéficie d'un prix éditeur (réduction jusqu'à 5%). Cette loi vise à favoriser et consolider le marché de la librairie face à l'attractivité du web.

Bien que le contexte ne joue pas en faveur des librairies indépendantes, elles ont des atouts de taille qui ont su préserver leur clientèle. En effet, la proximité client et l'humanité qui règne au sein de librairie 47° Nord est loin des univers de la grande distribution. La librairie communique régulièrement par mail avec ses clients et propose de nombreuses rencontres et événements pour grands et petits. La disponibilité de Frédéric Versolato pour sa clientèle est évidente et naturelle lorsqu'on a, comme lui, créé la librairie de ses rêves.

Ses coups de cœur littéraires de la rentrée :

- "Hérétiques" de Leonardo Padura
- "Toute la terre qui nous possède" de Rick Bass
- "Le dernier gardien d'Ellis Island" de Gaëlle Josse

Sarah Meliani

■ **Contact :** Librairie 47° Nord
Maison Engelmann, rue de la Moselle, Mulhouse
03 89 36 80 00
www.47degresnord.com

Recevoir l'actualité de la librairie :
librairie@47degresnord.com

► Les Vitrines de Mulhouse, le promoteur du commerce mulhousien

Créée en 2005, l'association fait partie du dispositif national Vitrines de France. Et contrairement aux idées reçues, elle ne s'adresse pas uniquement aux commerces du centre-ville mais également à la périphérie. Forte de ses actions promotionnelles en faveur des commerçants de Mulhouse, l'association a également été témoin d'un été agité à travers l'évolution des commerces de la ville (Ikéa, Tati, Globe...). Entretien avec Sophie Julien, animatrice commerciale.



Sophie Julien

Outre les commerces du centre-ville, les Vitrines de Mulhouse compte parmi ses adhérents le PrixBas de Bourtzwiller, le Cora et le Décathlon de Dornach ainsi que quelques commerces du Trident pour ne citer qu'eux. Elle totalise aujourd'hui 220 adhérents et un bureau composé de 12 membres. Après Yves Stoffelbach, directeur de l'ancien Globe Mulhouse, Hervé Barthelmebs, patron du LC2 Café à la rue Henriette, a été élu le 8 septembre par les 12 membres du bureau.

Les Vitrines de Mulhouse au cœur de l'action commerciale

« Nous œuvrons activement en matière de marketing et de communication en faveur de nos adhérents via nos chèques cadeaux qui sont l'axe majeur de développement de notre association. Le site internet propose également un annuaire des commerçants. Ces derniers ont d'ailleurs la possibilité de nous envoyer leurs bonnes affaires afin que nous les publions en ligne sans frais aucun », explique Sophie Julien. L'association a d'ailleurs vendu 1,3 millions d'euros de chèques-cadeaux l'année dernière.

Les Vitrines de Mulhouse organise également des événements tout au long de l'année tels que les vendanges au mois de septembre et le défilé Mulhouse Cité Mode qui est devenu un événement incontournable de la ville de Mulhouse. Pour ce faire, l'association travaille « avec toutes les ressources de Mulhouse. C'est une manière de mettre les qualités de nos adhérents en avant. La décoration et la scénographie de Mulhouse Cité Mode est d'ailleurs faite par le magasin Fiesta Mulhouse », précise l'animatrice commerciale.

Pour perdurer de telles actions, l'association bénéficie également d'un partenariat du Crédit Mutuel. Ainsi que, des subventions de la part de la CCI et de la Ville de Mulhouse avec qui elle entretient une relation étroite avec Nathalie Motte, l'adjointe au Maire à l'attractivité commerciale.

Un été commerçant agité à Mulhouse

L'association a fait face à un été agité avec la fermeture du Globe (voir date) et d'Atlas et l'ouverture de Littera au sous-sol de l'espace Réunion. Sans compter l'implantation des enseignes Max Mara à la Cour des maréchaux, de Tati au Kaligone et de l'arrivée d'Ikéo à Morschwiller-le-Bas.

Selon Sophie Julien, « l'arrivée d'Ikéo est positive, car un tel complexe draine toujours du monde. L'enseigne devait s'implanter soit à Belfort soit à

Mulhouse et nous préférons clairement qu'Ikéo vienne s'installer chez nous. Nous espérons désormais que ses clients viennent faire aussi un tour au centre-ville afin de raviver le commerce de nos rues piétonnes ».

Véritable porte-parole des commerçants auprès de la municipalité, les Vitrines constitue un relais essentiel sur les problématiques que les commerçants peuvent rencontrer. La taxe CFE a d'ailleurs fait de nombreux mécontents et a engendré la création d'un groupe facebook appelé les pigeons de Mulhouse. Les personnes inscrites peuvent y exprimer leur mécontentement de façon spontanée. Groupe sur lequel les Vitrines de Mulhouse garde un œil afin de se tenir au courant des opinions des commerçants de Mulhouse sans toutefois y être actif.

Ainsi, l'association entretient une relation proche de ses adhérents et des commerces en général afin d'anticiper les demandes et actions concrètes à mettre en place pour continuer à promouvoir le commerce mulhousien.

Sarah Meliani

■ **Contact :** Les Vitrines de Mulhouse
12 rue du 17 Novembre à Mulhouse
03 89 66 24 79
www.vitrinesdemulhouse.com

Événement à ne pas manquer

- 27 septembre : Le **marché automnal** sur la Place de la Réunion à Mulhouse avec un groupe folklorique et distribution de raijin sous présentation d'un coupon reçu auprès d'un commerçant adhérent suite à un achat.
- 18 octobre : **Mulhouse Cité Mode**, le défilé spectacle de la mode mulhousienne de l'enfant au senior. Rendez-vous au Palais des Sports de Mulhouse. Entrée 7 euros.

Ouvertures récentes...

- Strato, restauration rapide italienne à la Porte Jeune
- Mompop, univers jeune maman, accessoires de puériculture, jouets dans la rue des Fleurs
- Ouverture d'un nouvel espace papeterie à la Fnac

A venir...

- Arrivée de Babou, Chaussea, La Grande Récéré et Fitness Park au centre commercial de la Porte Jeune

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



► Transports Portmann, le transporteur alsacien qui rayonne à l'international

Créée en 1946 par son grand-père qui transportait du lait, Jean-Luc Portmann est aujourd'hui à la tête de plus de 600 personnes. L'entreprise a connu un véritable essor dans les années 60 grâce aux colorants chimiques à transporter sur Marseille en direction d'une grande partie de la Méditerranée.

« Nous transportons tout type de marchandises, dites classiques ou non », déclare le directeur général. Avec un chiffre d'affaires de 131 millions d'euros, le groupe Portmann possède, en plus du siège à Sausheim, deux entités en Pologne et au Luxembourg.

Transports Portmann, une mobilité à toute épreuve

En plus des marchandises classiques qui comprennent les matières dangereuses et les déchets, l'entreprise transporte également de l'alimentaire en température dirigée à plus ou moins 25 degrés.

Transports Portmann fait également appel à des tractionnaires (artisans transporteurs) afin de tracter leurs remorques ou vend directement des lots à différents transporteurs via un système de bourse de fret sur internet. A l'origine organisée sur un lieu commun aux transporteurs, les bourses de fret sont arrivées sur le Minitel avant de passer à l'ère 2.0. Transports Portmann délègue ainsi 50% de son activité à la sous-traitance, ce qui lui permet de réguler ses flux lorsque la demande est trop conséquente.

Clients locaux, Ikea, ArcelorMittal et Mars Group font partie entre autres de leur portefeuille clients. Grâce à une offre multimodale, des remorques Portmann sont expédiées de Nancy jusqu'à Marseille via la voie ferroviaire. Une mobilité à toute épreuve facilitée par les 450

véhicules moteurs et les 700 remorques dont dispose l'entreprise.

Portmann, organisateur de flux

« Nous possédons une offre de stockage de 50.000 m² répartie sur différents sites en France. Grâce à notre logistique dédiée, l'entreprise peut intervenir directement chez le client. Notre société propose également une solution globale qui combine logistique, gestion et optimisation des flux, c'est pourquoi nous nous nommons 'organisateur de flux' depuis le début de cette activité en 2005/2006. », précise le Président Directeur Général, Jean-Luc Portmann.

L'espace de stockage accueille par exemple les marchandises d'un papeter des Vosges qui externalise son stock afin de ne pas engorger son site d'activité trop étroit. Ce stock avancé est destiné au marché allemand et transporté par Portmann en temps voulu.

Le transport made in France a encore de beaux jours devant lui, puisque le cabotage (possibilité pour un transporteur européen de livrer sur deux villes d'un Etat membre dans lequel il n'est pas établi) est réglementé à 3 voyages par semaine.

Aujourd'hui, Transports Portmann intègre une démarche de qualité totale via le suivi des commandes. Le directeur se réjouit de l'arrivée d'Ikea à Morschwiller-le-Bas, pour qui il livre 3 à 4 camions par jour 6 jours sur 7. Toujours dans l'anticipation, Transports Portmann est en essai



Jean-Luc Portmann

de véhicules GNV (Gaz Naturel Vert) pour être en phase avec les nouvelles normes écologiques à venir sur les véhicules de transports de marchandises.

Sarah Meliani

■ **Contact :** Transports Portmann
3 avenue Konrad Adenauer à Sausheim
03 89 61 70 62
www.transports-portmann.com

Mercedes-Benz Business Solutions.

Avec la Nouvelle Mercedes Classe C Business, vous allez regretter de ne pas habiter plus loin du bureau.



	A partir de 103 g/km de CO₂* et 4,0 l/100 km*	Grâce aux motorisations BlueTEC et au Stop/Start ECO de série
	Business et Business Executive	Lignes d'équipements 100 % dédiées aux sociétés avec système de navigation Garmin MAP PILOT® de série
	A partir de 37 250 €^{TEC**}	<ul style="list-style-type: none"> • Détecteur de somnolence : ATTENTION ASSIST • Avertisseur de risque de collision : COLLISION PREVENTION ASSIST • Connexion Bluetooth® • Peinture métallisée • Caméra de recul

Mercedes-Benz

PAUL KROELY
AUTOMOBILES

MULHOUSE / ILLZACH
228, avenue de Fribourg - 03 89 61 89 61

*Pour une Nouvelle Mercedes Classe C 220 BlueTEC Business BM6. **Prix Client TTC clés en main conseillé au 03/02/2014 de la Nouvelle Mercedes Classe C 180 CDI BM6 Business. Modèle présenté : Nouvelle Mercedes Classe C 180 BM6 Business Executive équipée du toit ouvrant panoramique en option - 44 200 €^{TTC}.
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.

TEDxAlsace 2014 : le désapprentissage

Samedi 27 septembre 2014 de 14h à 20h au Théâtre de la Sinne



Organisée sous licence de la fondation TEDx, cette manifestation verra se succéder 14 conférenciers passionnés qui partageront, à travers des interventions de 18 minutes chacune, leur expérience du désapprentissage.

■ Achat des billets sur www.tedxalsace.com

Un nouveau Subway au Trident

Un nouveau Subway s'est installé au Trident, à côté de Darty. L'idée est bien sûr d'anticiper l'arrivée d'Ikéa à proximité du rond-point de Morschwiller-le-Bas, et de proposer une sandwicherie complémentaire de l'offre en restauration du secteur Trident.

■ Ouvert 7 jour sur 7 de 8h à 22h



S'MOUSS® V2 s'expose à la Maison de l'entrepreneur

Support en mousse pour tablette tactile (pas encore commercialisé), la nouvelle version du S'MOUSS® s'expose depuis le 9 septembre et pour deux mois dans les locaux de la Maison de l'entrepreneur, le lieu ouvert à toutes les innovations.

Ce produit alsacien imaginé il y a deux ans par l'entreprise Cellutec (Burnhaupt-le-Haut) est un support en mousse pour tablette tactile, lavable, étanche, ultra-léger, résistant et multi-positions.

■ Exposition S'MOUSS® - Septembre/Octobre 2014 à la Maison de l'Entrepreneur
11 rue du 17 novembre à Mulhouse
03 89 36 54 80 - www.maison-entrepreneur.fr



1mile crée du lien de proximité

1mile est un site web fondé sur l'idée que le monde est trop régi par l'argent et les rapports de force, et qu'il faut y retrouver des valeurs simples : le don, le partage, les échanges qui ont du sens : il faut recréer de la valeur sociale. 1mile permet d'offrir ou de prêter un service, un produit, ou au contraire d'en demander près de chez soi. Lauréat du concours Lépine, ce site créé par Stéphane Saidani veut aller plus loin, en concentrant des dons vers des projets associatifs ou en permettant à des entreprises et commerces d'offrir ou collecter des "smiles".

■ En savoir plus : www.1mile.com



Scoutisme et Entreprise : des valeurs communes ?

Vendredi 3 octobre à 18h30, Salle d'honneur de la SIM

Soirée-débat avec la participation de Jean-Marie Bockel, Sénateur et Président m2A, Rémi Lesage, Président du Groupe Lesage, Fabienne Turlot, Directrice des Ressources Humaines, Christophe Pierrel, membre du CA des Scouts et Guides de France, et animée par Béatrice Fauroux, rédactrice en chef du Périoscope.

Retrouvez les témoignages d'anciens scouts comme Tristan Lecomte, fondateur d'Alter Eco, Etienne Leenhardt, directeur adjoint de l'information de France 2, ou encore Steven Spielberg, réalisateur, sur www.scoutinjour.fr

■ Inscription : sgdf.secretariat68@gmail.com ou 03 89 60 63 06



Pour publier votre annonce dans

www.le-periscope.info

Le Périoscope

MULHOUSE & ENVIRONS

Le journal des entreprises locales



contactez Eric Marcino

06 22 30 39 17

leperiscope.mulhouse@gmail.com

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

Le Périoscope

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 - bfauroux@agence-mulhouse-presse.fr

Textes et photos : Béatrice Fauroux, Sarah Maria Mellani (sauf mention contraire)

Web journal et Apérioscope : 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

Agence spécialisée
en rédaction multimédia
pour les entreprises
et institutions

Crédit Mutuel
ESPACE ENTREPRISES

Centre d'affaires le Rhénan
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