



ÉDITION
MULHOUSE SUD ALSACE

GS GROUP
TO BE SECURE

Sécurisons
votre avenir

Le Périscopie

Le média des entreprises locales le-periscope.info

EDITO

Le textile : plus dynamique que jamais !

L'Alsace a longtemps été le berceau du textile et a vu naître les premières manufactures royales au milieu du 18^{ème} siècle. Cet héritage est aujourd'hui largement transmis et honoré dans le Sud Alsace par l'émergence d'entreprises aux technologies de pointe, de labels, de pôles de formation, de cursus diplômants et autres dispositifs de soutien à l'innovation. La relève est belle et bien là. De nouvelles histoires s'écrivent : des entrepreneurs affichent fièrement leur réussite dans le textile tout en veillant au respect de la qualité de la fibre. Ils racontent tous leurs parcours dans notre dossier spécial « textile ».

Mais le Périscopie vous réserve d'autres lectures estivales et fleuries !

Un bouquet de fleurs et de souvenirs vous est tout d'abord offert par deux photographes qui ne manquent pas d'idées pour vos événements.

Vous trouverez également des fleurs dans les confiseries artisanales de « Fleurs de chocolat », dans le « Fine Fleur Mag », nouveau média made in Alsace dédié à l'art floral, la décoration et l'art de vivre, dans « Les Vins de ma Cave » pour des dégustations privilégiées, avec Metamorphose, courtier spécialisé en travaux et enfin aux côtés d'Aurélia Fourny, une paysagiste et gardienne des souvenirs pas comme les autres.

Les histoires s'écrivent aussi en famille. Avec Daer, spécialiste de l'ouverture / fermeture automatique pour les professionnels, Poupette Cakaouette, éco-boutique dédiée à l'enfance, avec le Floridor orchestré en famille depuis presque 100 ans, et enfin Paolina qui a rejoint la grande famille des instituts de beauté mulhousiens.

Mélanie Munch

Dossier : Textile

Pour beaucoup, le textile se limite à l'habillement... Or, le textile est une filière extrêmement longue qui regroupe et développe de nombreux savoir-faire. Des savoir-faire insoupçonnés, même. Une filière qui ne cesse de se réinventer. À travers ce dossier, découvrez une infime partie de ces industries textiles qui œuvrent sur notre territoire, du confectionneur à la start-up, en passant par le numérique, sans oublier la formation dédiée ou encore ces indépendants qui développent leur propre marque.

Schaeffer Productique, plus de trente ans de numérique au service des entreprises textiles

Il est l'allié du développement des entreprises textiles. Schaeffer Productique réalise des logiciels de gestion de plus en plus pointus à destination des professionnels du secteur. Un secteur dans lequel la donnée de qualité aura un rôle essentiel à jouer.

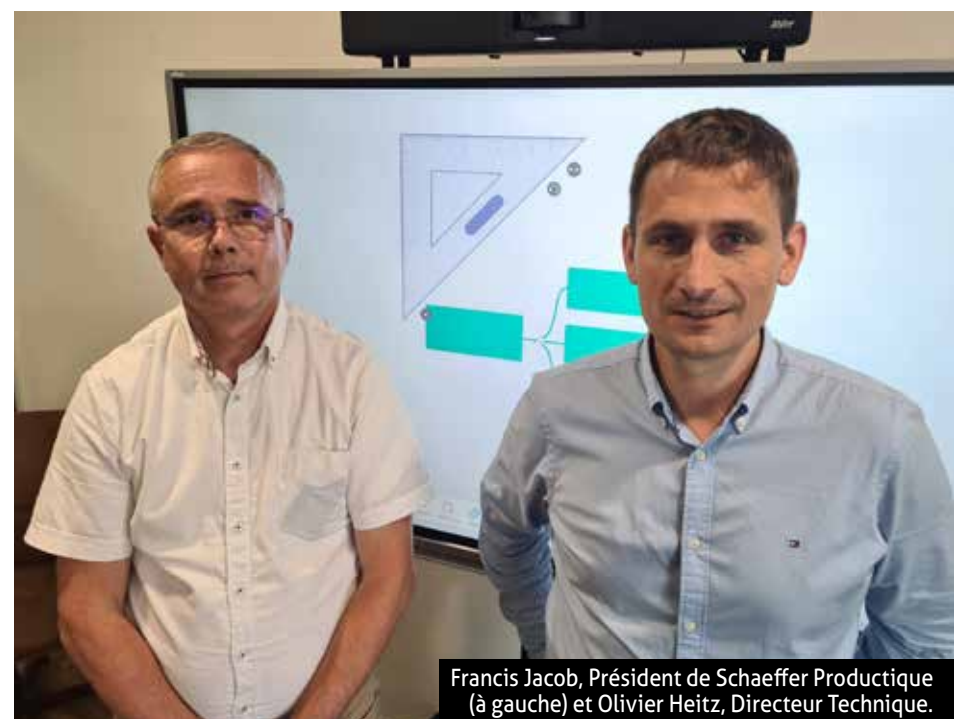
Né en 1800, le groupe Schaeffer était initialement réputé dans la production textile. En parallèle de son développement se démocratise l'outil informatique. Le groupe prend le virage numérique et développe des logiciels de gestion à destination du textile. C'est ainsi que naît dix ans plus tard Schaeffer Productique, filiale du groupe Schaeffer. Un groupe qui connaît une nouvelle restructuration dans les années 2000. « Plusieurs cadres de la société décident de reprendre cette filiale. » Un nouveau chapitre s'ouvre alors pour cet éditeur de logiciels de gestion. La société s'agrandit avec la création de filiales technologiques à Lille et à Lyon. En 2014, Francis Jacob reprend les rennes de Schaeffer Productique, au départ en retraite de son ancien président. Arrivé au sein du groupe à sa naissance, le nouveau dirigeant a vécu toute l'aventure.

Des solutions adaptées à n'importe quel métier du textile et de son étape

Schaeffer Productique est le spécialiste des systèmes d'information du textile. Des logiciels disponibles sous forme de licence ou d'hébergement. Ou l'entreprise l'utilise tel quel, ou alors Schaeffer Productique l'accompagne en réalisant des analyses de la valeur, dans une démarche d'évolution permanente, en fonction des spécificités de l'entreprise. Cet éditeur de logiciels est en effet capable d'adapter ses solutions à n'importe quel métier du textile, des fibres au produit fini, de l'avant vente au SAV.

La traçabilité, la clé de la donnée de qualité

Autre atout et pas des moindres, celui de la traçabilité. Un phénomène que défend d'ailleurs Francis Jacob. « Il doit prendre de l'ampleur. Le modèle du textile actuel a été ébranlé par la



Francis Jacob, Président de Schaeffer Productique (à gauche) et Olivier Heitz, Directeur Technique.

concurrence à bas prix. Nous avons un rôle à jouer dans plein d'éléments de la production textile. Il faut commencer par communiquer, échanger. Nous attendons des entreprises plus vertueuses et transparentes.» Schaeffer Productique a ainsi mis au point Ecoltex, une plateforme de traçabilité inter-entreprises, avec pour ambition, celle d'étendre la chaîne de valeur du textile. L'avenir se joue sur la donnée et sa qualité.

«La donnée, l'or noir de demain»

«Pour nous, la donnée est ce qu'il y a de plus précieux. Elle est l'or noir de demain. » Un demain dans lequel ces données devront être de plus en plus liées. « L'avenir est au mode locatif hébergé et non plus à celui de la possession. Nous nous dirigeons vers un monde d'usage. » Un changement de mentalités, d'usages aussi, qui implique la mise au point de logiciels de plus en plus agiles, ouverts et connectés. Des logiciels dans lesquels aussi, le savoir faire d'une entreprise devient de la donnée. Les interfaces de demain seront adaptatives et souples, agrémentées de workflows personnalisés, d'un cloud, et guidées par l'intelligence artificielle. « Nous voulons renverser les approches actuelles. Aujourd'hui, lorsqu'un

collaborateur arrive le matin, il ouvre son ordinateur, en attendant que le client se manifeste. Or, nos logiciels sont désormais capables d'anticiper, de détecter les anomalies et d'alerter le collaborateur de l'entreprise avant que le client ne se retrouve confronté directement au problème. »

Un investissement technologique primordial

Schaeffer Productique s'appuie sur une équipe pluridisciplinaire et expérimentée composée de 20 personnes. Une équipe qui grimpe à 30 personnes pour l'ensemble du groupe. Une entreprise saine et pour preuve, ses deux cotations hautes : 8/10 à la COFACE et 3+ à la Banque de France. Leader en France, elle exporte 30 à 40% de son activité.

Emilie Jafrate

Schaeffer Productique
8 Avenue de Bruxelles,
Brunstatt-Didenheim
03 89 57 08 40
schaeffer-productique.com

Découvrez la gamme MG.



Pensez à covoiturer. #SeDéplacerMoinsPolluer

Essayez. Comparez. Vous choisirez MG.



CAR AVENUE

MG MOTOR CAR AVENUE MULHOUSE
23 rue Thann - 03 89 33 19 39

Pôle Textile Alsace le réseau des industriels de l'ensemble de la filière textile, dirigé par Catherine Aubertin

Il est le réseau des industriels de la filière textile. Animé par Catherine Aubertin, le Pôle Textile Alsace propose des actions collectives ayant pour but le développement de l'innovation ainsi que les marchés à forte valeur ajoutée. Le Pôle Textile Alsace a aussi pour objectif de valoriser les compétences de la filière de proximité.

Piloté par les entrepreneurs de la filière textile, le CRTM (centre de recherches textile Mulhouse) voit le jour en 1947. L'aventure démarre après-guerre, par la création d'un centre de recherches textile, à Mulhouse, dont l'idée était de mutualiser la R&D. « Cette idée était incroyable, pour l'époque », souligne Catherine Aubertin, Directrice du Pôle Textile Alsace. C'est grâce à ces entrepreneurs que naît le campus textile à Mulhouse. Et puis le secteur connaît d'importantes difficultés. Beaucoup d'entreprises mettent la clé sous la porte. En 2003 est réalisé le premier état des lieux de la filière. Une filière alors forte de 200 entreprises, des TPE/PME principalement, avec une moyenne de 50 salariés.

Une réalité économique bien plus vaste que l'habillement

Le Pôle Textile Alsace, lui, naît en 2000. Catherine Aubertin en prend les manettes cinq ans plus tard. L'industrie textile, elle y baigne depuis de nombreuses années. Pendant dix ans, elle a d'ailleurs oeuvré au coeur d'un grand groupe textile de la région. Son truc à elle, c'était le développement international. « Je passais 50% de mon temps à l'étranger, se souvient-elle. J'ai découvert ensuite l'ISTA, dans lequel j'intervenais, ce qui m'a permis

de découvrir la plupart des métiers textiles mais aussi tout un tas d'entreprises différentes. J'ai senti qu'il y avait quelque chose à faire... » Cet état des lieux a permis de redécouvrir une filière dont la réalité économique est bien plus vaste que celle de l'habillement. « Elle est la filière la plus longue qui existe, souligne d'ailleurs Catherine Aubertin. Et beaucoup n'ont pas conscience de cela. Pour aboutir au produit fini, il faut un nombre d'étapes extrêmement nombreuses et complexes. »

« Nous devons continuer à faire muter la filière »

À son arrivée, le Pôle Textile Alsace comptait 15 adhérents. Ils sont aujourd'hui 100 membres, dont 72 entreprises. Un réseau en mouvement permanent, qui totalise plus de 5000 emplois et plus d'un milliard d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Le Pôle Textile Alsace c'est aussi 250 brevets déposés sur trois ans. Il articule sa stratégie autour de trois axes : l'accompagnement de la transformation industrielle, la transition écologique et la transformation numérique. « Nos entreprises ont des niveaux de maturité différents. Nous devons continuer à faire muter la filière. »

L'impulsion pour franchir un cap

Ce n'est donc plus à prouver, le textile a un véritable avenir. Installé au coeur du campus textile de Mulhouse, le Pôle Textile Alsace accueille d'ailleurs ses premières start-up depuis deux ans désormais. « Nous devons penser le développement du textile en hub, décloisonner les mondes, créer des synergies entre entreprises, chercheurs et start-up. » Le Pôle est un véritable soutien aux entreprises. Elle a ainsi prolongé son chèque innovation textile pour 2023 avec une prise en charge de 2000 euros pour aider les primo-innovants dans leurs projets. Un dispositif qui entre aussi dans la feuille de route de la Région Grand Est. « L'idée est de dérisquer, d'offrir un coup de pouce, une impulsion pour les aider à franchir un cap. » Le Pôle organise également des rencontres trimestrielles autour de thématiques d'actualité. Ses membres participent aussi à des salons d'envergure, à l'instar de l'IMTA Milan, le salon des process, textiles et habillements qui a eu lieu en juin dernier.

Matériaux, développement durable et transition écologique au coeur des enjeux de demain

Et parce que la traçabilité du textile est primordiale, un label a été déployé dans six bassins textiles français. Il s'appelle Terre Textile et l'Alsace est le deuxième à l'avoir adopté sur son territoire. Un label porté dans la région par le Pôle. Pour le décrocher, 75% des étapes de fabrication doivent être réalisées sur le territoire. Un audit est réalisé au coeur des usines tous les trois ans. Prochain cap pour le textile alsacien : 2024-2026. Trois enjeux sont au coeur de cette nouvelle feuille de route : les matériaux, le développement durable et la transition écologique.

Emilie Jafrate

Pôle Textile Alsace
25 rue Alfred Werner, Mulhouse
06 06 45 77 00
textile-alsace.com



Directrice du Pôle Textile Alsace, Catherine Aubertin anime ce réseau d'entrepreneurs avec passion depuis 2005.

De la technique textile au management, l'ISTA Mulhouse s'impose comme la Business School Textile-Mode-Cuir

Le 11 septembre prochain, l'ISTA célébrera la rentrée de sa 36ème promotion. Depuis près de 40 ans, l'ISTA Mulhouse forme aux métiers de la filière textile, mode, cuir, de la chaussure et de la maroquinerie. Aujourd'hui, le centre de formation est prêt à relever de nouveaux défis.

Homme de challenge, entrepreneur, Jean-Michel Haget a pris la Présidence de l'ISTA en 2022. S'il aime la mode « comme tout le monde », c'est un nouveau monde que le dirigeant a découvert. « Ce

qui me plaît ici, c'est la façon dont s'investissent les étudiants, souligne-t-il. L'ISTA bénéficie d'un beau dynamisme. L'équipe administrative et les étudiants sont dans le partage d'idées constant. »

Avec presque 40 ans d'Histoire, l'ISTA est une véritable institution à Mulhouse. Elle développe les nouveaux talents du textile, de la mode et du cuir.

Un diplôme unique en France

Son cursus phare reste le Manager de l'offre produit. L'ISTA est la seule école à proposer ce diplôme. Un cursus de 2 à 3 ans qui offre à la fois la connaissance des étapes de formation, la compréhension des tendances, du design, tout en attisant la curiosité créative. En parallèle, les étudiants apprennent à développer une stratégie marketing, à mettre en oeuvre une politique de commercialisation et de distribution, tout en tenant compte des impératifs d'achats et de logistique. Une formation complétée par des cours d'anglais. Le temps fort de ce programme est le projet de création d'entreprise virtuelle, autour d'une thématique inspirée de l'actualité.

Un recrutement post Bac dès la rentrée 2024

L'ISTA s'ouvre davantage avec un recrutement post Bac dès la rentrée 2024. Une première. Les profils doivent juste présenter une appétence particulière pour la mode et le cuir. « Nous aurons ainsi de véritables techniciens spécialisés dans la mode ou le cuir », souligne le Président. L'ISTA propose un enseignement à la fois théorique et pratique, en alternance, à la fois à l'école et en entreprise. Ils sont une centaine d'intervenants, tous hyper-spécialisés dans leurs domaines respectifs, à intervenir auprès des étudiants de l'ISTA.

Pépinière d'entreprise, location de salles... Des lieux ouverts aux professionnels

L'une des autres nouveautés de l'école mulhousienne est la création d'une pépinière d'entreprises. L'ISTA offre en effet un vaste terrain de jeu à des-

tinuation des professionnels. Les lieux sont modulables à souhait, selon les besoins, et peuvent ainsi accueillir les entreprises ayant besoin de salles pour des conférences, des ateliers de travail ou autres séminaires. Toutes sont 2.0.

Delphine Wespiser, ambassadrice de l'ISTA pour un an

Résonner au national est l'une des autres ambitions de l'ISTA. L'école a ainsi noué un partenariat avec Delphine Wespiser, Miss France 2012. Une ambassadrice de choix, qui porte haut les couleurs et la philosophie de l'ISTA et ce, pour un an. « Delphine parle aux 20/25 ans, souligne Jean-Michel Haget. Elle a d'ailleurs porté un tailleur réalisé par nos étudiants, dans l'émission TPMP. » Cerise sur le gâteau, Delphine Wespiser viendra enseigner une thématique qui lui tient à coeur, celle de la RSE. « Elle tient à sensibiliser nos étudiants autour de la condition animale. » Les étudiants ont au total réalisé trois tenues pour l'ancienne Miss France. Des partenariats, Jean-Michel Haget compte bien en développer davantage, avec le tissu économique local, aussi. « Nous voulons répondre aux besoins de nos entreprises et pourquoi pas, créer des branches spécialisées. Les compétences, nous les avons autour de nous. L'ISTA est ouverte à tout professionnel ayant envie de venir enseigner chez nous ! »

Emilie Jafrate

ISTA - Business School Textile, Mode, Cuir
21 rue Alfred Werner, Mulhouse
03 89 60 84 90
ista-bs.fr



Jean-Michel Haget au coeur de la salle patchwork, là où attendent d'être déclinées toutes les nouveautés fabricants.

Paradox, développe les textiles innovants de demain à destination de la balistique

Le textile innovant à destination de la balistique est la spécialité de la start-up mulhousienne Paradox. Six personnes travaillent actuellement au développement des textiles innovants de demain.

À sa création en 2018, Jérémie Plociniak avait pour ambition d'améliorer la résistance du textile dans le domaine de l'aviation. Mais l'histoire s'est écrite autrement pour Paradox. Les applications de ses recherches ont fini par intéresser le domaine balistique. Les premiers développements matériaux sont réalisés sur fonds propres. Et puis

une levée de fonds a permis à l'idée de s'industrialiser avec la production de tissus souples de protection. Une production en cours.

Spécialistes de la R&D

« Nous sommes bons pour la R&D, pour résoudre des moutons à cinq pattes, mais pas dans la

gestion de la production. » C'est pour cela que Paradox s'adosse à un industriel pour la partie production et gestion. La start-up mulhousienne a réalisé le prototype et les tests de ce tissu innovant pour fabriquer des gilets par balles, par exemple. En Europe, il existe un marché de 50 entreprises potentielles.



(De gauche à droite) Jérémie Polciniak, Président de Paradox, Sébastien Raully, chef de projet et Nicolas Steinbrucker, ingénieur d'études.

Un regard différent sur le textile

Paradox, c'est un regard différent du textile. « Pour beaucoup, il se résume à l'habillement. Or, un avion est fait de carbone qui n'est autre que du tissu. Autour des câbles électriques sont tissées des fibres textiles. C'est un matériau qui dispose d'un fort potentiel technologique ! ». Et c'est ce potentiel de performance que les six chercheurs de Paradox s'évertuent à révéler au quotidien. Une start-up capable d'intervenir aussi bien dans la défense que dans le maritime, l'automobile, le ferroviaire, l'aéronautique et l'aérospatial ou encore l'industrie.

Un métier à tisser de designer développé sur mesure

La start-up développe ses propres machines à l'aide de l'impression 3D. Ils ont ainsi modifié un métier à tisser de designer pour pouvoir tisser une plaque de tir. Un tissu testé ensuite en conditions réelles au cœur d'un stand de tir mulhousien. Leur quotidien est composé à 50% de recherches et 50% de dossiers pour débloquer notamment des fonds européens à destination de la défense. L'avenir, Jérémie Polciniak l'espère, se dessinera au cœur de l'aéronautique. « Plusieurs projets se dessinent pour nous autour des textiles balistiques, mais nous souhaitons réamorcer la pompe de l'aéronautique. »

Un avenir dans l'aéronautique en question

Cette appétence pour l'aéronautique tient à la passion de Jérémie Plociniak pour l'aviation. À 14 ans, il pilotait déjà des planeurs avant de devenir le plus jeune pilote de France. « Et le planeur est fait de matériau composite. Je trouvais cela complètement fou qu'avec de la fibre et du plastique, nous soyons capables de réaliser quelque chose qui vole ! ». Autre ambition pour Paradox, celle d'atteindre le point mort économique d'ici 2025. La start-up mulhousienne cherche en prime à s'étoffer avec le recrutement d'un nouveau technicien des matériaux composites.

Emilie Jafrate

Paradox

25 rue Alfred Werner, Mulhouse
laparadox.fr

La Petite Manchester, la folle aventure engagée de Nathalie Methia autour de l'Industrie, de l'Education, du textile, et de l'humain

Créer des passerelles entre le monde de l'Industrie et celui de l'Education par le biais du textile, telle est la raison d'être de La Petite Manchester. Un projet mis sur les rails en 2015 et porté depuis par Nathalie Methia. Un projet engagé et humain qui attaque l'ultime étape de son développement.



Nathalie Methia met le doigt dans l'engrenage en 2009. L'aventure de La Petite Manchester était alors engagée. Une folle aventure qui entame sa troisième et dernière étape.

Tout commence en 2009. Enseignante en arts appliqués, Nathalie Methia plaque tout pour partir dans l'industrie. Un besoin de concret, de compréhension aussi. Elle entame alors une thèse dans l'Industrie. « J'étais à la croisée de ces deux mondes, et je ne comprenais pas pourquoi est-ce qu'il n'y avait pas de relève créative pour l'industrie », explique-t-elle. Après sa thèse, Nathalie Methia retourne dans l'Education Nationale, forte de ce nouveau bagage. Et pour répondre à ce manque, elle lance le projet La Petite Manchester. Un outil pour relier Education et Industrie.

Chantier d'insertion

La Petite Manchester, c'est d'abord un chantier d'insertion. Ce chantier d'insertion emploie 13 salariés. Ils intègrent l'entreprise pour deux ans, à raison de quatre contrats de six mois renouvelables. « Ils apprennent en produisant tout un tas de choses, précise Nathalie Methia. Et tous les objets fabriqués dans nos ateliers, de la trousse à l'essuie lunettes en passant par des sacs sont issus du réemploi. » La Petite Manchester est en effet engagée dans le recyclage du textile et des matières souples selon la stratégie des quatre "R" : réduire, réutiliser, recycler, re-fabriquer. « Nous essayons de capter les gisements des industriels du territoire. » La Petite Manchester a également lancé la collection du Léopard, en partenariat avec le Relai Est. « C'est une collection de vêtements de qualité que nous avons transformés, customisés et que nous revendons ensuite. » Elle produit aussi des cadeaux d'entreprise personnalisés. En 2021, La Petite Manchester décroche le label de Manufacture de proximité.

Plateau technique et filière design

Et puis La Petite Manchester engage une nouvelle étape de son histoire. L'« école-fabrique ». La Petite Manchester se concrétise après avoir signé une convention avec le lycée Louis Armand. Un plateau technique se monte avec tous les outils nécessaires à la création et à la production. « Il fallait donner l'opportunité aux apprenants de mettre les mains dans le cambouis. Ce plateau technique était la condition pour aller plus loin », souligne-t-elle. C'est ainsi que se construit une filière design au cœur du Lycée Louis Armand.

Un Diplôme National des Métiers d'Arts et du Design ouvert à Mulhouse depuis 2021

Les lycéens et étudiants peuvent ainsi s'engager dans un Bac STD2A (sciences et technologies du design et des arts appliqués). Une formation avec une philosophie propre. « Le recrutement se fait sur dossier. La motivation est primordiale, nous partons du projet du jeune. Ils montent en compétences d'année en année. » Un diplôme Bac+3 a complété ce cursus textile du Louis Armand en 2021, avec l'arrivée d'un Diplôme National des Métiers d'Art et du Design (DNMADE). « Nos formateurs sont des prestataires professionnels », souligne Nathalie Methia. La Petite Manchester célébrera sa première promotion post bac en septembre 2024. Nathalie Methia met aussi un point d'honneur à susciter l'engagement et initier à la responsabilité dès le plus jeune âge. Ainsi, les maternelles sont embarquées dans le textile avec des ateliers qui leur permettent de fabriquer leur propre T-shirt.

2024, l'arrivée attendue des Ateliers Partagés

2024 marque une nouvelle phase pour cette « école-fabrique ». L'étape trois du projet, qui est la création d'une filière textile inclusive. Cette ultime étape est celle des ateliers partagés. Un lieu complémentaire à l'école et à la fabrique. Un lieu intermédiaire aussi, attendu quartier Briand. Un lieu ouvert à tous les porteurs de projets, mais aussi aux habitants du quartier qui auraient une idée. « Nous avons accompagné un Géorgien qui avait tout pour réussir : diplômes, compétences, qualifications... tout ce qui lui manquait pour se lancer, c'était la maîtrise du français. » Dans ce projet d'ateliers inclusifs, le textile devient presque un prétexte... L'issue est d'augmenter l'employabilité de personnes volontaires. Un projet pour lequel seront embauchées deux personnes : un responsable du sas d'insertion, un responsable production et laboratoire. Pour ce qui est du développement et des innovations pédagogiques, c'est Nathalie Methia qui en prendra les manettes.

Emilie Jafrate

ACI La Petite Manchester

45 rue Jean Martin, Mulhouse

La Petite Manchester - Openfac

3 Boulevard des Nations, Mulhouse
06 26 28 40 82
nathalie.methia@gmail.com
lapetitemanchester.com

De Fil en Aiguille Thann, le spécialiste du textile sportif personnalisé

Elle confectionne des articles textiles sur mesure, au coeur de ses 1200m² d'ateliers installés à Thann. De Fil en Aiguille propose une fabrication 100% Made In France.

Khalid Chabi a repris les manettes de cette entreprise familiale fin 2020. Avant de poser ses bagages dans l'univers textile à Thann, le dirigeant gérait des produits virtuels au coeur de la Direction Générale d'une banque. Et puis il a eu l'envie de faire autre chose. De se rapprocher du sport, cet univers qu'il aime tant. Aujourd'hui, il propose des produits physiques, que l'on peut toucher.

La sublimation depuis 1990

De Fil en Aiguille est le spécialiste du textile de sport. Des drapeaux, aux flags, en passant par les maillots, le sport consomme énormément de personnalisation. Une personnalisation qui s'appuie ici sur l'impression numérique. « *Cela fait bientôt trois ans que je suis là et je suis toujours aussi impressionné par le résultat, du papier au textile.* » Il faut dire que l'entreprise thannoise a été précurseur en matière de sublimation. Cette technique apparaît dans ses ateliers dès les années 2000. De Fil en Aiguille dispose de deux grandes machines capables d'imprimer chacune jusqu'à 700 articles par jour.

Labellisée Alsace Terre Textile et France Terre Textile

L'entreprise thannoise s'inscrit dans une démarche éco-responsable. Son papier est 100% français. Le tissu, lui, arrive essentiellement d'Espagne mais aussi de Belgique. Le fil est haut de gamme et provient d'Italie ainsi que de Suisse. La coupe du textile se fait manuellement ou au laser et la couture est réalisée de manière traditionnelle, avec la machine à coudre. Avant toute expédition, chaque article est soigneuse-

ment contrôlé. De Fil en Aiguille est d'ailleurs l'un des premiers adhérents du label Alsace Terre Textile. « *Nous aimons la proximité avec nos clients, et veillons à ce que nos produits soient propres. Nous fabriquons sur mesure et en petite série, ce qui nous permet aussi de nous montrer davantage réactifs.* » L'entreprise thannoise dispose également du label Acteur France Terre Textile, le label de la fabrication française.

Defil, une marque à développer

Ils étaient 19 salariés à la reprise. Ils sont désormais une trentaine. Depuis la reprise, son chiffre d'affaires ne cesse d'augmenter. Il était d'1 million 440 000 avant Covid. Il a ensuite atteint les 1 million 560 000. En 2022, il devrait dépasser le million 800 000. Au rang des ambitions à venir, celle de développer la clientèle mais aussi le produit, en proposant un produit par événement spécial, voire des box événement. Mais Khalid Chabi ambitionne également de développer la marque Defil, propre à l'entreprise. Un marque qui fonctionne déjà en marque blanche pour de grands noms du monde sportif.

Un configurateur 3D en ligne pour personnaliser soi-même ses vêtements de sport

Et pour rendre le produit personnalisable plus accessible, le dirigeant et ses équipes ont mis en ligne un configurateur 3D. « *Il permet au client d'exprimer lui-même son besoin. Il choisit sa couleur, l'endroit où il veut mettre son logo et/ou son nom.* » La première version a été mise en ligne en 2020 et configurée maison en 2022. L'entreprise est capable de confectionner un à une centaine de maillots. La commande moyenne atteint les

quelques dizaines. De Fil en Aiguille propose également aujourd'hui une impression numérique de tissu au mètre ainsi que l'impression et confection de supports de communication.

Emilie Jafrate



Khalid Chabi au coeur de ses ateliers thannois.

Delissey, la mode yoga et pilates décomplexée, façon Gwladys Delissey

Styliste de métier, mordue de yoga... Gwladys Delissey a choisi d'allier les deux et de lancer sa marque Delissey. Elle propose aujourd'hui des tenues colorées, ornées de motifs. Une véritable ode à la vie.



Gwladys Delissey habillée de son top Sun et son leggings Rainbow. Une marque qui fait la part belle aux couleurs. DR.

Le textile et la mode l'ont toujours attirée. À 12 ans, Gwladys Delissey savait déjà ce qu'elle voulait faire. Elle a dû batailler auprès de ses parents qui la voyait dans le commerce mais elle a fini par entrer en école d'art. « *J'ai toujours eu envie de me lancer solo, mais j'avais besoin de prendre confiance en moi.* », souffle la jeune créatrice. Pendant quinze ans, la styliste fait son petit bonhomme de chemin pour différentes marques. Et puis la crise sanitaire a redistribué les cartes...

Une première production lancée grâce au financement participatif

« *Trois ans plus tôt, je découvrais le yoga. J'ai eu envie de lier les deux.* » Il lui faut quelques mois pour trouver la bonne direction. Décembre 2021, elle quitte son emploi et se met à la recherche de fournisseurs et de fabricants. Février 2022, elle valide des échantillons. Mars 2022, elle entre en couveuse et lance un financement participatif. Un moyen pour elle de lancer sa première production et faire évoluer ses collections par le retour de ses premières clientes. « *Je devais assurer les livraisons début décembre, avant Noël. Le délai était court ce qui m'a obligé à faire des choix.* »

« Envie de motifs, de couleurs, pour une pratique du yoga décomplexée »

C'est ainsi que Gwladys Delissey sort sa première collection. Une collection composée de quatre silhouettes : Eden, avec son arbre de vie, Organic et sa fleur qui s'ouvre comme une ode à la vie, Iconic ornée de son motif géométrique et Hironnelles qui offre une sensation de légèreté par leur envol. Pour l'heure, les clients Delissey ont le choix entre ces quatre leggings, deux brassières et deux tops. Chaque nouveauté est en pré-commande sur son site. Les derniers nés sont le leggings Rainbow et le top Sun. « *J'avais envie de motifs, de couleurs, pour une pratique du yoga décomplexée. Il ne faut pas mener une vie d'ascète pour pratiquer cette discipline ! J'avais*

envie aussi de sortir de la sinistrose et rappeler qu'il ne faut pas oublier de se faire plaisir et profiter de la vie ! »

Une démarche éco-responsable avec un impact carbone limité

Des motifs aux couleurs, son style est reconnaissable entre tous. Si elle défend la vie, le mouvement, la joie aussi, Gwladys s'inscrit dans une démarche éco-responsable. Elle a fait le choix du 100% fabriqué en France par conviction. Grâce aux précommandes, pas de surproduction, et un impact carbone réduit. Telles sont les devises de la maison. Sa matière première est non seulement souple, confortable et galbante, mais elle est en prime fabriquée en région lyonnaise. La styliste assure le graphisme et la confection, l'impression et la découpe sont réalisées dans la vallée de Thann.

Trente leggings par mois pour une activité viable

La suite ? Tester d'autres matières comme le lin, mais aussi d'autres formes. Pour l'heure, elle envisage la sortie de trois nouveaux modèles par an. La styliste a déjà eu des demandes de la part de la gente masculine. Mais elle préfère se consacrer d'abord au marché féminin, 80% des pratiquants de yoga étant des femmes. Pour que son projet soit économiquement viable, Gwladys doit vendre 30 leggings en moyenne chaque mois.

Emilie Jafrate

Delissey
gwladys@delissey.com
delissey.com
📍 Delissey

À Mulhouse, **Gilbert Production** fabrique et distribue ses vêtements de travail, militaires et "workwear"

Son cœur de métier reste le vêtement de travail. Chaque gamme est élaborée dans les ateliers mulhousiens de Gilbert Production avec, toujours, un souci d'innovation et de qualité. Une philosophie dans laquelle s'inscrit pleinement Vincent Meyer, aux manettes de la société depuis mars 2021.

Gilbert Production, c'est plus de 60 ans de créations de vêtements de travail. L'entreprise mulhousienne commercialise deux gammes : une collection militaire, GP Tactique et une collection GP Workwear dédiée à l'industrie, la restauration, le médical, l'esthétique, l'hygiène. Gilbert Production est à la fois fabricant et distributeur de ses produits.

Zéro marge distributeur

Pas d'intermédiaire, pas de marge distributeur. Tout se fait en direct. Un atout indéniable avec près de 30% d'économie réalisée par rapport au même produit chez un distributeur classique. Chaque nouveauté est élaborée puis prototypée dans les ateliers sur place, avant d'être envoyée en Tunisie pour établir la gradation des tailles, du 38 au 60 homme. Mais la vie du vêtement ne s'arrête pas en si bon chemin. Il faut aussi le faire certifier. Une certification pour laquelle il subit toute une batterie de test.

Service soigné

Le fabricant sait cultiver ses particularités. Réactive, l'équipe de Gilbert Production fait du

sur-mesure. « *Les salariés de l'un de nos clients ont cinq entrejambes différentes. Nous les leur avons fournis.* » Gilbert Production soigne son service. Chaque vêtement est étiqueté au nom de son propriétaire, par exemple. Et s'il y a besoin d'un ourlet, l'atelier le réalise en cinq minutes. « *Nous pouvons aussi proposer de transformer un pantalon en bermuda, de raccourcir une blouse.* » Modifier, personnaliser aussi.

«Une entreprise familiale solide et une âme, aussi»

Gilbert Production, c'est 14 personnes, cinq pour la partie administration, trois en logistique, quatre à l'atelier, une vendeuse et Vincent Meyer en chef d'orchestre. L'EPI, le gérant de Gilbert Production le connaît bien pour y naviguer depuis 1992. Il a représenté une importante marque du domaine, spécialisée dans le vêtement visible. Une marque connue, d'ailleurs, de tous les revendeurs. « *Mais Gilbert Production est une entreprise familiale solide* », souligne le gérant. De la solidité et une âme, aussi. « *Je me suis aussi jeté dans l'aventure avec la volonté de transmettre une belle entreprise à mes héritiers.* »



Après une carrière entière en qualité de commercial dans les EPI, Vincent Meyer est désormais à la tête de Gilbert Production. Il a repris l'entreprise mulhousienne en mars 2021.

Une gamme multirisques en développement

La société développe aujourd'hui une gamme multirisques composée de vêtements codifiés et certifiés. Des vêtements en constante évolution, à l'instar des produits Mascot Underwear "full stretch", haut de gamme, et proposés au cœur du magasin d'usine. « *Nos clients les portent souvent pour la randonnée.* » Une boutique compo-

sée de vêtements mais aussi de tous les EPI dont ont besoin les différents corps de métier. Et toujours ce souci du prix juste.

Emilie Jafrate

Gilbert Production
43 rue de Dunkerque, Mulhouse
03 89 53 07 08
gilbert-production.fr



Maison Hodié - traduisez "ce jour" en latin - comme les tenues conçues tout spécialement pour un événement particulier et qui, au lieu de dormir à tout jamais au fond d'une armoire, passent entre les mains de Stéphanie de Souza qui leur offre une nouvelle vie.

Avec **Maison Hodié**, **Stéphanie de Souza**, transforme et crée à partir de textiles dormants, pour une consommation plus éco-responsable

Maison Hodié est la marque créée par Stéphanie De Souza. Une marque qui prône une consommation éco-responsable du textile. La jeune femme fait de l'up cycling par la transformation des vêtements portés pour de grandes occasions. Elle crée aussi du sur mesure à partir de stocks dormants.

C'est un vêtement pour poupée Barbie confectionné à partir d'une chaussette qui lui déclenche la passion de la couture. À 11 ans, Stéphanie de Souza réalisait sa première robe. Sa mère ressort alors son ancienne machine, lui offre un premier patron ainsi qu'un manuel de couture. 17 ans plus tard, Stéphanie de Souza coud toujours. Et elle en a fait son métier. « *Pour la petite histoire, je me suis dirigée vers le design automobile. J'ai exprès laissé ma machine à la maison pour me consacrer pleinement à mes études. Eh bien j'ai fini par coudre une robe à la main, découpée dans des draps* », sourit-elle à l'évocation de ce souvenir. Pourquoi donc résister ? Stéphanie intègre l'ISTA de Mulhouse, ce qui lui a permis d'enrichir ses connaissances marketing tout en s'exprimant côté mode.

En 2021, Stéphanie crée sa marque avec l'intention d'amener de l'écologie dans le vêtement. « *Et le vêtement le plus écologique, c'est celui que l'on porte* », souligne-t-elle. La jeune créatrice propose d'up cycliser tous ces vêtements que l'on porte sur un événement en particulier. « *Nous avons tous un événement qui nous marque et pour lequel nous avons acheté un vêtement auquel on tient et auquel on fait attention, pourquoi ne pas le porter autrement plutôt que de le laisser au fond de son armoire?* » Une robe cocktail peut ainsi devenir un chemisier ou un top. Et même transformé, il rappellera un souvenir et les émotions liées.

Stéphanie de Souza propose également des créations. Particularité, elles sont réalisées à partir de stocks dormants. La jeune femme se fournit auprès de Philéa à Hirsingue. « *Leurs*

matières sont très qualitatives et leur côté brillant me permet de répondre aux demandes de robes de soirée. » La créatrice se fournit également auprès d'un grossiste hollandais qui centralise les fins de stocks de grandes marques. Stéphanie de Souza a identifié un troisième canal, lyonnais, celui-ci. Une entreprise qui récupère tous les tissus industriels.

«Ce ne sont pas juste des tenues, mais de véritables histoires»

Chaque rendez-vous est une aventure. Stéphanie de Souza est l'oreille attentive de ses clientes. La première étape est dédiée au brainstorming. La créatrice réalise alors un croquis, un plan d'inspiration qu'elle laisse en ligne, entre les mains de sa cliente. Quand l'idée est validée, vient le temps de la prise de mesures puis de la transformation. Le dernier rendez-vous est à l'ajustement. Pour les créations, ses clientes reçoivent un livret de suivi avec les étapes importantes, les échantillons de tissus utilisés. « *Ce ne sont pas juste des tenues, mais de véritables histoires* », sourit Stéphanie de Souza. Des histoires dans lesquelles s'investit pleinement la créatrice.

Tops, sacs, accessoires en cours d'élaboration

La créatrice diversifie actuellement ses propositions avec la confection de tops, de sacs et de tout autre accessoire financièrement plus accessibles. Stéphanie De Souza a également noué des partenariats, pour des créations originales. Elle réalise ainsi les caracos d'ensembles de lingerie, collabore avec une bijouterie pour la réa-

lisation de tenues mixtes, ainsi que d'élégantes tenues de demoiselles d'honneur, visibles au cœur de la boutique Inspire à Mulhouse. « *Non seulement j'utilise des matières premières naturelles, mais je réalise toutes mes coutures au fil de coton. Contrairement au polyester, il se teint. Cela permet de donner une nouvelle vie à sa tenue. Cela me permet aussi d'utiliser des couleurs plus colorées, comme le rouge cerise.* »

Vêtement éco-responsable oui, mais fashion

Sa clientèle est composée de femmes âgées entre 25 et 35 ans qui sont séduites par le service personnalisé, le sur-mesure et la flexibilité avant l'aspect éco-responsable. En phase de tests sur de nouveaux produits, Stéphanie de Souza aimerait collaborer avec La Petite Manchester. « *Une fois que j'aurais senti le marché, j'aimerais leur confier la confection de tops, de sacs, d'accessoires.* » À travers ses créations à base de tissus dormants, Stéphanie de Souza souhaite également démocratiser cette consommation éco-responsable en faisant tomber les préjugés. « *Dans le commerce, ces vêtements sont ou basiques ou bohèmes. Moi, je leur apporte une touche fashion.* »

Emilie Jafrate

Maison Hodié Mulhouse
07 83 39 10 57
bonjour@maison-hodie.fr
maison-hodie.fr
f Maison Hodié
i Maison Hodié

Le Beau Jean, l'indispensable du vestiaire masculin adapté aux morphologies les plus atypiques et élaboré à Mulhouse

Voilà cinq ans que la marque le Beau Jean met en valeur les fessiers masculins délaissés par les grands mastodontes de l'habillement. Un pari pris par trois amis, désormais réussi. La "petite" marque mulhousienne a pris du galon et elle a d'ailleurs bien grandi depuis.

Il baigne dans le textile depuis de nombreuses années. Ingénieur textile de formation, Franck Perring exerce le métier de courtier en textile depuis près de 18 ans. Il mène une relation triangulaire entre les fabricants de tissus et les marques. Mais l'idée de lancer sa marque à lui - premium et à destination des quadras - lui a toujours trotté dans la tête. « *D'origine africaine et ayant pratiqué l'athlétisme, j'ai des fesses et des cuisses... Je n'ai jamais trouvé un jean qui me convienne. Et en en parlant autour de moi, j'ai pu constater que je n'étais pas le seul dans ce cas !* »

Galbé, Futé ou Classique

Il aura fallu trois ans au Beau Jean pour voir le jour. Il y a d'abord eu des calculs de morphologie pour isoler les caractères morphologiques propres aux hommes. Là où les marques classiques couvrent 70% de la population masculine, la segmentation en trois catégories de la marque mulhousienne, elle, en couvre 95%, à travers trois silhouettes. Il y a le Galbé, pour tous ceux ayant des fesses, de la cuisse et une cambrure - des sportifs bien souvent - le Futé, pour les hommes ayant peu de formes et le Classique, pour les 70% de la population à la morphologie standard. Il a ensuite fallu créer les patrons, les modèles, monter les prototypes et la phase test.

Une somme de détails pour un produit premium

Franck Perring a avancé aux côtés de deux de ses amis, Pascal et Maxime. Tous les trois sont chefs d'entreprise. Le Beau Jean est leur "à-côté" plaisir. « *Nous avons envie de casser les codes et de faire quelque chose qui aille bien aux hommes, en*

alliant confort et valorisation des silhouettes. » Le trio a choisi le modèle de la start-up. Il évolue dans une ambiance familiale. « *Nous avons en prime la chance d'avoir chacun une silhouette différente* », glisse tout sourire Franck. Une marque en accord avec leur vision commune des choses. Le Beau Jean est une somme de détails qui en fait un produit premium, à l'instar des coutures plus fines et rapprochées, d'un sac de poche profond et solide, le billet à l'intérieur de chaque jean, un code emprunté aux costumes. Le brut pré-rétréci est la vente la plus importante de cette gamme. Une gamme également déclinée en mid blue et dark use.

Le Chino, élégant et confort

Mais la nouveauté de cette année est le Chino réalisé à partir de coton bio, extensible sur la longueur et la largeur à l'esthétique élégante pour un confort "survêtement". Là aussi chaque détail a son importance. Les boutons sont en bois gravés au laser. Décliné en bleu marine ou en beige, c'est le vert olive qui représente, contre toute attente, la meilleure vente.

Le Selvedge, Made In France

L'équipe du Beau Jean a voulu aller plus loin dans le concept et proposer du Made In France. « *Mais nous n'avons pas trouvé de fabricant qui réponde à notre cahier des charges* », souligne Franck. Chèche, casquette, bonnet, ceinture... La marque mulhousienne commence par développer une gamme d'accessoires estampillée Made In France. Et puis arrive le Selvedge. Le jean 100% Made In France, « *super premium* ». Le tissu provient d'Italie, il est « *la Rolls* » du secteur. Il est ensuite fabriqué en Normandie et délavé en Vendée. Un

jean décliné dans les trois silhouettes et proposé en un seul coloris. Une première série de 350 pièces a été lancée. La deuxième ne devrait pas tarder.

La même allure pour l'ensemble des collaborateurs d'une même entreprise

Le Beau Jean est actuellement expédié à travers la France entière, jusque dans les DOM TOM, ainsi qu'en Europe. La marque mulhousienne existe depuis quatre ans et double son chiffre de vente chaque année depuis. Pour l'heure uniquement en vente sur Internet, Franck Perring cherche des canaux de vente physique. « *Convaincre notre public à acheter sans essayer via Internet est notre plus grand défi, souligne-t-il d'ailleurs. Nous avons par exemple mis un quizz morpho qui tombe juste à 95%* ». À Mulhouse, le Beau Jean est proposé au cœur de la boutique Barbour. Il sera bientôt disponible aussi à Ussel, dans un concept store. « *Des entreprises nous commandent des Beau Jean pour leurs salons notamment. Avec des morphologies différentes, tous les collaborateurs ont la même allure.* »

Et maintenant, proposer une seconde vie au jean

Et la marque mulhousienne ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. L'équipe du Beau Jean planche déjà sur un nouveau projet, celui de la seconde vie du jean. « *Nous avons lancé une campagne de collecte de jeans usagers et plusieurs options s'offrent à nous : ou nous le réparons et nous le remettons dans le circuit à travers des friperies, ou nous le transformons en un autre produit ou alors, s'il est trop abîmé, nous le retransformons en matière première.* » Côté produits, le bermuda devrait rejoindre la gamme du Beau Jean d'ici l'été prochain. Et dans la lignée du Made In France, c'est le polo ou le t-shirt qui devrait voir le jour. Le Beau Jean n'a pas fini de surprendre...

Emilie Jafrate

Le Beau Jean
36 rue Paul Cézanne, Mulhouse
03 89 37 15 85
lebeaujean.fr
bonjour@lebeaujean.fr



Plutôt Galbé, Futé ou Classique? Franck, Pascal et Maxime, le trio fondateur du Beau Jean compile les trois silhouettes proposées par leur marque. DR

CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

PUBLI-INFO

Trendy « Mobilités et énergies », le salon B to B dédié aux solutions de déplacement alternatives et innovantes

Il est l'évènement dédié aux mobilités alternatives et innovantes. La première édition du Salon Trendy « Mobilités et Énergies » organisé par la CCI Alsace Eurométropole se tiendra les 27 et 28 septembre prochains au Parc des Expositions de Colmar.

Après Strasbourg, ce sera à Mulhouse de mettre en place sa Zone à Faibles Emissions Mobilité (ZFEm) d'ici 2025. Une mesure qui impacte tout le monde. Un impact matériel, économique, humain, aussi. C'est en consultant les entreprises concernées par la ZFEm de l'Eurométropole de Strasbourg, pour mieux connaître leurs problématiques, leurs besoins, leurs attentes qu'a germé l'idée du Salon Trendy « Mobilités et Énergies ».

Plus de 70 exposants et 100 marques représentées

Trendy « Mobilités et Énergies » permet tout simplement de réunir en un même lieu l'ensemble des offreurs de solutions. Plus de 70 exposants et 100 marques se donnent rendez-vous au cœur de cet évènement organisé par la CCI Alsace Eurométropole. Un salon B to B dédié aux dirigeants d'entreprises et responsables de collectivités. Un moyen pour eux aussi d'anticiper au mieux les enjeux de demain, pour leurs flottes de véhicules, mais aussi les mobilités de leurs salariés.

3200m² de Salon pour cinq thématiques

Cinq espaces thématiques seront répartis sur les 3 200m² du hall 4 du Parc des Expositions de Colmar ainsi que sur l'espace extérieur, à commencer par les véhicules (poids-lourds, utilitaires, voitures...) et la mobilité disruptive (deux roues, vélo cargos et triporteurs électriques), ainsi que les fabricants et revendeurs d'équipements. L'espace "mobilité sobre" permettra aux professionnels de décou-

vrir les façons d'adapter et d'optimiser leurs véhicules et leurs modes de transports. Parmi les autres thématiques : l'énergie verte et l'avitaillement, les start-up / la R&D, les financements, les accompagnements techniques, ainsi qu'un espace dédié aux démonstrateurs et aux essais avec une exposition de véhicules nouvelle génération à la clé. Au-delà de la conférence inaugurale, des tables-rondes permettront également de débattre sur les thèmes de la mobilité : en tant que facteur d'attractivité d'un territoire, sur les déplacements domicile-travail, le retrofit, les différentes énergies, les financements, les mobilités actives...

Emilie Jafrate

Y aller : Trendy, Salon mobilités et énergies, les 27 et 28 septembre de 9h à 18h au Parc des Expositions de Colmar.

Inauguration le 27 septembre à 9h.

Inscription obligatoire : salontrendy.fr.

Si une entreprise souhaite exposer une solution et devenir exposant, envoyez un mail à salontrendy@alsace.cci.fr.

Un salon à suivre sur LinkedIn [salontrendy](https://www.linkedin.com/company/salontrendy).

LE SALON DES SOLUTIONS DE MOBILITÉS ALTERNATIVES POUR LES PROFESSIONNELS

27-28 SEPT. 2023 ■ 9H À 18H

TRENDY

SALON MOBILITÉS & ÉNERGIES

PARC EXPO COLMAR

salontrendy.fr

TÉLÉCHARGEZ VOTRE INVITATION

POWERED BY

CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

Paolina Beauté Mulhouse, l'énergie débordante de Perrine Piperis au service de la beauté des femmes

Elle est arrivée en Alsace par amour. En 2021, c'est une autre envie du cœur qu'elle lance à Mulhouse : Paolina Beauté. Un institut à l'image de sa créatrice.

Elle a tenté de l'esquiver en s'inscrivant au concours de la gendarmerie, mais l'esthétique a fini par rattraper Perrine Piperis. « Je me suis dit que j'étais faite pour être gendarme. J'aime quand ça file droit, l'uniforme et le challenge », raconte-t-elle tout sourire en se remémorant cet épisode de sa vie. Et puis est arrivée la convocation. « J'ai réalisé qu'il fallait entre autre aller dans la boue ! J'étais coquette à l'époque, je ne sortais jamais sans maquillage et je me faisais faire les ongles tous les quinze jours... » Elle prend alors une direction qui lui correspond mieux : celle de l'esthétique.

Nouvelle ville, nouvelle page

« Quand j'ai commencé mon CAP, j'ai su que c'était mon truc, c'était incroyable ! » Ses diplômes en poche, elle postule à la première annonce trouvée et elle intègre la famille Body Minute, à Paris. « C'était mes deux meilleures années. J'avais une patronne de rêve et j'y serais encore si je n'avais pas suivi mon compagnon en Alsace. » Nouvelle ville, nouvelle page... Non seulement Perrine a abandonné le shopping pour le grand air pendant son temps libre, mais elle a aussi ouvert le chapitre de l'entrepreneuriat. Une entreprise qui s'inscrit dans le dynamisme en cours de construction de la rue de Bâle, à Mulhouse.

Le signe du destin

Mais arriver à ouvrir les portes de Paolina Beauté n'a de loin pas été un long fleuve tranquille, à commencer par le Covid. « Au premier confinement, on a tout cassé pour tout refaire. Je me suis mis un ultimatum. Si nous n'avons pas terminé en quatre jours, alors c'est que je n'étais pas à la bonne place... » Mais Paolina Beauté fini par éclore en trois jours et demi. C'était le signe attendu.

« Je prends le temps pour chacune de mes clientes »

Cet institut est à l'image de sa créatrice. « C'est familial. On ne vient pas pour poser ses mains et repartir ensuite ! Je prends le temps pour chacune de mes clientes. On discute, on rigole, on se détend. Si je suis là pour répondre à leurs souhaits, quand je n'ai pas envie de faire ce qu'elles veulent, je le leur dis aussi. » Des clientes à qui aussi elle prête une oreille attentive. « Certaines histoires touchent énormément. J'absorbe les émotions. Aujourd'hui, je cale mes clientes en fonction de leurs histoires. » Son cœur de cible est entre 18 et 40 ans et certaines viennent depuis Bâle ou encore Delémont pour se faire chouchouter chez Paolina.

Le goût du challenge

Sa spécialité est l'onglerie. « Je suis très perfectionniste et ça me détend. J'aime la simplicité, comme les french, une vraie belle couleur, le challenge aussi de temps en temps. » Perrine propose aussi du maquillage permanent. Et pour compléter son offre de soins, elle a fait de la place à d'autres professionnelles : Kautar, pour les cils, Camille pour les soins du visage et Delphine pour la réflexologie plantaire.

La casquette formatrice en plus

Perrine Piperis se forme régulièrement, au moins une fois par an, pour être au fait des dernières tendances. Mais elle forme aussi des indépendantes en dehors de Mulhouse, ainsi que des clientes, quelquefois. « Cela me permet de partager aussi mon expérience avec ces nouvelles personnes qui débarquent dans la région. Elles vont certainement vivre la même chose que moi... » Arrivée il

lieu. Avec Chris, co-fondateur de Jungle, l'institut de beauté pour hommes installé à Mulhouse. « Grâce à Chris, je vais renouer avec mes premiers amours, l'épilation, dans son institut, et lui viendra chez Paolina pour proposer ses massages. Nous sommes complètement complémentaires ! » Et tous deux débordants d'énergie et d'idées... « Cela va me permettre en plus de réinvestir le centre ville historique. » Perrine s'apprête aussi à attaquer le segment du mariage, toujours aux côtés de Chris et son équipe. « J'aurais la partie maquillage. Je vais repartir en formation, en salons, en congrès. » Un pan de l'esthétique qu'elle affectionne autant que le reste. L'histoire de Paolina Beauté ne fait que commencer.

Emilie Jafrate

Paolina Beauté
111 rue de Bâle, Mulhouse
09 72 87 22 28
f Paolina Beaute
i Paolina Beauté Mulhouse

y a quatre ans en Alsace, Perrine a ouvert Paolina Beauté en 2021. Elle est aujourd'hui définitivement adoptée par la rue de Bâle.

Un développement en partenariat avec Jungle Mulhouse

La jeune femme n'est pas du genre à rester sur ses acquis... Elle envisageait un temps de lancer sa propre marque de vernis. Les coûts auront eu raison de son projet. Mais d'autres sont en train de mûrir... Il ne manquait à Perrine que la bonne rencontre professionnelle et cette rencontre a eu



Le temps et des soins de qualité, c'est ce qu'aime offrir Perrine Piperis à ses clientes, au cœur de son institut Paolina Beauté, rue de Bâle à Mulhouse.

**CABINET SPÉCIALISÉ
EN RECRUTEMENT DE TALENTS**
CDD | CDI | ACCOMPAGNEMENT RH

**EXPERTISE NATIONALE
ET TRANSFRONTALIÈRE**

INGÉNIERIE
BUREAUX D'ÉTUDES
MAINTENANCE
ÉNERGIE
INFORMATIQUE
WEB-IT
PHARMA-BIOTEC
COMPTABILITÉ • EXPERTISE COMPTABLE
TERTIAIRE & SERVICES
LOGISTIQUE

Corentin
 Charlene
 Sophie
 Grégory
 Véréna

Une équipe d'experts à votre service au
06 50 83 81 15

Une marque du GROUPE WS

Membre du réseau **réséo**

**LA
FORMATION
QUI VOUS
RESSEMBLE.**

- Formations courtes
- Langues étrangères
- Diplômes jusqu'à Bac+5
- Alternance

STRASBOURG | COLMAR | MULHOUSE

www.ccicampus.fr
03 68 67 20 00

#ccicampusalsace f i d in v | LE CENTRE DE FORMATION CCI ALSACE EUROMETROPOLIS

CCI
campus
ALSACE

DaVed le regard photographique artistique, tendre et poétique sur Mulhouse, l'Alsace et au-delà

C'est par amour pour Mulhouse qu'il a appuyé sur le déclencheur de son appareil photo pour la première fois. David Ball, DaVed de son nom d'artiste aime sa ville et il la dévoile en ligne, sur Instagram.

Sur Instagram depuis 2012, il n'a jamais dévoilé de selfies ou de photos de soirées, « comme les copains ». DaVed a préféré partager sa vision de Mulhouse. « On m'a d'ailleurs beaucoup chéri par rapport à ça », sourit le photographe. Et puis est arrivé le Covid. Et ses photos ont pris une nouvelle dimension. « La réputation de Mulhouse n'était alors pas terrible. Elle était complètement associée à la crise sanitaire. »

La période Covid comme premier tournant

Impossible pour le photographe de laisser faire. Il décide de raconter sa ville, à travers ses rues désertes mais aussi et surtout à travers tout ce que la nature peut offrir, comme cette luminosité de fin de journée si particulière. Des clichés vus, revus et partagés sur les réseaux sociaux. C'est le premier tournant de sa carrière. De nouvelles sollicitations arrivent jusqu'à lui, à commencer par un cabinet d'assurance qui cherchait une photo de la Tour de l'Europe, véritable emblème de la Cité du Bollwerk. Un nouveau tournant pour l'artiste photographe dont les photos commencent à se vendre, à travers des tableaux, des cartes postales, aussi.

Le bâti, une ambiance, un lieu, la nature, tout simplement au coeur de ses clichés

Son truc, ce n'est pas de photographier l'humain mais le bâti, une ambiance, un lieu, la nature tout simplement. Et la Tour de l'Europe a d'ailleurs une place particulière dans son objectif. « Cela me

fait toujours quelque chose lorsque je la vois. On l'aperçoit depuis Ensisheim. Elle dégage une force énorme ! » Et il y a des instants particuliers qu'il savoure, comme la période coquelicot et de jolies surprises, bien souvent. « C'est ça que j'aime aussi dans la photo, la part d'imprévu, comme découvrir un insecte qui passait au moment où je prenais le cliché. » Pas de retouche chez DaVed. Tout est naturel. Son truc en plus, c'est jouer avec l'image dans les flaque.

Un oeil qui séduit professionnels et particuliers

Son oeil séduit le professionnel, du cabinet d'assurance à l'avocat, en passant par des pompes funèbres, même, sans oublier l'office de tourisme. DaVed a également conquis le coeur du particulier, pour une décoration ou un cadeau à offrir. Et puis est venu aussi le temps des premières expositions. DaVed aimerait désormais sortir de Mulhouse pour élargir son terrain de jeu tout en gardant ses bases mulhousiennes. De toute manière, il n'est pas prêt de quitter son Parc Salvator au coeur duquel il se plaît à tenter de capter l'écuireil farceur des lieux.

Emilie Jafrate

DaVed Artiste Photographe
43 rue de la Sinne, Mulhouse
06 16 07 38 67
daved.net
photos.daved@gmail.com
daved_artiste_photographe



Infirmier à la ville, DaVed est aussi artiste photographe. S'il aide les gens au quotidien, en dehors, il pose son oeil sur la nature, le bâti, les lieux. DR.

JCS Photography à Steinbach, le créateur de souvenirs de qualité à emmener partout avec soi

Des boîtes de nuit aux événements d'entreprises... Jean-Christophe est créateur de souvenirs. Un fil rouge qu'il suit depuis plus de dix ans désormais et qui l'a conduit - en plus des photos traditionnelles - à développer le Photo Booth, ces bornes et cabines photos qui permettent de repartir directement avec votre souvenir imprimé sur papier photo.



JCS Photography est très prisé des professionnels pour ses cabines photos aux univers tous plus insolites les uns que les autres. DR

Il a eu plusieurs vies professionnelles. Mais son histoire avec la photographie débute en boîte de nuit il y a une vingtaine d'années. Jean Christophe Schwebel shootait alors les fêtards de la première heure. Et puis il y a eu ensuite les sessions photos pour la famille, les amis... En 2011, il décide de franchir le pas pour voler de ses propres ailes. C'est ainsi que naît JCS Photography.

Les photomats (Photo Booth) depuis 2015

S'il débute par de la photo "classique", Jean-Christophe découvre le photomaton. Un concept innovant, précurseur dans le Haut-Rhin, qu'il lance en 2015. Ce lancement est accompagné d'une création de marque : cabine-photo.fr. « Le marché a évolué. Aujourd'hui et depuis quelques années d'ailleurs, les gens ont besoin de ramener quelque chose avec eux », souligne-t-il. Et ce quelque chose est une photo instantanée de la soirée. Chaque année, un nouvel univers sort de son chapeau. Version téléphérique et œuf de ski véritable - idéal pour les soirées avec ambiance montagne -, la cabine anglaise - pour un détour par la Grande Bretagne -, la caravane, histoire de s'offrir un petit moment dépayssant ou encore la pompe à essence vintage, dernière née de la série, histoire de ne jamais tomber en panne de souvenir.

La qualité de l'image pour cheval de bataille

Le photomaton a permis à Jean-Christophe de s'ouvrir les portes de l'événementiel, ses premiers

amours. Il dispose de six bornes qui peuvent tourner en simultané. Il est de tous les événements : Pâques, 14 Juillet, événements sportifs, fêtes d'été, comité d'entreprise, inauguration... Chaque événement est sujet à créer de nouveaux souvenirs. C'est ainsi que s'est étoffée sa clientèle professionnelle, à laquelle il consacre 60% de son activité. Côté particulier, JCS Photography immortalise plus de 40 mariages et anniversaires chaque année. S'il fait désormais la différence par le look et le service proposé avec ses photomats, Jean-Christophe attache un soin tout particulier à la qualité de la photo qui en ressort. Chacune de ses cabines photos est équipée de matériel professionnel, tout spécialement conçu pour offrir la meilleure qualité possible, quelque soient les conditions. Crown Ceram et Poulailon, par exemple, font partie des premiers à avoir adopté ce concept. JCS Photography dispose aujourd'hui de références locales et nationales. Il oeuvre sur un secteur illimité, en fonction des budgets et des envies de sa clientèle. JCS Photography, c'est près de 150 événements chaque année.

Du matériel pour pallier les besoins de ses clients

Et pour suppléer aux besoins de ses clients Jean-Christophe a également investi dans du matériel, du mange debout aux micros, en passant par les enceintes ou encore l'éclairage de soirée. « Je propose du matériel sans notion technique. J'ai investi initialement dans la sono pour un ami qui en avait besoin. Elle sert désormais entre autres à des DJ et des musiciens indépendants. » Du matériel, là aussi, uniquement de qualité profession-

nelle. « Cet investissement me permet de pallier un manque de disponibilité de matériel pour de "petits événements" ne nécessitant pas de mise en place de DJ ou d'un organisateur d'événements. »

Des photos d'identité pour documents officiels relancées en 2019

S'il aime l'originalité, la semaine, JCS Photography réalise de la photo plus traditionnelle, qu'elles soient pour les cartes d'identité, les passeports, ou autres visas et demandes spécifiques. Une activité qu'il a lancée en 2019, pour pallier le manque de photographe proposant ce service. Une activité studio qu'il complète avec le shooting de produits, qu'il réalise entre autres pour Driftshop, le spécialiste des pièces et équipements de sport auto.

Le "Bar Végétal", sa nouveauté 2023

À chaque année sa nouveauté ! Celle de 2023 est visuelle et s'appelle le "Bar Végétal". Le principe est simple : un mur végétalisé, une cloche qu'il suffit de sonner. Selon le nombre de sonnerie, alors on vous sert le verre de votre choix. La prochaine nouveauté sera sûrement une plateforme vidéo 360. Ce n'est plus une impression photo que les gens emporteront avec eux, mais une vidéo de leur événement, qu'ils pourront se partager à l'envie.

Emilie Jafrate

JCS Photography
2 rue de la Rivière, Steinbach
06 32 58 96 70
jcs-photography.fr & cabine-photo.fr
JCS Phot'O'Graphy
JCS PHOTOGRAPHY
JCS Photography & cabine-photo

DAER Mulhouse, l'expert des ouvertures et fermetures automatiques à destination des professionnels

Il est le spécialiste des ouvertures et fermetures automatiques dédiées à l'industrie. Créé en 2008, DAER a changé de tête en 2018. Une nouvelle page s'écrit depuis avec Benoît Canfora.

Du terrain à la gérance, il a pris deux ans pour apprendre le métier... Benoît Canfora intègre DAER en 2016, avant de reprendre les manettes de cette entreprise familiale en 2018. Sa première vie professionnelle, il la passe dans la charpente. « J'étais conducteur de travaux, je gérerais une agence mulhousienne à 90% », se souvient-il. Mais l'envie de diriger une société selon sa philosophie lui a fait passer le cap de salarié à dirigeant.

Esprit famille

Le bien-être au travail est en effet primordial pour le chef d'entreprise. « La genèse de DAER est familiale. Je veux conserver cet état d'esprit, que tout le monde se sente bien, souligne Benoît Canfora. D'ailleurs, nous sommes tous des Daériens. » La construction de nouveaux locaux fait partie intégrante de cette philosophie. L'équipe a intégré ce nouveau bâtiment en octobre 2022. Il est installé au Parc des Collines, à quelques encablures de l'ancien. Plus spacieux pour les collaborateurs, il permet de bénéficier de davantage d'espace côté stocks. Des espaces de convivialité et un verger sont mis à la disposition des forces vives de l'entreprise. DAER est certifié MASE (Manuel d'Amélioration Sécurité des Entreprises). Une certification qui concerne la santé, la sécurité et l'environnement. « Nous sommes audités tous les trois ans sur le respect des charges, des postures. C'est un outil adapté à notre entreprise, pour lequel chaque salarié est entendu mais aussi averti.

Cet outil nous permet également d'accéder à certains sites, comme les sites chimiques. »

Revendeur exclusif de la marque allemande Butzbach en France

2020 a marqué un nouveau tournant dans l'histoire de cette entreprise mulhousienne. DAER est devenu le revendeur français exclusif de la marque allemande Butzbach. Une marque pour laquelle Benoît Canfora a créé un réseau de partenaires formés en Allemagne. Et pour chaque première pose, DAER est systématiquement présent. Cette marque allemande fait succès. Elle permet aussi à la société mulhousienne d'élargir son secteur géographique avec des poses jusqu'en Corse. Gage de fiabilité, Butzbach offre des solutions innovantes. « Le plus dur est de vendre la première, mais lorsque nos clients y ont goûté, ils ne peuvent plus s'en passer, souligne-t-il. Certains secteurs d'activité ont besoin de portes fiables. » Et cette marque allemande, justement, est gage de fiabilité.

Le «devoir de conseil»

Rigueur et réactivité font la force de DAER. L'entreprise mulhousienne est multi-marques. Elle conseille, achète, installe et dépanne. « Notre cheval de bataille reste le préventif et non pas le curatif. Lors de nos maintenances, nous examinons tous les composants de nos ouvertures et

fermetures, et nous signalons les pièces d'usure à remplacer. Les pannes, nous les anticipons. Nous avons aussi un véritable devoir de conseil par rapport à la mise en conformité et la réglementation. » DAER intervient dans tout le Haut-Rhin, au début du 67 ainsi que dans le 90.

Et maintenant, agrandir la famille

L'entreprise compte 15 personnes. Mais son développement passe désormais par le recrutement. Un recrutement indispensable pour répondre à une demande de plus en plus forte. DAER est ac-

tuellement en recherche de trois personnes pour compléter son effectif. « La seule condition est la motivation. Nous avons besoin de personnes prêtes à s'investir. Nous assurerons leur formation en interne. »

Emilie Jafrate

DAER - Butzbach France

2 rue de Lisbonne, Brunstatt-Didenheim
03 89 38 00 31
daer.fr
f DAER FRANCE



Pendant deux ans, Benoît Canfora est passé par tous les postes de l'entreprise, avant d'en prendre les manettes en 2018.

VOUS AVEZ UN PROJET ?
Nous avons la solution !

Atypik

CRÉATEUR DE BUREAUX

ÉTUDES - TRAVAUX - AMÉNAGEMENT

Un groupe d'experts pour vos projets tertiaires !

LES PRESTATIONS

- Définition des objectifs
- Etudes de faisabilité
- Travaux de second-œuvre
- Cloison Aluminium
- Aménagement

CONTACT
03 89 49 54 53
atypik@atypik-id.com
COLMAR - MULHOUSE - STRASBOURG

GS GROUP

TO BE SECURE

Vidéo Surveillance
 Télé Surveillance
 Cyber Sécurité
 Biométrie

Sécurisons votre avenir

Scannez pour plus d'info
74 Rue Jean Monnet | 68100 MULHOUSE
03 89 50 70 80 | contact@gs-group.fr
gs-group.fr

Elwood Bouazza, artisan chocolatier confiseur floral mulhousien

La fleur est au cœur de ses créations. Elwood Bouazza la décline façon chocolatée ou alors 100% florale à travers ses pâtes de fleurs. Le jeune artisan chocolatier confiseur floral vole de ses propres ailes depuis 2021, année du lancement de son entreprise, Fleurs de Chocolats.



La fleur - ses odeurs et ses saveurs - au cœur des créations du Mulhousien Elwood Bouazza. DR.

Si la restauration a été une vocation, l'univers du sucré a été une véritable révélation pour le Mulhousien Elwood Bouazza. Après une expérience au cœur d'un restaurant étoilé, il rejoint l'atelier de Pierre Hermé à Wittenheim. Une maison dans laquelle il passe huit années. Il fait le tour de tous les postes pour terminer en chocolaterie. Il découvre cette matière complexe qu'est le chocolat. Et c'est le coup de foudre. Il passe alors son CAP chocolatier en candidat libre, obtient le titre de chef chocolatier et décide de quitter la sécurité de son emploi pour voler de ses propres ailes. C'est ainsi que naît Fleurs de Chocolats, en juin 2021.

La technique artisanale de l'enfleurage

Fleurs de Chocolats, c'est l'association d'un ensemble de passions. Celle pour les essences flo-

rales, aiguisée dans les ateliers de Pierre Hermé déjà, mais aussi pour le jardinage, la permaculture et les fleurs comestibles, sans oublier celle pour le chocolat. Il faut une année à Elwood Bouazza pour trouver la bonne formule. C'est ainsi que naissent ses premières tablettes réalisées à partir d'une technique artisanale d'enfleurage. Une technique que le confiseur chocolatier doit adapter selon le type de fleur utilisé. « Le jasmin, par exemple, ne tient pas bien à la cuisson. La rose a besoin d'être infusée pour dévoiler tous ses arômes. »

Dépasser le préjugé du chocolat blanc

La base de ses tablettes est composée de chocolat blanc. « Le goût est neutre, ce qui permet aux fleurs de s'exprimer. Il y a beaucoup d'a priori sur le chocolat blanc mais je le réalise moi-même et je le sucre moins. » Elwood Bouazza propose aujourd'hui quatre parfums : rose, fleur de sauge, spirule odorante et jasmin. D'autres tests sont en cours pour proposer notamment, une gamme à base de chocolat au lait. Le confiseur a également élaboré une gamme de dix pâtes de fleurs. « J'infuse mes fleurs dans de l'eau et j'utilise du jus de pomme. Il a l'avantage d'avoir un goût neutre et de donner de la consistance. » L'immortelle est en cours de développement. « Elle a un goût assez épicé. J'attends aussi de recevoir du géranium rosa et bourbon. Ils me viennent de l'île de la Réunion. Ce sont des fleurs très parfumées. »

Des matières premières issues de l'agriculture biologique

Toutes ses matières premières sont issues de l'agriculture biologique. 80% de ses fleurs proviennent d'herboristeries françaises bio, 20% de cueillette sauvage. Le sureau, par exemple, vient de la forêt de Rixheim, sans oublier le jardin familial ou encore les fermes florales. « Je plante beaucoup de choses. L'idée est de devenir plus indépendant, dans les années à venir. »

Une clientèle de professionnels en majorité

Ses clients sont majoritairement des professionnels : des fleuristes, des revendeurs en épicerie fines, des concept stores. Les gourmandises d'Elwood Bouazza sont présentes dans la France entière. L'Epicure d'Or pour ses pâtes de fleurs lui ont ouvert les portes des épiceries fines parisiennes. Il crée également sur mesure pour des agences événementielles. Le confiseur est allé jusqu'à développer un coffret quatre pièces pour permettre aux mariés, par exemple, d'offrir un cadeau original à leurs invités. Des idées, il en a plein la tête.

De nouvelles inspirations en cours d'élaboration

Elwood Bouazza aime aussi transmettre. Il aimerait trouver une personne à qui faire confiance. « Chez Pierre Hermé, nous avions une directrice de l'époque qui a su nous transmettre les valeurs de la maison, que sont la rigueur et le souci du détail. » L'avenir de Fleurs de Chocolats continue de se dessiner dans la recherche et le développement. Le Mulhousien planche en effet à la recherche d'une forme de tablette différente. « Je travaille sur une silhouette de fleur. J'aimerais réaliser d'autres gourmandises à base de fleurs, que ce soient des sirops, des confitures... » L'idée d'une guimauve à base de fleurs avec une technique d'impression en sérigraphie alimentaire est en train de faire son petit bonhomme de chemin. Des essais sont en tout cas en cours. Et puis aucune nouveauté ne sortira avant qu'elle ne donne 100% satisfaction à Elwood Bouazza.

Emilie Jafrate

Fleurs de Chocolats

06 49 13 79 53

fleursdechocolats.fr

Fleurs de Chocolats

Fleurs de Chocolats

Kia Niro EV. 100% électrique.

Un projet d'entreprise ?
Contactez Lenny Colombo
Conseiller Kia Entreprise
lenny.colombo@caravenue.com
07 88 43 01 83

KIA Entreprise

CAR AVENUE KIA | MULHOUSE - CAR AVENUE
23 rue de Thann - Mulhouse

A 0 gCO₂/km

Consommations mixtes et émissions de CO₂ de Kia Niro EV 100% électrique : 16,2 kWh/100 km - 0 g/km.

*Garantie 7 ans ou 150 000 km (7^{ème} des deux termes échoué) valable pour tous les modèles Kia en France métropolitaine et Corse (hors DOM-TOM) et dans tous les États membres de l'UE ainsi qu'en Norvège, Suisse, Islande, Monaco et Andorre, sous réserve du respect du plan d'entretien défini par le constructeur et présenté dans le manuel utilisateur. Modèle présenté : Kia Niro EV Premium Business (100% électrique) 150 kW (204 ch), neuf avec peinture blanc nacré et montant arrière contrasté. Voir kia.fr

Pour les trajets courts, privilégiez la marche ou le vélo. #SeDéplacerMoinsPolluer.

UNE EXPERTISE À TOUS LES NIVEAUX !

GESTION COURANTE

FINANCEMENT

INVESTISSEMENT

PAIEMENTS

EPARGNE

ASSURANCES

Crédit Mutuel
SAINT-LOUIS REGIO

ESPACE ENTREPRISES
72 rue de Mulhouse - SAINT-LOUIS
03057@creditmutuel.fr

Tél. 03 89 70 85 48

Fine Fleur, le magazine made in Alsace des sœurs Witz dédié à l'art floral, la décoration et l'art de vivre

Fine Fleur
Fine Fleur Magazine
Fine Fleur Magazine

Il est le petit nouveau de la presse nationale. Le trimestriel Fine Fleur est en kiosques depuis le 9 juin dernier. Un magazine qui allie pour la première fois art floral, décoration et art de vivre. À la conception et à la rédaction: les sœurs Johanna et Sarah Witz.

Une est titulaire d'un bachelor design et graphisme passé à l'école Condé de Lyon puis d'un mastère direction artistique passé lui à Paris, avant de passer trois ans au cœur d'une agence de publicité. « Ce qui me fascine, c'est de pouvoir provoquer des émotions avec une phrase ou une image. » La seconde, Johanna, prend le chemin du cours Florent pendant une année. La jeune femme se cherche avant de trouver sa voie, celle du journalisme. Elle intègre l'ESJ Paris au cœur de laquelle elle se spécialise en presse féminine, un an, puis en presse culturelle. Diplômes en poche, fin janvier 2023, Johanna et sa sœur se trouvent en Alsace pour plancher à temps complet sur leur magazine, Fine Fleur.

Comme la visite d'une maison avec une thématique par pièce

Avec Fine Fleur, l'art floral, la décoration et l'art de vivre sont réunis pour la première fois au sein d'un seul et même magazine. Un premier axe de démarcation au cœur d'un marché à forte concurrence. Autre particularité, sa structure. « Nous l'avons pensé comme la visite d'une maison avec une ambiance par thématique », glissent les sœurs tout sourire. Elles ont également apporté un soin tout particulier à la sélection des objets déco proposés dans leur magazine, avec des prix accessibles à tous les budgets. « Nous avons une section luxe aussi, mais nous apportons une justification des prix. »

Des voyages et des objets accessibles à toutes les bourses

Un magazine dans lequel les sœurs Witz proposent également des Grands Reportages. Ce premier numéro emmène notamment le lecteur du côté de Grasse, capitale du parfum, mais aussi à Thann, au

cœur de la Ferme Florale de Clara Jupille. Sans oublier une jolie balade dans les Jardins de Giverny, l'oeuvre florale signée Claude Monnet. Un magazine qui invite au voyage, à la rencontre, aussi, avec des professionnels de la décoration, de l'art floral et de l'art de vivre, sans oublier des idées DIY. Dans ce premier numéro aussi, une paysagiste propose d'aménager son petit coin de paradis sur un balcon en vis à vis avec le budget approximatif dédié. Un magazine qui parle aux femmes de 25 à 55 ans.

Dans 3500 points de vente à travers toute la France

Les deux jeunes femmes ont constitué une équipe de free-lances, qu'ils soient à l'écriture ou à la photo. Fine Fleur a été tiré à 15 000 exemplaires. Il est distribué dans 3 500 points de vente à travers toute la France. Un magazine de 164 pages pour six pages pub. Des pages travaillées avec soin. « La marque mise en avant doit nous plaire. La publicité doit être agréable et se fondre dans l'esprit de notre magazine, souligne Sarah. Nous la considérons comme une recommandation. » Il faut aux deux jeunes femmes vendre 4500 exemplaires pour arriver à l'équilibre financier.

Un blog et des articles intermédiaires à venir

À peine sorti, les sœurs Witz étaient déjà à pied d'œuvre pour concocter leur deuxième numéro. Une magazine qui conservera sa colonne vertébrale, mais que les deux jeunes femmes n'hésiteront pas à faire évoluer au fil du temps. Fine Fleur aura également son site internet avec un espace blog, mais aussi d'autres sélections shopping. « Il nous permettra de nous montrer plus réactives et de sortir des articles entre deux numéros. »

Emilie Jafrate

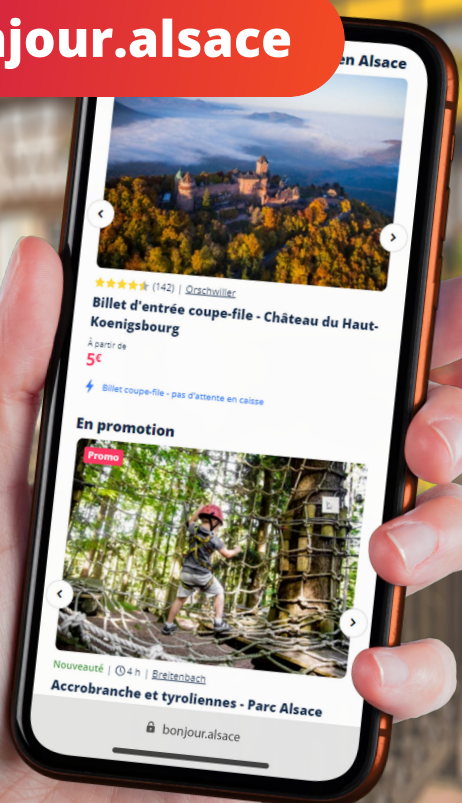


Fine Fleur, c'est le magazine trimestriel des sœurs Witz, dont le premier numéro est sorti en kiosque le 9 juin dernier.

PLUS DE 300 ACTIVITÉS DE LOISIRS À RÉSERVER SUR

www.bonjour.alsace

Vous aussi proposez gratuitement vos activités !



Plus d'info :

+33 3 67 10 43 65 (appel non surtaxé)
Du lundi au vendredi de 8h à 17h -
contact@bonjour.alsace
www.bonjour.alsace



Bonjour Hello!
Alsace

1er site de vente en ligne d'activités et d'expériences en Alsace.
www.bonjour.alsace



NOUS SOMMES FIERs DE SOUTENIR...



LE TOURISME ET LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE ET SOCIAL DES TERRITOIRES.



Découvrez nos clients formidables* et leurs projets que nous accompagnons afin de dynamiser et animer nos territoires.



*Accès gratuit hors coût de l'opérateur. Caisse régionale de Crédit Agricole Mutuel Alsace Vosges - 1 place de la Gare 67000 Strasbourg. 437 642 531 RCS Strasbourg. Société coopérative à capital variable. Établissement de crédit. Société de courtage d'assurances. Immatriculée à l'ORIAS sous le n° 07 008 967. Crédit photo : iStock

Métamorphose by Aurélien Zahydko, le facilitateur de la relation artisan/client

Trouver le bon artisan au bon projet et au bon client...Tel est son cheval de bataille. Aurélien Zahydko lance ainsi Métamorphose en janvier dernier. Une entreprise spécialisée dans le courtage de travaux installée à Wittelsheim.

Sa première vie professionnelle, il la passe au sein d'une grande entreprise chimique à Cernay. Et puis Aurélien Zahydko a eu envie de changer de cap. Poussé par sa passion de la rénovation - une passion qu'il pratique depuis une quinzaine d'années déjà - il crée sa propre société de courtage en travaux, Métamorphose. Une entreprise née sur un constat simple: « les artisans, aussi bons soient-ils, ne parviennent pas à se vendre parce qu'ils ne prennent tout simplement pas le

temps ». Aurélien Zahydko se pose désormais comme facilitateur des relations artisans/clients.

Passion rénovation

Le monde de l'artisanat, il le connaît bien pour le côtoyer depuis plus d'une décennie désormais. Aurélien Zahydko, c'est l'oeil extérieur, neutre. Une position qui lui permet d'apaiser les choses en cas de conflit. La règle d'or reste la transparence. « Nous sommes actuellement dans une période

compliquée. Les clients entendent que le prix des matériaux flambe, que des entreprises ferment... Qu'est ce qui est vrai? Je recadre les choses et je donne les prix justes. Et les clients acceptent beaucoup de choses si tu le leur dis. » Il peut également convaincre ses artisans de terminer un chantier, en cas de dépôt de bilan ou de recommencer s'il y a une malfaçon. De l'autre côté, Aurélien Zahydko contrôle la faisabilité du projet, la solvabilité du client final, aussi. « Et je tire la sonnette d'alarme si le budget prévu ne suffit pas. Et nous adaptons par tranches. »

Une relation au long cours

Pour l'heure, le gérant de Métamorphose a validé 100% de ses devis. Il est l'oreille attentive de ses clients. Il s'inscrit dans une relation de confiance au long cours. « Dans un premier temps, il me faut comprendre le projet, je négocie ensuite le prix, je signe la vente et j'assure le suivi des travaux jusqu'à réception. » La création, c'est ce qui le fait vibrer au quotidien. Aurélien Zahydko a également le souci des délais. Des délais pour lesquels il impose une véritable rigueur. « La plupart du temps, ce que retiennent en premier lieu mes

clients, c'est ce respect des délais. »

Des artisans partenaires sélectionnés avec soin

Ses artisans partenaires, il les sélectionne avec soin. Tout part d'une première découverte sur chantier. « Je suis moi-même maniaque sur les travaux, souligne-t-il. La finition doit être irréprochable et il doit y avoir la passion du métier. Quelqu'un qui aime son métier le fait bien. » Ingénieur généraliste de formation, Aurélien Zahydko comprend les matériaux, les techniques... Il l'a vécu dans le monde industriel. Et il tient à apporter certains réflexes de cette manière de travailler aux artisans qu'il côtoie.

Entre rénovation et neuf

Parmi les projets ayant déjà éclos, une résidence de quatre appartements installée à Wittelsheim, juste derrière son bureau. L'élaboration de la salle de crossfit de Wittelsheim, c'est aussi Métamorphose. Il a également fait agrandir une maison par la création d'un garage et d'une cave, sans oublier cette rénovation complète, toiture, crépit et garage.

De l'art pour accueillir sa clientèle

Autre particularité de cette société. Son local. Aurélien Zahydko reçoit ses clients au cœur d'un bureau spacieux, dans lequel sont exposées des œuvres d'art. Une autre de ses passions. L'art qui devrait d'ailleurs prendre de plus en plus de place au cœur de Wittelsheim, avec un projet de centre d'art dans les cinq prochaines années. Le gérant envisage également l'embauche d'un alternant dédié aux réseaux sociaux et au développement commercial. « Mais je ne veux pas devenir une grande structure. J'ai besoin d'avoir une vue sur chacun de mes chantiers. »

Emilie Jafrate

Métamorphose

116 rue de Reiningue, Wittelsheim
06 63 24 80 69



Passionné de rénovations et d'art, Aurélien Zahydko métamorphose depuis janvier 2023, les bâtiments aux côtés de partenaires de confiance

Philippe LENA

Conseiller Immobilier

☎ 06 61 77 58 97



Une expertise de l'immobilier d'entreprise et résidentiel



Une maîtrise technique et un accompagnement



Une puissance de diffusion

SAFTi.fr
f in @



HOME SYSTEMS

— Protection —

Alarme & Vidéosurveillance

Protégez ce que vous avez de plus précieux !

Votre spécialiste Isacien en systèmes d'alarme et vidéosurveillance !

PARTICULIERS - PROFESSIONNELS - COLLECTIVITÉS

Faites le choix d'un service de qualité par des experts, votre sécurité est notre priorité.

☎ 03 89 52 70 02

Cité de l'habitat
LUTTERBACH

home-systems.fr



PUBLI-INFO

Hôtel-Restaurant Au Floridor, l'institution thannoise de la famille Christen, bientôt centenaire

Il est une véritable institution dans le paysage thannois ! L'Hôtel-Restaurant Le Floridor, c'est bientôt cent ans d'existence. Un établissement familial dans lequel se succèdent les générations. Et l'histoire se lit sur ses murs.



(De gauche à droite) Kevin, Lucette, Valentin et Thiébaud Christen, trois des cinq générations réunies au cœur de l'établissement Le Floridor. Une véritable institution qui soufflera sa 100^{ème} bougie en 2025.

Installée dans un écrin de verdure, la quatrième et la cinquième génération se côtoient désormais au cœur de l'Hôtel-Restaurant Le Floridor. À chaque génération, sa transformation. En 1925, Le Floridor était une petite auberge installée en cœur de forêt. La première base du bâtiment actuel date de 1931. Une base créée par la deuxième génération. « Mes parents ont créé trois chambres supplémentaires », explique Thiébaud Christen, l'actuel gérant des lieux. Ce dernier rachète en 1993 avant de réaliser deux transfor-

mations. La première, en 1997, avec la mise aux normes deux étoiles de la partie hôtellerie. La seconde en 2019 avec le relooking complet de l'intérieur et l'aménagement des 17 chambres de l'établissement aux normes trois étoiles.

Un bâtiment transformé par chaque génération

De 1993 aux années 2000, quinze personnes oeuvraient au cœur de cet établissement. Ils sont aujourd'hui dix pour cinq jours et demi

d'ouverture contre six jours et demi sur sept auparavant. « Nous sommes désormais dans une phase de gestion et d'observation, souligne Thiébaud Christen. Le rapport à la marge a bousculé notre façon de fonctionner. » Avec l'arrivée de son fils, Valentin et son filleul, Kévin, en cuisine, Thiébaud Christen est passé de chef de cuisine à la salle. « J'ai la chance désormais, de côtoyer notre clientèle. Une clientèle de génération qui n'avait pas l'habitude de me voir. » Une proximité qu'il savoure dès le petit déjeuner.

Des bons plans touristiques pour agrémenter les séjours

Là aussi, la clientèle a évolué. Dans les années 80, elle revenait d'année en année, pour la semaine. Elle est désormais de transit. Une clientèle que Thiébaud Christen arrive bien souvent à garder une nuit supplémentaire. « Je leur conseille des endroits à aller voir », sourit-il. Les groupes sont également friands de cet établissement familial, à commencer par les cyclistes. « J'ai fait du vélo en compétition. Nous proposons un séjour clé en mains avec des parcours à la clé. Nos partenariats avec les restaurateurs alentours leur permettent de faire leur pause déjeuner. » Une saison touristique qui démarre à Pâques pour se clôturer en octobre. Parmi les touristes qui posent leurs bagages à Thann, ceux attirés par le patrimoine industriel mulhousien mais qui préfèrent se ressourcer loin de la ville.

La table du Floridor revisitée par la cinquième génération

Côté cuisine, Thiébaud Christen a laissé les fourneaux à son fils et son filleul. Valentin et Kévin alternent ainsi sur le secteur chaud et froid, histoire de ne pas perdre la main. La carte change au fil des saisons. Chaque met est fait maison, avec des produits locaux. S'il y a les incontourn-

nables de la cuisine alsacienne, à l'instar de la choucroute, des truites, qu'elles soient pochées au riesling, aux amandes grillées, sans oublier les carpes frites, les deux chefs s'expriment pleinement au fil de leurs « coups de chaud ». Le restaurant compte 36 couverts par service. Le duo sort une soixantaine de repas chaque jour pour livrer aux personnes âgées de Bistchwiller à Vieux Thann. Le Floridor est bien inscrit dans le paysage local et concocte notamment des buffets froids pour les événements des communes alentours.

Une salle dédiée aux séminaires

Traiteur hors de ses murs, Le Floridor accueille également les professionnels pour leurs séminaires. L'établissement dispose en effet d'une salle lumineuse équipée de paper-board, rétroprojecteur, d'écran... Des équipements indispensables associés à un cadre exceptionnel. Les professionnels bénéficient ainsi de salons, d'une terrasse, d'un jardin, sans oublier la cuisine, pour s'offrir une pause gourmande.

Labellisé Valeurs Parc Naturel Régional

Preuve de son engagement vert, Le Floridor a décroché le label Valeurs Parc Naturel Régional. Un label qui récompense ceux qui s'engagent pour la préservation et la promotion de leur territoire. Une marque qui valorise les entreprises engagées dans un modèle sociétal local, solidaire et durable.

Emilie Jafrate

Au Floridor

54 rue du Floridor, Thann

03 89 37 09 52

hotel-floridor-thann.com

Restaurant le floridor Thann



EUCLÉA
BUSINESS SCHOOL

STRASBOURG | MULHOUSE | METZ | REIMS

VOUS ÊTES EN QUÊTE DE JEUNES TALENTS PASSIONNÉS ET AMBITIEUX ?

Du Post-Bac au Bac +3

RECRUTEZ DES ALTERNANTS DYNAMIQUES EN COMMERCE ET MANAGEMENT

PLUS D'INFOS SUR
WWW.EUCLÉA-BUSINESS-SCHOOL.COM

INFORMATIONS ET DÉPÔT D'OFFRES D'ALTERNANCE

Eucléa Mulhouse
12 Allée Nathan Katz, Mulhouse
03 89 56 21 28 | mulhouse@eucléa-bs.com



VOTRE EXPERT LOCAL

Atypik

AGENCE IMMOBILIÈRE D'ENTREPRISE

UNE ÉQUIPE DE PROFESSIONNELS POUR VOUS GUIDER

- Achat
- Vente
- Location

ESTIMER SON BIEN IMMOBILIER :
Quelle est la valeur de vos bureaux ?

CONTACTEZ-NOUS POUR UNE ESTIMATION GRATUITE !



n° 03 89 49 54 53
atypik@atypik-id.com

COLMAR - MULHOUSE - STRASBOURG



Epicurien, Stéphane Simon a toujours partagé les vins de sa cave avec ses proches, avant de lancer son propre concept de manière professionnelle.

Les Vins de ma Cave, le concept épicurien et intimiste de Stéphane Simon

Vivre de sa passion, c'est ce qui l'a poussé à se reconverter. Stéphane Simon crée régulièrement des moments de dégustation privilégiés, en petit comité, au cœur de sa cave installée à Wittenheim.

Finis les notions de délai et de stress, Stéphane Simon avait envie de terminer sa carrière profes-

sionnelle par un métier passion. C'est ainsi que naît les Vins de ma Cave en mars 2022. Le vin a

toujours rythmé sa vie. « Lorsque je travaillais dans la grande distribution, je me déplaçais beaucoup dans toute la France et lorsque je goûtais un bon vin, je me dépêchais d'aller en direct chez le producteur », se souvient-il en souriant. Ces visites chez les vignerons en quête de pépites fait désormais partie de son quotidien.

Une dégustation hebdomadaire en petit comité

Stéphane Simon n'a pas de boutique non plus. Son concept répond à ce besoin de travailler en toute liberté. Il propose ses vins à la dégustation à l'occasion de rendez-vous hebdomadaires, en petit comité - une douzaine de personnes maximum - au cœur de ce lieu chaleureux qu'il a aménagé de toute pièce avec la complicité de son épouse à Wittenheim ou dans l'un des restaurants partenaires. Des soirées thématiques, que ce soit autour d'une appellation, d'un cépage ou encore d'un domaine. Stéphane Simon aime aussi casser les codes, avec des soirées à l'aveugle. Ses vins sont toujours accompagnés d'une petite cuisine.

«Du vin à prix abordable, sans pour autant oublier les belles étiquettes !»

Les vins proposés à ses clients sont tous des coups de cœur. Ceux que Stéphane Simon a pris plaisir à déguster. « Sur un test de huit vins du Languedoc, par exemple, je n'en propose finalement que deux parce que ce seront les deux qui m'auront plu », souligne-t-il d'ailleurs. Stéphane Simon se plaît également à faire découvrir des domaines alors inconnus jusque là. « Ce sont des références trois à quatre fois moins chères, explique-t-il. J'essaie de proposer du vin à un prix abordable, sans pour autant oublier les belles étiquettes ! »

Les vins jaunes du Jura, des vins « atypiques et magnifiques »

Lui aime tout particulièrement le Châteauneuf du Pape. « En bouche, c'est un vin puissant, qui a du corps et qu'on peut garder. » Il y a aussi les vins jaunes du Jura. « Ce sont des vins atypiques, laissés au contact de l'air pendant six ans et trois mois. Le vin s'oxyde et une couche de moisi s'ins-

talle en surface. La bouteille ne fait que 62cl. Elle est réduite en fonction de la perte subie dans le fût. Ce sont des vins magnifiques, qui s'accompagnent parfaitement avec du comté et des morilles », ne manque-t-il pas d'ajouter avec malice.

Des vins à la carte de tables gastronomiques, jusqu'aux pizzerias

Sa clientèle est actuellement composée à 50% de particuliers et 50% de professionnels. « Avec le particulier, j'aime le partage et la proximité que procure la dégustation d'un vin. Souvent, mes clients deviennent des copains et lorsque je leur livre leur commande, ils me font découvrir à leur tour un vin qui leur a plu. » Un moyen pour Stéphane Simon de faire le tour du monde depuis son Alsace natale. Côté professionnel, les vins dénichés par Stéphane Simon se retrouvent à la carte des restaurants, du gastronomique à la pizzeria. Il porte une autre casquette, celle d'agent, pour une douzaine de domaines français. « C'est une partie purement commerciale. J'en ai fait toute ma vie et j'avais besoin de rester au contact. » Une activité à destination de la CHR (Cafés-Hôtels et Restaurants).

Une plongée au cœur de la vigne sur demande, pour les soirées d'entreprises aussi

La suite? Etoffer, tout simplement, sa clientèle, pour davantage de partage encore. « Je souhaite que les belles soirées se poursuivent, que les participants reviennent avec leurs proches ou leurs amis, pour vivre un bon moment. » Des vins qu'il souhaite également partager dans le plus de restaurants possibles. Stéphane Simon propose également des soirées aux entreprises. L'occasion d'offrir une plongée au cœur de la vigne entre collaborateurs.

Emilie Jafrate

Les Vins de ma Cave
6 rue du Périgord, Wittenheim
06 12 81 62 23
lesvinsdemacave.fr
📍 Les Vins de ma Cave

Découvrez JF2C le Mag... un premier numéro en béton !

Bailleurs sociaux
Collectivités locales
Promoteurs
Architectes



Téléchargez ce premier numéro depuis notre site web :
www.jf2c.fr
rubrique "Actualités"

Coup de projecteur sur nos six métiers liés à la **rénovation, construction ou travaux de maintenance**. Ce magazine s'adresse à l'ensemble des acteurs majeurs du bâtiment.

Les experts **JF2C** qualifiés **QUALIBAT RGE** sont à votre disposition pour répondre aux évolutions techniques pour la réalisation de tous projets.



69 Rue de la Charte - 68400 Riedisheim
travaux@jf2c.fr - Tél. : 03 89 34 35 70



L'engagement mutuel !

**Au plus
proche
de vous !**

L'accueil dédié aux
Professionnels au sein du
Pôle Entreprise est possible
du lundi matin au samedi midi.

Crédit Mutuel
La DOLLER

L'EXPERTISE BANCAIRE DES PROFESSIONNELS
POUR LES PROFESSIONNELS

PÔLE ENTREPRISES

3 rue du 2e Bataillon Choc
MASEVAUX-NIEDERBRUCK

7, rue du Pont d'Aspach
BURNHAUPT-LE-HAUT

Tél. : 03 89 36 64 63 - Courrier : 03530@creditmutuel.fr

Poupette Cakaouette, l'éco-boutique des Zouzous imaginée par Marjorie Schwartz et toute sa famille

Poupette Cakaouette est née le 18 octobre 2022 au cœur de Cernay. Il est le "troisième bébé" de la famille Schwartz. Une boutique dédiée à l'enfance, de la naissance jusqu'à 12 ans, dans laquelle Marjorie apporte ses conseils et son expertise pour dénicher le produit adapté au moment.

Le domaine de l'enfance a rythmé sa vie professionnelle. Ses onze premières années, elle les passent au contact de tous les professionnels du domaine. Une somme de compétences qu'elle emmagasine sans même s'en apercevoir. « J'avais alors une énorme charge de travail, une amplitude

horaire très importante et beaucoup de temps de route. Le rythme était effréné et je ne voyais pas mes propres enfants grandir. » Est alors venu le temps du questionnement et soudain, l'évidence. « Un soir à 22h30, j'ai dit à mon mari et si j'ouvrais une boutique pour enfants ? » L'aventure

était lancée. Une aventure dans laquelle s'investit toute la famille.

Trouver le cadeau idéal par le conseil

Marjorie Schwartz dispose depuis toujours d'une appétence pour l'univers du jouet. « Vous me lâchez dans un magasin, j'y passe une heure et demi sans souci, sourit-elle. Le plus dur pour moi est d'en sortir les mains vides... » Des heures, elle en a passées, à décrypter ces objets de l'univers enfant. Aujourd'hui, elle teste chacun des jeux qu'elle propose avec sa famille et les propose en démo au cœur de sa boutique. Cette passion et ces compétences, elle les partage désormais avec ses clients. Trouver le cadeau idéal n'est d'ailleurs pas si aisé. Pour Marjorie, cela demande un minimum de connaissances. « La première question est de savoir s'il a des frères et sœurs. Si c'est le cas, je vais par exemple proposer un jeu coopératif qui évitera les disputes. Pour un premier enfant, c'est plus facile. Côté doudou, il y a la poupée en tissu. Si c'est le deuxième ou le troisième, on cherchera quelque chose de plus original. »

Des petites marques coup de coeur aux marques reconnues et bien installées

Chaque objet est choisi avec soin. Du bois, du made in France, au maximum. Poupette Cakaouette, c'est un ensemble de petites marques coup de coeur, peu ou pas connues, disséminées dans la boutique, sans oublier les marques nationalement reconnues. « Elles doivent avoir une démarche éducative intéressante, une philosophie éco-responsable, une originalité. Je visualise

toujours mes enfants avec. » Des objets pour tous les budgets. Au rang des bestsellers, les lunettes de soleil incassables ou encore la lampe polochon, une veilleuse nomade, dont l'utilisation évolue au fil des âges. Marjorie Schwartz pense également aux mamans, avec des sets de table à dessiner et redessiner, qui se glissent dans le sac à main. Un moyen ludique d'occuper les enfants au restaurant, par exemple. Ici, les créateurs locaux sont également mis à l'honneur, à l'instar des gigoteuses Schnoukydou et leur tissu exclusif à Poupette Cakaouette.

« J'adore les bébés qui entrent dans ma boutique »

Poupette Cakaouette s'est déjà forgé une solide réputation auprès des parents et des grands-parents. « On pousse souvent ma porte pour le plus petit de la famille, et puis mes clients découvrent des idées cadeaux pour leurs plus grands. J'ai aussi des personnes qui ont besoin de trouver un présent pour des bébés plus ou moins éloignés. » Il y a également les mamans qui viennent s'équiper ou encore les papas, dirigés par les mamans. « Et j'adore les bébés qui entrent dans ma boutique. J'ai la chance d'en voir grandir quelques uns depuis octobre et de commencer à bien les connaître. Je sais ce qui a marché ou ce qui n'a pas marché, ce qui me permet d'affiner le conseil. »

Un lieu de rencontres, d'expériences et de partages

Cette caverne d'Ali Baba de l'univers enfant ne cesse de s'étoffer au gré des découvertes de Marjorie Schwartz. Un lieu de rencontres, d'expériences aussi, avec un atelier Montessori par mois. Et du neuf est à venir d'ici quelques mois avec un projet qui mûrit autour de la parentalité. Poupette Cakaouette n'a pas fini de grandir.

Emilie Jafrate

Poupette Cakaouette
5 rue du Maréchal Foch, Cernay
03 67 76 94 46
poupette-cakaouette.fr
f PoupetteCakaouette

Vous désirez communiquer dans

Le Périscopie
Le média des entreprises locales

sous forme d'annonce publicitaire ?

Contactez notre service commercial
au 06 26 52 40 56



EXTRA STOCKAGE
LA LOCATION DE BOX AU M

Stocker vos affaires
en parfaite sécurité

extrastockage.com - 7 et 9 Avenue d'Italie 68110 Illzach - 03 89 311 811



OLWE
L'AGENCE DE
DÉVELOPPEMENT WEB
SUR-MESURE

- Site internet
- Application web
- Maquette UX/UI
- Audit
- API
- Hébergement

© 06 01 75 47 87
41 Av. de Lutterbach - MULHOUSE
contact@olwe.fr

olwe.fr

Gardiens des Souvenirs, le talent paysager d'Aurélia Fourny au service de l'entretien des sépultures

Parce qu'ils n'ont pas le temps, pas la force, ou que la distance géographique est trop importante pour s'en occuper... Aurélia Fourny propose - à travers son entreprise Gardiens des Souvenirs - de rénover, entretenir et fleurir les sépultures du Haut-Rhin et du Territoire de Belfort.

Les cimetières, elle les côtoie depuis longtemps. « J'ai perdu mon papa jeune. J'ai l'habitude d'aller dans les cimetières, glisse-t-elle simplement. Et lorsque mes grands-parents sont repartis dans le Nord en 2019, avec les confinements qui ont suivi, je n'ai pu me rendre moi-même sur sa tombe pendant un long moment. Lorsque j'ai pu y retourner, cela a été un choc. Je me suis pris une claque. » Elle cherche alors une entreprise qui puisse répondre à son besoin... « Mais je n'ai trouvé personne qui me propose davantage que du fleurissement... » C'est de ce vécu personnel que naît Gardiens des Souvenirs.

Un concept unique

Son panel de compétences est large et elle le met au profit des défunts. Entretien, rénovation, fleurissement, son concept est unique. « Avec le temps, les sépultures souffrent et le savon noir ou le coup de balai ne suffisent plus. » Aurélia utilise des produits naturels, pas de nettoyeur haute pression et s'attache à utiliser très peu d'eau. Cette ressource lui vient de récupérateurs installés dans les jardins de ses proches. Tout y passe, jusqu'à la rénovation des joints. Les ornements sont nettoyés avec minu-

tie, « à la brosse à dents ». Elle utilise aussi des produits hydrofuges, pour protéger la pierre sur le long terme. Le résultat avant/après est bluffant. Les sépultures retrouvent leur éclat d'antan.

« Ces plantes vont s'étoffer au fil du temps, créer du mouvement »

Paysagiste de formation, la jeune femme s'éloigne des codes classiques du fleurissement en cimetière. Elle n'hésite pas à intégrer du tournesol, ou de la lavande dans ses créations. Et plutôt que de les poser dans un pot sur le marbre, Aurélia les plante directement dans la terre. « Ces plantes vont s'étoffer au fil du temps, créer du mouvement. J'aime les couleurs, la vie. Le résultat doit être reposant, pour que l'hommage rendu soit le plus beau possible. » Ses fleurs et végétaux sont 100% Made In Alsace.

Respect, patience et minutie

Ce métier demande beaucoup de qualités humaines, à commencer par l'empathie. « On touche à quelque chose qui n'a pas de valeur. À un être aimé. Il faut d'autant plus faire attention et avan-

cer avec respect, patience et minutie. » La première chose que la jeune femme fait en arrivant devant une sépulture, c'est de dire bonjour et se présenter. Ensuite seulement, elle se met au travail. Aurélia Fourny intervient dans tout le Haut-Rhin, jusque dans le territoire de Belfort. « Je réponds aux besoins de familles dans le deuil, des enfants qui ont perdu leurs parents, des parents qui ont perdu un enfant, des familles qui se retrouvent en plein cœur de conflits... Les personnes qui traversent un deuil sont en état de stress. »

Que tout soit parfait pour l'arrivée des proches

Cette activité connaît des temps forts. « Les Rameaux, la semaine qui précède Pâques. En Alsace, on y tient. Il y a bien évidemment la Toussaint, sans oublier la fête de pères, des mères, ou encore les anniversaires. » À chaque fin de chantier, Aurélia Fourny prend une photo qu'elle envoie à ses clients. Mais elle ne peut s'empêcher de repasser une dernière fois avant l'arrivée prévue des familles sur leur lieu de recueillement. « Si un gros orage éclate entre le moment où je termine et le moment où la famille arrive, je reviens vérifier, quitte à repasser un dernier coup de chiffon. »

Emilie Jafrate

Gardiens des Souvenirs

06 31 86 59 83

gardiensdessouvenirs.fr

 Gardiens des Souvenirs



Gardiens des Souvenirs est né de l'histoire personnelle d'Aurélia Fourny.

Crédit Mutuel

ESPACE ENTREPRISES

Le Crédit Mutuel Centre Affaires Rhénan

LE PARTENAIRE SUR QUI VOUS POUVEZ COMPTER !

Nos équipes se rendent toujours disponibles pour vous épauler, vous conseiller et vous guider dans vos choix.

Nous sommes à vos côtés !

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

 **03 89 39 41 50**



VOTRE RÉUSSITE, NOTRE OBJECTIF COMMUN !

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

