journal.le.periscope
Le Périscope
Journal le Périscope
leperiscope68

NUMÉRO SPÉCIAL
CPME 68
HAUT-RHIN

N°52 - Oct. / Nov. 2021

Le Périscope

Le média des entreprises locales
le-periscope.info

EDITO

Le fameux PPDC

Qui se souvient encore du PPDC, l'angoisse des non-matheux... le fameux plus petit dénominateur commun. Alors c'est le moment de se replonger dans nos souvenirs d'écoliers et de trouver quel est le PPDC entre la CPME 68 et ce numéro spécial du Périscope. Vous avez cinq minutes! Vous séchez ? Normal ! Pourtant le lien est très simple : c'est le dirigeant de PME, celui-là même qui est au cœur de l'économie, souvent oublié ou passé inaperçu tant les projecteurs des grands médias nous ont habitués à ne parler que des grosses entreprises, des groupes internationaux.

On en oublierait presque que sans les PME, le paysage économique serait différent voir inexistant. Et ce n'est certainement pas la CPME 68 qui dira le contraire. Rappelons que la Confédération des Petites et Moyennes Entreprises, est la seule organisation patronale interprofessionnelle, regroupant l'artisanat, le commerce, l'industrie et les services. Elle représente des TPE, PME et PMI patrimoniales, dont le chef d'entreprise engage dans son entreprise tout son avoir financier, celui qui exerce des fonctions réelles et uniques de responsabilité de gestion, celui qui met en jeu son savoir, en cas d'échec, son honneur.

Pour se rendre compte du poids des PME, quelques chiffres : sur le territoire français, ces entreprises représentent près de4 millions d'entreprises, soit 99,9% des entreprises, 6,3 millions des salariés, 43% de la valeur ajoutée. La CPME défend les intérêts économiques et sociaux des chefs d'entreprise auprès des Pouvoir Publics, des Administrations, des collectivités locales et des organisations communautaires et internationales. Elle est force de proposition et défend les droits des TPE, PME et PMI.

Dans ce nouveau numéro consacré à des partenaires et adhérents de la CPME 68 , vous allez faire un plongeon du côté de Seppois-le-Bas, pour revivre l'aventure du groupe Waterair, comprendre comment le groupe FH Ortho, expert en implants de la reconstruction articulaire, a su et pu accélérer son développement à l'international, vous intéresser à la saga familiale de la Sapam, le grossiste fruits, légumes et marées. À chaque fois, ces aventures sont celles d'un homme, d'une femme, d'une famille qui ont cru en un rêve... un rêve qui se poursuit encore aujourd'hui.

Pierre Alain

Le Groupe FH Ortho, expert des implants de la reconstruction articulaire, accélère son développement à l'international

Rachetée par le groupe japonais Olympus en novembre 2020, l'entreprise mulhousienne FH Ortho SAS - spécialiste des implants de la reconstruction articulaire - voit s'ouvrir l'opportunité d'accélérer son développement à l'international, tout particulièrement en Asie.

C'est dans une logique de « *Quick Win* » que se sont inscrits Olympus et le Groupe FH Ortho. L'entreprise mulhousienne est officiellement devenue filiale d'Olympus le 1er novembre 2020. « *Nous apportons des compétences et des produits complémentaires à Olympus pendant qu'eux nous ouvrent les portes du Japon. Ils vont nous permettre d'accélérer notre développement vers l'Ouest* », précise Jean-Marc Idier, président du Groupe FH Ortho.

30% de son chiffre d'affaires à l'international

FH Ortho SAS est une PME haut-rhinoise spécialiste des implants pour la reconstruction articulaire et la chirurgie osseuse. Le Groupe réalise chaque année près de 40 millions d'euros de chiffre d'affaires, dont 70% en France et 30% à l'international. Le Groupe FH ORTHO c'est le siège (FH ORTHO SAS), une base logistique ainsi qu'un service marketing et commercial installés à Mulhouse, un site de fabrication à Quimper (FH INDUSTRIE) et trois filiales : Etats-Unis, Pologne et Royaume-Uni. « *En valeur, les USA représentent quasiment 70% du marché mondial, souligne Jean-Marc Idier. La Pologne est le fruit d'une acquisition passée et nous permet d'être présents sur un marché de près de 45 millions d'habitants en croissance. Une filiale au Royaume-Uni entre dans notre stratégie de couverture en direct des pays d'Europe de l'ouest, stratégie que nous voulons accélérer avec Olympus.* »

Un marché « d'ultra-niche »

La clientèle du Groupe FH Ortho est composée de chirurgiens orthopédiques. Cette entreprise est le maillon d'un processus en quatre phases: « *Tout part d'un chirurgien confronté à une problématique. Nos ingénieurs imaginent une solution d'implant qui permette de restaurer le mouvement. Cette solution revient aux chirurgiens qui définissent les meilleures techniques opératoires, à partir desquelles nos techniciens conçoivent les instruments dédiés qui seront utilisés pour la pose.* » Chaque solution coûte entre 0,5 et 2 millions d'euros à développer. Il faut compter près de cinq ans du début du développement au marquage CE, indispensable pour une mise sur le marché. « *Nous nous positionnons sur un marché d'ultra niche pour des pathologies relativement rares... s'il fallait les comparer à celles traitées par l'industrie pharmaceutique*».

L'innovation pour ADN

Le marché est tenu par cinq grands acteurs américains. En Europe, seuls la France, l'Allemagne et l'Italie disposent encore d'acteurs locaux et de filières complètes avec des sous-traitants spécialisés. « *Nous faisons plutôt partie des petits, glisse Jean-Marc Idier, mais ce sont des acteurs de tailles intermédiaires qu'arrivent les innovations. Nous marquons notre différence par notre R&D. Les écoles de chirurgie françaises sont reconnues à travers le monde. Beaucoup d'idées innovantes sont exprimées en France. Notre acquisition par Olympus n'est pas le fruit du hasard. Et ce contexte explique qu'il existe encore des PME comme nous en France.* »

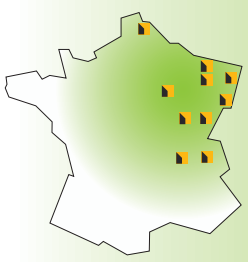
Jean-Marc Idier, lui, est animé par la passion de la mécanique et de l'humain. « *Dans les années 70, les progrès de la chirurgie orthopédique ont fortement contribué à l'augmentation de la durée de vie grâce au traitement des pathologies lourdes liées à l'arthrose et aux fractures du col du fémur. Aujourd'hui, de nouvelles générations de prothèses, dont celles de révision, contribuent à maintenir les gens actifs et en bonne santé jusqu'à des âges parfois avancés. Au-delà de l'importance de garantir une bonne qualité de vie, le maintien en forme d'une population vieillissante représente également un fort enjeu économique pour l'avenir dans nos pays.* »

Emilie Jafrate

FH Ortho SAS
3, rue de la Forêt - 68990 Heimsbrunn
03 89 81 90 92
fhortho.com

Jean-Marc Idier, Président du Groupe FH Ortho

LCR
LES CONSTRUCTEURS REUNIS
LCR MULHOUSE 03 89 42 89 74



PROMOTEUR - CONSTRUCTEUR - CONTRACTANT GÉNÉRAL
La construction clé en main en immobilier d'entreprises
Plateformes logistiques / Transport / Messagerie, Immeubles tertiaires, Villages d'entreprises, Sites industriels (yc agro-alimentaire), Locaux d'activités, Pôles médicaux, Hôtels & réhabilitations...
Pour tous vos projets de 300 à 50 000 m²
Retrouvez nous aussi : à Lille, Metz, Nancy, Strasbourg (Siège), Troyes, Dijon, Besançon, Lyon & Annecy

Systancia, l'innovation au cœur de ses solutions de cybersécurité, d'intelligence artificielle et de virtualisation d'applications

Editeur français de logiciels de cybersécurité, Systancia a été créée par Christophe Corne en 1998. Cette entreprise mulhousienne est aujourd'hui la seule entreprise européenne à détenir la technologie "zéro trust", selon le Gartner, société de conseil américaine.

Christophe Corne, Président du Directoire et Fondateur de Systancia. DR

Systancia est née en 1998, alors qu'il n'était encore qu'étudiant en thèse. « *Avant même d'avoir soutenu, créer mon entreprise était la suite logique de ma carrière*», se souvient Christophe Corne. La raison d'être première de Systancia était la mise à disposition d'applications à distance pour des utilisateurs. L'entreprise se développe progressivement jusqu'à gagner le milieu scolaire, via un environnement numérique de travail. Un produit qu'il vend en 2004 au groupe Hachette Livre. « *Le produit de cette vente m'a permis de développer Systancia.* »

Le « zéro trust » depuis 2014

L'entreprise se développe à mesure qu'émergent de nouveaux besoins, à commencer par celui de protection. « *Les utilisateurs ont commencé à utiliser nos applications à l'autre bout du monde. Les serveurs étaient alors exposés.* » En 2014, Christophe Corne met un premier pied dans le monde de la cybersécurité jusqu'à éditer des solutions de "zéro trust", pour offrir une qualité supérieure de sécurité. « *Il permet un accès unique à la ressource par un contrôle de l'identité numérique de l'utilisateur. Nous mettons en place des barrières infranchissables. Le jour où le collaborateur part, tout accès est révoqué.* »

L'arrivée de l'environnement Cloud en 2019

Une nouvelle étape est franchie en 2019. Systancia commence à basculer une partie de ses produits dans un environnement cloud. Un nouveau produit pour sécuriser le télétravail. « *À l'arrivée du Covid, nous n'étions pas tout à fait prêts. Les cycles de vente et d'installations étaient longs. Il fallait compter près d'un an de la rencontre du prospect à l'installation en production. Avec l'approche Cloud, nous hébergeons le produit qui peut alors être découvert et testé par le prospect le lundi matin pour un paramétrage en fin de journée.* » Une solution qui permet le démarrage immédiat du télétravail sécurisé depuis novembre 2020.

25% de sa masse salariale dédiée à la R&D

Systancia s'adresse à tout type de clients, des institutions aux grands groupes industriels en passant par le monde hospitalier, l'automobile, le secteur bancaire, les assurances, aussi bien que les ministères. « *Nous avons de plus en plus d'entreprises de petite taille.* » Ses logiciels sont désormais utilisés par 600 clients, majoritairement installés en France, mais aussi en Europe ainsi qu'au Moyen Orient. Systancia, c'est une équipe de 140 collaborateurs dont 35 dédiés à la R&D. « *Ils représentent 25% de notre masse salariale. Nos ingénieurs conçoivent nos produits selon les besoins de nos clients, complétés par les innovations que nous pensons nécessaires au marché. Nous avons également une équipe support, en soutien de nos clients, une équipe de consultants pour les aider dans l'installation, que ce soit sur place ou à distance ainsi qu'une équipe de commerciaux, présents pour accompagner les équipes techniques des entreprises avant la vente, sans oublier notre équipe marketing.* » Des équipes qui ont toutes le goût de l'innovation.

L'ANSSI, pour se challenger au quotidien

Dans ce marché concurrentiel, quatre sur cinq sont nord-américains. « *Nous sommes reconnus comme la seule entreprise européenne à détenir la technologie zéro trust. Dans ce sujet de cybersécurité, nos clients se montrent attentifs à l'éditeur qu'ils choisissent.* » Au quotidien, Systancia est challengé par l'ANSSI (Agence Nationale de Sécurité de Systèmes d'Information) qui établit les certifications de ses produits. Sur la partie cloud, Systancia est parmi les premiers à disposer de l'expérience utilisateur avec des installations en quelques clics pour arriver à un bon niveau de sécurité.

Néomia investit le marché de l'intelligence artificielle en 2021

En 2021, Systancia a créée une filiale, Néomia. Une filiale dédiée à l'Intelligence Artificielle. « *Nous proposons un produit d'authentification en continu. Cela veut dire qu'il est possible de vérifier à tout instant si l'utilisateur est le même. On définit pour cela une empreinte comportementale.* »

Un engagement fort sur le territoire mulhousien

Fortement engagé sur le territoire, Christophe Corne est administrateur de la CPME68 depuis 2019. « *Pour moi, Systancia est redevable à son territoire. Mulhouse a souffert de la désindustrialisation mais elle garde de son passé son foncier, ses valeurs et son esprit entrepreneurial qui existe depuis deux siècles. Il est de notre responsabilité de conserver cette flamme, l'entretenir et la faire grandir. Il faut passer d'un Mulhouse défensif à un Mulhouse offensif pour attirer de nouveaux talents. La CPME68 est dans cette même logique.* »

Emilie Jafrate

Systancia
3, rue Paul-Henri Spaak - 68390 Sausheim
03 89 33 58 20
systancia.com

Waterair, la piscine sur-mesure, innovante et accessible à tous

Le Groupe Waterair entre dans sa 50ème année. Cette entreprise familiale, ancrée en Alsace, doit sa longévité à son savoir-faire, sa rigueur, son sérieux et une ligne directrice : celle d'offrir à ses clients une piscine sur mesure, accessible techniquement et financièrement et ce, grâce à l'apport de l'innovation. Le groupe est présent dans toute la France et 29 pays européens par le biais de vendeurs exclusifs.

Les piscines Waterair, ce sont 90 modèles pour près de 200 000 variantes. Un groupe présent dans plus de 100 départements et 29 pays européens par le biais de vendeurs exclusifs. Des produits garantis 20 ans, preuve de leur robustesse. « *La ligne directrice de Waterair est d'offrir à nos clients la piscine qui leur correspond, du coloris du liner à sa taille jusqu'au système de filtration, explique Vianney Tuffal, directeur général des Piscines Waterair. Notre particularité est de proposer des piscines en kit à monter soi-même pour qu'elles restent accessibles à tous les budgets.*»

Une hotline proche de ses clients, basée à Seppois-le-Bas

Une accessibilité qui ne se fait cependant pas au détriment de la qualité. Le groupe dispose d'une hotline installée à Seppois-le-Bas de plus de 40 collaborateurs en saison. « *C'est une hotline d'experts, capables de donner ses petits trucs pour permettre à nos clients de réaliser leur projet.* » Cet accompagnement a pris un véritable virage digital, par le biais de tutos vidéos mais aussi d'applications. «*Nous avons pris le meilleur du digital pour que la piscine soit simple à vivre*», souligne Vianney Tuffal. Des applications qui permettent de simplifier la vie du client dans l'entretien et le montage de sa piscine.

L'innovation pour ADN

L'innovation fait partie intégrante de l'ADN du groupe Waterair avec ce soucis constant de réduction d'empreinte carbone. Depuis 2006, le groupe mène une politique d'éco-conception. C'est ainsi que nait la couverture chauffante solaire, Solae Waterair®, en 2016. « *Non seulement, elle sécurise le bassin, ce qui est une obligation légale, mais elle offre en plus 6 à 9 degrés supplémentaires à l'eau grâce à l'effet de serre. Pas de coût supplémentaire donc pour une eau plus chaude qui permet en plus d'allonger sa saison de baignade de mai à septembre.*» Deuxième poste d'amélioration, le système de filtration qui représente près de 50% de la consommation électrique d'une piscine. Depuis 2020, Waterair a trouvé la solution pour un produit à faible consommation électrique. «*Grâce à une filtration basse consommation, cinq fois moins énergivore qu'une filtration classique, nos clients réalisent jusqu'à 500€ d'économies en électricité par an !*»

Un label «Solar Impulse Efficient Solution» pour sa piscine zéro impact

Grâce à deux panneaux photovoltaïques connectés à la maison, cette piscine se transforme en piscine zéro impact. Elle a été récompensée par le label «*Solar Impulse Efficient Solution*» en août 2021. «C*e label est une véritable reconnaissance pour toutes les équipes qui ont travaillé dessus. Notre piscine fait partie des 1000 solutions qui contribuent à changer le monde !*» Fort de 413 collaborateurs, Waterair réalise toute la conception de ses produits en Alsace, à Seppois-le-Bas. « *Si on conçoit bien, on fabrique mieux.* » La R&D reste d'ailleurs un poste très important au sein du groupe. Waterair reste une entreprise très ancrée sur son territoire local. À Seppois-le-Bas elle se situe à deux pas de ses marchés. Ces deux dernières années, l'entreprise alsacienne connaît une progression de 30% de son chiffre d'affaires par an. Un groupe qui vient tout juste d'ouvrir une filiale en Allemagne, sa quatrième, après l'Espagne, ouverte il y a plus de 20 ans, l'Italie et une Joint Venture en Allemagne, pour la fabrication de margelles avec le leader de ce marché.

Vianney Tuffal, Directeur Général du Groupe Waterair. DR

Emilie Jafrate

Groupe Waterair
Zone artisanale -68580 Seppois-le-Bas
03 89 07 45 60
waterair.com

Etienne Barilley, Président de la Fédération du Bâtiment et des Travaux Publics du Haut-Rhin - la voix du monde du bâtiment

Etienne Barilley est dans sa sixième et dernière année de mandat à la Présidence de la FBTP du Haut-Rhin. Une Fédération dont il a pris toute la mesure au cours de ses deux mandats.

La Fédération du BTP du Haut-Rhin, ce sont 800 entreprises adhérentes. Une section départementale organisée autour d'un Secrétaire Général, Pierre Fuetterer et huit permanents. Elle accompagne ses adhérents sur tous les fronts, de la technique au juridique en passant par les ressources humaines. Pendant ces six années, Etienne Barilley s'est fait la voix du monde du BTP. « *C'est un domaine qui pèse dans notre société et nos entreprises ont besoin d'avoir un porte-parole, une personne pour les représenter. Mais j'étais loin de m'imaginer le poids que nous représentons auprès des politiques, des chambres consulaires, de l'administration... Cette fonction est humainement très enrichissante.* »

Un poids important démontré en pleine crise sanitaire

Cette force que représente la FBTP68 s'est dévoilée plus encore pendant la crise sanitaire. « *C'était une véritable tornade. À la Fédé, nous avons appris à faire du télétravail en un jour. En terme de soutien aux entreprises, nous avons réalisé un an de travail sur le seul mois de mars 2020.* » Un moment difficile qui a soudé les équipes et démontré l'importance de la Fédération.

« De belles carrières à vivre ! »

L'une des missions que se donne la Fédération est de travailler l'image de sa branche. Les travaux du bâtiment et des travaux publics sont en effet encore mal-aimés. « *Très peu de gens savent que nos apprentis sont largement mieux payés que dans d'autres branches. La nôtre prend soin de ses salariés. Nous disposons de nombreux accords sociaux. Celui qui sait travailler aura toujours du boulot. C'est un métier dans lequel on peut s'éclater. On construit des lieux de vie et de travail. Nous sommes des bâtisseurs et c'est beau ! Le bâtiment est un secteur inclusif, avec de belles carrières à vivre.* »

Une digitalisation et une responsabilité sociétale à développer

Les enjeux sont nombreux, pour le secteur. À commencer par la digitalisation. Un moyen de rendre la filière plus attirante mais aussi éviter la rupture entre les gros acteurs et les PME artisanales. « *À nous d'amener nos nouveaux adhérents vers cette nouvelle façon de faire, d'en rassurer certains et aller plus loin avec d'autres. Enormément d'entreprises ont déjà les outils, mais ils ne savent pas s'en servir.* » La RSE (responsabilité sociétale de l'entreprise) est également au coeur des préoccupations. « Elle nous permettra de changer l'image de nos entreprises pour en faire une marque employeur attirante.

Etienne Barilley a assuré deux mandats au sein de la FBTP68. Il passera la main en septembre 2022.

Un nouveau Président pour 2022

En septembre prochain sera élu le nouveau Président de la FBTP du 68. Une passation de pouvoir dans la sérénité. Etienne Barilley, lui, retrouvera son entreprise Kalliopê - spécialisée dans la performance énergétique et la digitalisation des équipements industriels - à temps plein.

Emilie Jafrate

Fédération du Bâtiment et des Travaux Publics du Haut-Rhin
12, Allée Nathan Katz - 68086 Mulhouse
03 89 36 30 60
federationbtp68.fr

CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

PUBLI-INFO

Elections CCI Alsace Eurométropole du 27 octobre au 9 novembre : élisez les 100 chefs d'entreprise alsaciens qui vont s'engager pour le développement économique des entreprises et du territoire pendant 5 ans

ÉLECTIONS 2021
Du mercredi 27 octobre au mardi 9 novembre 2021
CCI ALSACE EUROMÉTROPOLE

Ils sont représentatifs du tissu économique alsacien. Ils viennent du monde de l'industrie, du commerce ou encore du service... Ces femmes et hommes - chefs d'entreprises - sont en lice pour être élus aux prochaines élections de la Chambre de Commerce et d'Industrie et piloter la stratégie et les actions de la CCI en faveur de l'économie du territoire pour les cinq années à venir. 96 000 chefs d'entreprise alsaciennes sont appelés à voter par voie électronique entre le 27 octobre et le 9 novembre minuit pour les élire.

L'Assemblée Générale de la CCI qui va être renouvelée fin novembre, est composée de chefs d'entreprise implantés en Alsace ayant au minimum deux ans d'activité. 29% d'entre eux sont des commerçants, 33% des industriels et 36% issus des services. Une répartition établie par une pesée économique réalisée en amont pour déterminer le poids économique de chacun de ces secteurs d'activité sur le territoire alsacien. L'ensemble des chefs d'entreprise alsaciens sont appelés à choisir qui pilotera la CCI Alsace Eurométropole pour les cinq années à venir. Pour ce faire, rien de plus simple, il suffit de se connecter sur jevote.cci.fr. Les votants auront reçu au préalable un courrier ou un mail avec les identifiants nécessaires pour se connecter.

39 alsaciens à l'échelle du Grand Est

Les votes débutent le 27 octobre pour se terminer le 9 novembre à minuit. Les résultats seront publiés par la Préfecture le 15 novembre, au plus tard. L'assemblée générale d'installation de cette nouvelle CCI Alsace Eurométropole se tiendra le 23 novembre. Une partie de ces chefs d'entreprise représenteront également l'Alsace au sein de la CCI Grand Est, dont l'assemblée générale est également composée de 100 chefs d'entreprises, dont 39 % d'alsaciens.

Une courroie de transmission entre l'Etat et le tissu entrepreneurial

Les chefs d'entreprises élus de la CCI Alsace Eurométropole auront de nombreux défis à relever. Ils intègreront, selon leurs compétences, les différents groupes de travail et veilleront aux intérêts des entrepreneurs. Ces élus sont des relais entre l'Etat et les entreprises du territoire, et ils auront un rôle d'alerte auprès du Préfet pour faire remonter les difficultés rencontrées par l'économie dans leurs territoires. La CCI réalise un point de conjoncture tous les six mois en sondant un panel de 1300 chefs d'entreprise. À l'inverse, ils sont aussi en charge, avec les équipes de la CCI, de relayer auprès des entreprises les nouveaux dispositifs de relance et de soutien au monde économique.

Accompagner les jeunes entrepreneurs et les cédants

La force de ce mode de fonctionnement est de s'appuyer sur des femmes et des hommes de terrain, eux-mêmes chefs d'entreprise. Leur rôle est essentiel pour orienter les axes d'accompagnement sur le terrain et au quotidien de la CCI. La transmission d'entreprise, par exemple, sera un enjeu stratégique, avec près de 26 000 dirigeants alsaciens qui ont aujourd'hui plus de 50 ans. Une entreprise sur 3 sera cédée dans les 10 prochaines années. L'Alsace connait également un fort taux de créations d'entreprise avec 10 000 créations en 2020, soit 10 à 15% de progression en un an. L'enjeu est d'accompagner au mieux ces jeunes entrepreneurs qui multiplient par deux leurs chances de survie s'ils sont bien conseillés. La CCI Alsace Eurométropole a aussi de nombreux enjeux à relever dans les prochaines années en aidant les entreprises à faire face à la transformation de leurs modèles économiques : digitalisation des commerces, développement d'une économie de proximité et transition vers une économie verte.

Créer de nouvelles formations face aux besoins en compétences

La formation reste un dossier important. Le site CCI Campus de Mulhouse a fait peau neuve et sera inauguré le 21 octobre prochain. Près de 8 000 personnes bénéficient chaque année des formations continues dispensées par CCI Campus sur les sites de Strasbourg, Colmar et Mulhouse. La CCI Alsace Eurométropole sait créer des formations agiles en partenariat avec des secteurs d'activité ou des entreprises qui en expriment le besoin. Cela a par exemple été le cas dans les métiers de l'assurance et de l'intérim ou plus récemment, avec un cycle dédié à des métiers d'expert au sein du Crédit Mutuel.

Développer les atouts du territoire

Autant de sujets auxquels s'attelleront les nouveaux élus pour les cinq années à venir. Des dirigeants au fait de toutes ces grandes transformations qui les vivent déjà au quotidien dans leurs propres entreprises. Des chefs d'entreprise attachés à leur territoire et à son rayonnement. Un territoire économique dynamique avec des atouts indéniables. L'Alsace réalise 36,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires à l'export et dispose d'une balance commerciale de 104%, bien supérieure à l'échelle nationale. Des atouts qu'il faut entretenir !

Emilie Jafrate

Jérôme Broglé, onze ans à la tête de la Fédération Nationale de l'Immobilier du Haut-Rhin

Jérôme Broglé a été nommé à la présidence de la FNAIM 68 (Fédération Nationale de l'Immobilier) il y a 11 ans et nouvellement Président Délégué de la FNAIM Grand-Est, avec l'ambition de fédérer tous les agents immobiliers autour d'un projet mais surtout d'une vision commune du métier. Il appartient à cette nouvelle génération arrivée dans un domaine de plus en plus règlementé.

La Fédération Nationale de l'Immobilier est un syndicat professionnel qui regroupe tous les métiers de l'immobilier, des agents spécialisés dans la transaction, aux syndicats de copropriétés, en passant par les administrateurs de biens locatifs. Le Haut-Rhin compte 84 adhérents. Ils sont près de 10 000 à l'échelle nationale. Jérôme Broglé en a pris la présidence il y a onze ans. « *Je suis arrivé avec une vision différente du métier, se souvient-il. Mes aînés étaient plongés dans un secteur moins règlementé, dans lequel chacun travaillait dans son coin. Ma vision était de fédérer tous les agents immobiliers pour mener des actions collaboratives. Je me bats pour emmener tous mes confrères sur la même longueur d'onde.* »

Un accompagnateur de tous les instants

La première action a été de changer la perception de l'agent immobilier. « *Dans l'imaginaire collectif, nos honoraires sont excessifs. Ils sont en général d'environ 5% TTC et il faut prendre en compte que notre travail débute au moment de la négociation d'un bien avec le prix juste du marché parce que l'on a fait le job ! Un vendeur a toujours énormément d'affect pour son bien, il n'aura pas conscience de ses défauts. La réalité du marché est souvent toute autre.* » Jérôme Broglé se bat contre l'image de l'agent immobilier « *ouvreur de portes* ». Pour lui, l'agent immobilier est un accompagnateur de tous les instants. «*Nous sommes là pour apporter des conseils, que ce soit en matière juridique, fiscale, dans l'optimisation du schéma d'acquisition aussi. Je vois mon métier comme celui d'un médecin de famille. Il faut aimer les gens, les écouter et les prendre par la main pour les emmener vers une solution sereine.*»

L'importance de la formation

Les adhérents FNAIM ont tous leur carte professionnelle. Une carte qui implique 72 heures de formation sur trois ans. Une obligation de formation qui leur permet de rédiger des actes, du mandat au compromis et d'assurer le séquestre des acomptes. Une formation qui leur permet également d'être à la pointe de l'évolution règlementaire. Ce syndicat dispose de sa propre Ecole Supérieure de l'Immobilier, avec des formateurs agréés Qualiopi. Chaque semaine, titulaires de cartes et collaborateurs d'agence se réunissent pour se former aux thématiques spécifiques, du mandat de gestion à la pathologie du bâtiment en passant par la fiscalité 2021...

Seul agent immobilier titulaire du titre d'expert dans le Sundgau

À côté de ses fonctions au coeur de la FNAIM, Jérôme Broglé est à la tête de la plus ancienne agence immobilière du Sundgau. Voilà 24 ans qu'il a fondé Altkirch Immobilier. « *Je suis tombé dans l'immobilier lorsque j'étais tout petit, sourit-il. Je suis issu d'une longue lignée d'entrepreneurs qui oeuvraient tous dans le bâtiment. Mon grand-père maternel était maître d'oeuvre, du côté paternel, il dirigeait une PME - de 40 personnes - spécialisée dans le bâtiment. Le mercredi, je faisais la tournée des chantiers avec eux. Ils m'ont apporté une ouverture d'esprit. À 16 ans, je savais ce que je voulais faire.* » Jérôme Broglé fait également partie du groupement Immo Sundgau & Co. « *C'est un réseau de quatre agents immobiliers, ce qui nous permet la mise en commun de nos compétences et de nos offres pour un panel de clients plus large.* » Un fonctionnement en commun pour une meilleure expérience client.

Jérôme Broglé, Président de la FNAIM 68 et Président Délégué de la FNAIM Grand-Est. (DR)

Emilie Jafrate

FNAIM 68
2, Avenue de Bruxelles
68350 Brunstatt-Didenheim
03 89 46 23 70
FNAIM 68

L'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie du Haut-Rhin

Avec 77% des entreprises syndiquées représentant 70% des salariés de la branche, l'UMIH est le premier syndicat patronal. Un syndicat décliné à l'échelle départementale, pour défendre au mieux les intérêts de la profession. Dans le Haut-Rhin, l'UMIH est présidé par Jean-Jacques Better et compte 700 adhérents.

Christophe Guillo, Directeur de l'UMIH 68 (au centre), Jean-Jacques Better, Président de l'UMIH68 et du CFA de Colmar (à droite) et Olivier Inard, Directeur de l'établissement de formation (à gauche).

Ses missions sont multiples. L'UMIH 68 s'attache à défendre la profession. Une présence primordiale démontrée lors de la crise sanitaire. « *Si nos professions ont été aidées par des mesures compensatoires, elles sont le fruit de nombreuses réunions avec l'Etat et la Préfecture, souligne Christophe Guillo, son directeur. Souvenez-vous, entre mars et mai 2020, le fond de solidarité n'atteignait que 1 500 euros par mois. Il a évolué à 10 000 euros ou 20% du chiffre d'affaires selon les structures.* » Ces améliorations des dispositifs n'a été possible que par des remontées de terrains et de fortes actions de lobbying. Le syndicat patronal se bat aujourd'hui pour l'allongement des remboursements des PGE (prêts garantis par l'Etat).

L'UMIH 68 et le CFA, deux structures mais une entité

Jean-Jacques Better et Christophe Guillo sont aujourd'hui les interlocuteurs privilégiés des institutions. Il leur a fallu près de 25 ans pour en arriver là. « *Les élus nous connaissent. Nous avons par exemple été consultés dans le cadre du dossier des terrasses.* » Parmi les gros chantiers défendus par ce binôme, celui du CFA Hôtellerie-Restauration né en 1997 et installé à côté de la gare, dans un bâtiment qui était, début du siècle dernier, l'hôtel le plus important de Colmar. Un lieu symbolique qui célèbre cette année ses 18 ans, l'âge de la maturité. « *Il n'existe que trois CFA gérés par la profession en France* », souligne Jean-Jacques Better. Ce centre de formation reçoit chaque année entre 300 et 350 apprentis sur une surface de 4 000m2. Ce lieu est devenu la maison de l'hôtellerie/restauration et de la formation. « *Quand on pousse la porte, on ne sait plus si nous sommes au CFA ou à l'UMIH68, s'amuse Jean-Jacques Better. Nous représentons deux structures mais une seule entité.*»

26 formateurs de terrain

Les formateurs sont des femmes et des hommes de terrain, ayant leur propre entreprise ou une expérience entrepreneuriale. Un centre de formation présidé par Jean-Jacques Better et dirigé par Olivier Inard. Trois cursus de formation de niveau CAP y sont dispensés en métiers de la cuisine, métiers de la salle et restauration rapide, collective, cafétéria. Des formations qui peuvent être complétées par des mentions complémentaires option dessert sur assiette ou option traiteur. « *Cette dernière a le vent en poupe avec le développement des plats à emporter* », remarque le Président. Le CFA propose également une formation professionnelle sommelier, caviste, ambassadeur en gastronomie en partenariat avec le centre de formation Franck Thomas, ainsi qu'une formation découverte des métiers de la restauration, du service et de l'hébergement.

Entre 130 et 160 repas par jour réalisés par les apprentis

Ces formations sont mises en pratique sur place. Chaque jour, les apprentis réalisent entre 130 et 160 repas. « *Ils fabriquent ce qu'ils consomment. Nous n'avons pas de cuisinier sur place. Cela leur permet d'appréhender les notions de timing et toutes les contraintes que l'on connait dans nos entreprises.* » Un CFA ouvert sur l'extérieur qui recevra notamment Hervé This, chimiste et inventeur de la gastronomie moléculaire le 8 novembre.

Emilie Jafrate

UMIH 68
5, rue de la Gare - 68000 Colmar
03 89 30 80 00
umih-hautrhin.fr

Ambulancier, un métier atypique aux valeurs humaines, porté dans le Haut-Rhin par **Pierre Gurly**

Ambulancier est un métier atypique que pratique Pierre Gurly. Un homme passionné, engagé aussi dans la profession. Ils sont 20 transports d'urgence dans le Haut-Rhin pour un total de 800 salariés. Particularité des Ambulanciers du Haut-Rhin. Elle est la seule corporation d'ambulanciers du territoire nationale à bénéficier de sa propre école.

Ce matin-là, Pierre Gurly n'était pas au volant de son ambulance mais dans les locaux de l'IFA 68 - l'institut de formation des ambulanciers - installé à Illzach. « *Cette école est une véritable force, glisse-t-il. Du moment que nos candidats décrochent leur formation, nous pouvons complètement leur déléguer notre mission. C'est simple, le premier jour, on leur dit que pour bien faire, il faut se tromper le moins possible. Ils sont garants de la qualité de notre profession et c'est un métier dans lequel on ne craint pas ses collègues.*» L'IFA dispense deux niveaux de formation : auxiliaire ambulancier ainsi qu'un Diplôme d'Etat Ambulancier avec une partie théorique mais aussi et surtout pratique au coeur d'une entreprise.

Devenir ambulancier pour donner un sens à sa vie

Des candidats aux profils variés mais avec un point commun : le besoin de donner un sens à leur vie. « *Nous avons des universitaires dont les études n'ont pas abouties, des CAP de toute nature, de la boulangerie à la menuiserie. Souvent aussi des sapeurs pompiers volontaires qui veulent pousser plus loin encore leur engagement volontaire en faisant leur métier.* » Le premier niveau de formation est basé sur le secours d'urgence mais aussi sur la relation avec l'autre. «*Nous ne connaissons pas notre clientèle à l'avance. La maladie touche tout le monde. Il faut avoir la capacité humaine de s'adapter à tout le monde. Dans les hôpitaux, le temps est limité pour le dialogue. Nous, ambulanciers, nous avons cette chance de pouvoir écouter. Nous devenons leurs confidents le temps de faire la route. Un mot, une phrase, un sourire permet d'apaiser.*» Des liens se créent avec certains malades hospitalisés de jour et dont les allers retours avec les hôpitaux sont réguliers.

L'enjeu de la rémunération

Si cette quête de sens permet de former de nombreux candidats, leur faible rémunération les rattrapent bien vite. « *Nous terminons bien souvent avec 1 000 € versés par mois. Un ambulancier soulève entre 500kg et 1 tonne par jour, même si nos équipements se montrent de plus en plus performants.* » Pierre Gurly n'hésite d'ailleurs pas à orienter ses meilleurs éléments vers les écoles d'infirmières. « *Mais beaucoup reviennent en ambulance parce que l'attractivité du métier est prégnant.* » Un métier qui ne soigne pas mais dont l'importance a été démontrée par la crise sanitaire. Un métier pourtant laissé sur le bord de la route par le Ségur de la Santé.

Emilie Jafrate

IFA - Centre de formation des ambulanciers du Haut-Rhin
1, Avenue du Général de Gaulle,
Autoport Sud Alsace - 68390 Sausheim
03 89 63 61 75

« Le matin je démarre et la journée est déjà terminée», Pierre Gurly, passionné et engagé, il est le Président des Ambulanciers du Haut-Rhin.

La Fédération Nationale des Transports Routiers Alsace, une offre de services adaptée aux besoins des transporteurs de la région

L'URTA est la voix des transporteurs, qu'ils soient de la branche marchandises (FNTR) ou voyageurs (FNTV). Associative, la Fédération Nationale des Transports Routiers Alsace (FNTR) défend au quotidien les intérêts de ses adhérents; société de services, elle propose tout un panel de prestations individuelles aux transporteurs.

Martine Bensa, Secrétaire Générale de l'URTA.

Elle est la première organisation professionnelle des transports routiers. En Alsace, l'URTA, ce sont 300 adhérents marchandises et 35, côté voyageurs. Historiquement, la FNTR Alsace vendait des documents de transports. Son offre de service s'est étoffée au fil des années, à commencer par le développement d'un service paye. C'était il y a 22 ans. «*Il n'en n'existe que quatre en France, souligne Martine Bensa, sa Secrétaire Générale. C'est un service que nous réalisons également pour d'autres régions de France. Nous avons l'expertise, du texte à la pratique. 80% des entreprises de transport ont moins de 20 salariés. Leur exploitation administrative est compliquée.*»

Un accompagnement complet

Proche de son territoire et de ses entreprises, la FNTR Alsace adapte ses services et ses accompagnements en fonction de la législation. En 1999, un texte de loi impose un conseiller à la sécurité pour les transporteurs de matières dangereuses. « *L'effectif de nos entreprises ne leur donne pas la possibilité de disposer de personnes dédiées. Pour permettre aux plus petits de réaliser ce transport, nous avons mis en place trois conseillers sécurité. Nous avons également formé des intervenants en prévention des risques professionnels.*» La FNTR Alsace accompagne également sur les certifications Qualimat et ISO.

« Des gens passionnants et passionnés »

Secrétaire Générale, Martine Bensa est entrée dans la Fédération pour du renseignement social, de la comptabilité aussi. Mais le métier de transporteur l'imprègne, leurs problématiques la touchent. Elle passe par tous les postes. Le service trans-paie, c'est elle. « *Ils m'ont convaincue. Ce sont des gens passionnants et passionnés.* » À la tête de cette Fédération, Michel Chalot, l'un de ces passionnés.

Taxe poids lourds et ZFE... Deux dossiers brûlants

La FNTR Alsace défend les dossiers brûlants et se bat depuis 2005 contre la taxe poids lourds. «*Nos entreprises n'ont pas les marges nécessaires pour supporter une telle taxe qui aurait un impact énorme niveau coût. Nous prévoyons 5 à 10% d'augmentation sur les prix, qui seront répercutés sur le consommateur final*», souligne Martine Bensa. L'autre dossier est celui de la ZFE (zone à faible émission) et son calendrier jugé trop ambitieux. « *Le diesel reste aujourd'hui le plus adapté. L'électrique ne fournit pas assez d'autonomie, le maillage en gaz est trop faible. Le plus gros problème de cette ZFE est qu'elle englobe le port autonome de Strasbourg, le port au pétrole ainsi qu'un nombre important d'industries. Nous demandons une desserte Nord et Sud exemptée de ZFE. On nous parle aujourd'hui de 2028. Or, lorsqu'une entreprise renouvelle son parc automobile, c'est au moins pour 10 ans...* » Chaque mois, la FNTR Alsace sort son ''Mémo''. Un feuillet d'information à destination de ses adhérents.

Emilie Jafrate

FNTR Alsace
Agence Nord Alsace - Maison du Transport
13, rue Ettore Bugatti - 672011 Eckbolsheim
Agence Sud Alsace - Autoport Sud Alsace
1, Avenue Général de Gaulle - 68390 Sausheim
03 88 28 12 12

La SOMCO, plus ancien bailleur de France soigne sa responsabilité sociétale

La SOMCO est le plus ancien bailleur social de France. Il représente aujourd'hui près de 6000 logements sur le territoire alsacien. Sa responsabilité sociétale est au coeur de son projet d'entreprise sur les dix prochaines années.

Directeur Général depuis dix ans, André Girona a touché à tous les métiers de la SOMCO. Il rejoint le bailleur social par la comptabilité, suivi du contrôle de gestion, avant de prendre la direction du patrimoine, puis du syndicat de copropriété, financière. « *La SOMCO est une entreprise passionnante. Je suis en contact avec les bureaux d'études, les architectes. L'humain est au coeur de mon métier, c'est ce que j'aime.* » Il manage une équipe de 60 personnes dont 20 concierges.

Des actions inscrites dans l'innovation sociétale

La SOMCO est née en 1853, sous l'impulsion du patronat mulhousien. « *Un médecin avait alors rendu un rapport qui révélait les conditions dans lesquelles vivaient les ouvriers* ». La SOMCO a alors cherché un modèle d'habitation adapté. C'est ainsi que naît le carré mulhousien avec son eau courante, son potager et ses toilettes dans la cour. Près de 1200 maisons en location/vente ont ainsi été construites. Ce rôle social fait partie intégrante de l'ADN de la SOMCO. Une réflexion a été engagée en 2010 avec la création d'un poste "Mieux Vivre Ensemble". Catherine Hoffarth est dédiée à l'innovation sociale pour la mise en place d'actions comme les concerts en bas d'immeuble en 2020, la réparation de vélos pour 2€ symboliques, la création de jardins potagers. « *Nous nous mettons des challenges. Notre souci principal est le bien du locataire. Nous cherchons à créer une véritable ambiance pour que les gens partagent des moments ensembles. Nous construisons des morceaux de ville que nous voulons rendre responsables. Et cela se construit par le biais de toutes ces petites choses qui favorisent le lien social.*»

Un budget bio-diversité

Le bailleur social se remet régulièrement en question. Les défis sont nombreux, à commencer par celui de la construction, une activité à forte empreinte carbone. « *Nous construisons actuellement une véritable culture carbone au coeur de notre entreprise.* » Un budget spécial bio-diversité a d'ailleurs été créé. Aujourd'hui, la SOMCO plante un arbre fruitier dans chaque jardin. « *Rue de Lorraine à Mulhouse, nous avons planté 30 arbres fruitiers pour une 60aine de logements. Les pommes servent à concocter des tartes à partager le jour de la Fête des Voisins, par exemple.* »

Une architecture de qualité

La SOMCO fait également la différence par ses logements pensés pour s'intégrer à l'existant. « *Cela peut paraître anodin, mais c'est en réalité compliqué. Et ce n'est pas parce que nous construisons des logements aidés, économiques, qu'ils doivent être construits au rabais. Une architecture de qualité permet aux gens de se l'approprier.* » C'est ainsi que naît la Cité Manifeste, en 2003 avec des logements conçus par des architectes de renom, le Prix Nobel Jean Nouvel, Mathieu Poitevin, Duncan Lewis, Lacaton-Vassal, Shigeru et Jean de Gastines. Un bailleur social investi dans le tissu économique local avec un budget de 20 millions d'euros chaque année dans la rénovation, la réhabilitation, l'entretien du patrimoine mais aussi la maintenance courante. «*Nous utilisons chaque année 8000 heures de service en faisant appel aux artisans locaux pour des questions d'électricité, de sanitaire, de maçonnerie...*»

Emilie Jafrate

SOMCO
20, Porte du Miroir - 68055 Mulhouse
03 89 46 20 20
esh-somco.fr

André Girona, Directeur Général (à gauche), Guillaume Knecht, Directeur Financier (à droite) et une partie de l'équipe de la SOMCO.

CIC Banque Privée, Agence Entreprise Mulhouse et Mulhouse Sinne : Proximité et réactivité au service des entreprises de toutes tailles et de tous secteurs d'activité

Des artisans aux PME en passant par la gestion privée sans oublier le particulier, le CIC dispose de services sur-mesure et spécifiques selon les besoins de ses clients. Un accompagnement mené au quotidien à Mulhouse par Jean-Denis Becq, Directeur CIC Banque Privée, Mickaël Chuard, Directeur Agence Entreprise Mulhouse, et Christophe Haberthur, Directeur d'Agence Mulhouse Sinne.

Jean-Denis Becq, Directeur CIC Banque Privée (au premier plan), Mickaël Chuard, Directeur Agence Entreprise Mulhouse, et Christophe Haberthur, Directeur d'Agence Mulhouse Sinne.

CIC Banque Privée, partenaire du développement du patrimoine

Le banquier privé s'engage à concevoir et mettre en place toutes les solutions créatrices de valeur pour les biens privés et entrepreneuriaux dans le strict respect des choix du client. L'offre de CIC Banque Privée a été élaborée pour ouvrir de nouvelles perspectives dans trois domaines :

- Perspectives entrepreneuriales pour un accompagnement dans la stratégie actionnariale et la transmission, en ingénierie sociale et financière ainsi qu'en Private Equity,
- Perspectives privées pour un accompagnement dans la gestion des actifs financiers, des investissements immobiliers, des financements de projet, d'assurance et de prévoyance,
- Perspectives d'ouverture pour un accompagnement dans les investissements artistiques et philanthropiques.

Plus d'une PME sur trois, cliente sur le marché de l'entreprise

L'éligibilité au marché de l'entreprise, lui, demande un million et demi de chiffre d'affaires et un effectif de dix personnes. Plus d'une PME sur trois dans le Haut Rhin est cliente de l'Agence Entreprise CIC de Mulhouse. Mickaël Chuard en est le Directeur. Il est entouré de six chargés d'affaires entreprises (quatre sur Mulhouse, deux sur Montbéliard) ainsi que d'un « *middle office* », composé d'une responsable et de neuf assistants, qui effectuent notamment la gestion des flux, le traitement des prêts et l'édition de cautions bancaires. « *Nous touchons tous les secteurs d'activité, souligne Mickaël Chuard. De l'industrie à l'entreprise innovante, en passant par les transports, les services, le BTP... Notre spectre est large.* » La force du CIC reste sa proximité avec ses clients ainsi que sa réactivité. « *Nos compétences sont multiples. Nous sommes aux côtés de nos clients PME et chefs d'entreprises dans ce contexte de reprise économique.* »

L'Agence Grand Public de Mulhouse: une équipe au service des clients

Christophe Haberthur manage une équipe de 20 personnes, au premier étage de l'agence mulhousienne. Particuliers et professionnels, associations, TPE, TPI commerçants ou encore artisans et professions libérales constituent leur cœur de cible. L'atout du CIC reste son offre de produits qui se veut la plus large possible pour être généraliste mais complet.

Un concours pour promouvoir l'innovation

Les nouvelles technologies représentent l'un des enjeux forts de demain tant pour nos clients que pour CIC Est. « *Nous allons vers le tout digital, souligne Christophe Haberthur. Dans un avenir proche, l'ensemble de nos contrats pourra être digitalisé. Cela permet de gagner du temps mais aussi de sécuriser nos échanges* ». Preuve de cet attrait par l'innovation, le partenariat noué avec le Pôle Véhicule du Futur ainsi que la création du concours Start Innovation Business Awards, lancé en 2020 et reconduit en 2021.

Emilie Jafrate

CIC Banque Privée
39, Avenue Clémenceau - 68100 Mulhouse
03 89 36 64 90
cic.fr

Harmonie Mutuelle avance collectif

Elle est la première mutuelle interprofessionnelle de France. Harmonie Mutuelle s'adresse aux entreprises de tout secteur d'activité ainsi qu'à ses salariés. Proche de son territoire, ce spécialiste de la protection sociale fonctionne par département depuis avril 2021.

L'Alsace est un territoire managé par Faouzi Boubel. Arrivé il y a cinq ans, il est passé par tous les postes, du chargé d'affaires au manager jusqu'à être, aujourd'hui, responsable de développement Alsace. «*Ce qui me plaît, c'est le travail avec l'Humain.*» Harmonie Mutuelle, ce sont huit salariés dans le Haut-Rhin et une vingtaine sur l'Alsace. «*Nous défendons une véritable volonté de proximité, souligne le directeur de développement. Notre cercle de décision est local pour répondre au mieux aux spécificités de chaque territoire. Nous menons une approche personnalisée avec une vision micro.* » L'Alsace a la particularité d'être une terre économique particulièrement dynamique avec des entreprises d'un à 1 000 salariés auxquelles Harmonie Mutuelle dédie des experts. « *Nous sommes référencés dans plus de 100 conventions collectives et nous disposons de tout un panel de solutions pour accompagner tous les secteurs d'activités.* »

Peser de manière positive sur la société

Depuis le 6 juillet 2021, Harmonie Mutuelle s'est également fixé pour mission de peser de manière positive sur la société. C'est d'ailleurs en ce sens qu'a été publié son manifeste « *Avançons collectif*». « *Harmonie Mutuelle, c'est une aventure humaine dans laquelle la clé est la solidarité.*» La dématérialisation est au coeur de sa politique RSE ainsi que les transports, avec un investissement sur une flotte de véhicules électriques. Du point de vue économique, Harmonie Mutuelle a injecté 2 millions d'euros pour les PME touchées par la Covid. Une période pendant laquelle ses collaborateurs ont passé plus de 350 000 appels de courtoisie entre mars et septembre 2020, au niveau national. « *Nous proposons également des logements sociaux pour nos adhérents dans le besoin, via notre groupe VYV. Notre mission est de leur apporter des conditions de logement dignes.*»

Accompagner l'ensemble de la vie de l'entreprise et sa périphérie

Harmonie Mutuelle tire sa force de ses expertises. Adossée au groupe VYV, elle est capable d'accompagner l'ensemble de la vie de l'entreprise ainsi que sa périphérie. « *La vie professionnelle n'est pas figée, il faut savoir s'adapter. Nous menons un vrai travail sur la compréhension des enjeux de chaque société. Nous nous rendons sur le terrain.* » Adhérent CPME68 depuis cinq ans, Harmonie Mutuelle met également en place des ateliers pour le bien-être des entrepreneurs. «*Nous voulons davantage développer nos actions de prévention et aborder par exemple la question du bien dormir, de l'alimentation, de la préparation mentale du chef d'entreprise...*»

En conquête

Harmonie Mutuelle se place dans une position de conquête pour les années à venir. La mutuelle se développe, grandit aussi. Entre 2016 et aujourd'hui, ses effectifs ont doublé. Son nombre d'adhérents a été multiplié par trois. Et l'équipe ne cesse de recruter. Un poste de chargé d'entreprises de 3 à 20 employés est ouvert sur Mulhouse et un autre destiné aux grandes entreprises va être créé. «*Notre politique est également tournée vers la jeunesse. Nous avons quatre alternants à nos côtés en Alsace. Cette jeunesse permet de nous apporter une vision différente, de nous bousculer aussi. Et nous leur ouvrons l'ensemble des portes de l'entreprise.*»

Emilie Jafrate

Harmonie Mutuelle
1 Avenue de Colmar - 68100 Mulhouse
09 80 98 08 80
agences.harmonie-mutuelle.fr
Harmonie Mutuelle

(De gauche à droite et de haut en bas) | Faouzi Boubel - Responsable de Développement Alsace | Virginie Wojcika - Assistante Technico-Commerciale | Aurélie Nissle - Chargée d'Affaires Entrepreneurs | Elodie Reiner - Responsable Commerciale Entreprises | Alev Atas - Responsable Commerciale Particuliers | Tiffany Guardiole - Assistante Technico-Commerciale en alternance NDRC | Inès Salvi - Commerciale Agence | Sihem Aissa - Assistante Marketing en alternance.

PUBLI-INFO

Pour gagner en efficacité, se former devient une priorité !

Frédéric PARENT, dirigeant du GIFOP Formation a littéralement transformé l'institution mulhousienne en quelques années. Fort de 25 années d'expérience de direction marketing et commerciale, dans des entreprises de la région, il adapte et réadapte l'offre de formation continue aux besoins actuels des entreprises avec un objectif qui le poursuit depuis toujours : être plus performant !

Le GIFOP est une institution qui a plus de 50 ans d'existence, était-il nécessaire de le transformer ?

Frédéric Parent (dirigeant du GIFOP Formation) : La « dame » commençait à être « poussiéreuse », certains programmes devenaient obsolètes, la communication d'un autre temps ! Il était nécessaire de repenser l'offre complète, de se doter d'un outil performant pour répondre et s'adapter aux besoins actuels de formation des entreprises qui évoluent en permanence.

Justement selon vous, de quoi ont-elles besoin ?

Il est indispensable pour l'entreprise de gagner en efficacité à tous les étages, de l'accueil à la direction tout en intégrant la notion de bien-être au travail, les deux ne sont pas incompatibles au contraire ! La performance sociale est un critère dans le choix des futures recrues.

Une formation peut-elle être rentable ?

Dans tous les cas OUI, le retour sur investissement est quasiment garanti, pour le management, la comptabilité, la bureautique ou d'autres encore, c'est immédiat. Par exemple, les personnes se servent d'un logiciel en ayant appris « sur le tas » sans en maîtriser les bases fondamentales ce qui les obligent à passer des heures à élaborer un tableau alors qu'il pourrait être construit en quelques minutes.

Quelle est votre vision de la situation des entreprises en ce moment ?

Les entreprises font le grand écart actuellement entre rattrapage d'activité après une année calamiteuse, combinée avec une pénurie d'approvisionnement et une problématique RH croissante, voire insoluble dans certains cas. Difficultés à recruter, difficultés à conserver les équipes, il reste peu ou pas de temps pour former les collaborateurs.

Comment pouvez-vous les aider ?

Conserver son personnel et continuer à former pour gagner en compétence est vital, le management est la clé, si les managers ne sont pas formés et conscients des responsabilités qu'ils portent, il faut vite les former. Par ailleurs, nous avons mis en ligne la totalité de notre catalogue de formations digitales sous forme d'abonnement d'un mois ou d'un an, ce qui permet d'avoir accès à plus de 1 000 modules de formation, c'est le FAST LEARNING. Ce catalogue couvre les champs du management, communication, RH, bureautique et plus encore.

Quelles sont les formations les plus demandées actuellement ?

Communication écrite, Améliorer sa communication interpersonnelle en entreprise, l'Intelligence Emotionnelle ou les softskills au service du management ou encore l'utilisation des réseaux sociaux.

Vous avez changé de locaux l'an dernier, quel est le bilan ?

Le Parc des Collines est un bon choix, les locaux sont plus accessibles, modernes, confortables et nous permettent d'accueillir les apprenants dans des conditions optimum.

Envisagez-vous un développement de la structure ?

Clairement oui, nous avons commencé à déployer notre offre de formation sur Colmar et Strasbourg.

En quoi, pensez-vous que votre réponse « formation » soit particulièrement adaptée aux besoins face à la situation actuelle des entreprises ?

La majorité de l'équipe est issue du monde de l'Entreprise, nous sommes tous les jours au contact des chefs d'entreprise avec l'Institut de l'Entrepreneur, nous connaissons leurs difficultés et leurs besoins. Nous sommes flexibles, c'est notre caractéristique ! À travers notre nouveau site internet, vous avez accès à 160 programmes de formation avec des dates jusque fin 2022. L'inscription peut se faire en ligne en quelques clics.

En résumé s'il y avait une phrase à retenir, ce serait quoi ?

GIFOP Formation est une entreprise privée, résolument tournée vers le besoin des entreprises ; nos programmes, nos formateurs, la pédagogie sont adaptés en permanence pour tenir compte des évolutions contextuelles. Nous essayons d'être le plus « agile » possible pour répondre à la demande. Preuve en est : sur les 18 derniers mois, un indice de satisfaction qui est de 98,6%.

Emilie Jafrate

GIFOP Formation
f.parent@gifop.fr
gifop-formation.fr

GIFOP FORMATION

Des ambitions fortes pour Muta Santé, la mutuelle mulhousienne indépendante et à contre-courant

Il y a quatre ans, Stéphane Demuth décide de quitter un groupe national pour retrouver son indépendance. Il repart alors de zéro. D'un modèle ''startup'', MUTA SANTE emploie aujourd'hui près de 100 salariés et affiche de nouvelles ambitions.

La construction de son futur siège social et centre de gestion au Parc des Collines est un signal fort. Celui de la solidité et de la pérennité. « Ce sera un bel outil pour nos collaborateurs, souligne Stéphane Demuth, Directeur Général de MUTA SANTE. Sa conception, en bois, nous permettra également de réduire notre empreinte carbone.» Un bâtiment pensé pour et avec la centaine de collaborateurs de l'entreprise. « *Nous avons fait l'inverse de ce qui se fait habituellement, souligne le DG. Nous avons travaillé en interne avec nos collaborateurs pour définir au mieux leurs besoins et monté un cahier des charges que nous avons remis à notre architecte.* » Un bâtiment qui s'appellera l'Agora, avec un lieu de vie multi-usages en plein centre, « *comme la place d'un village* ». Coût total de ce projet : 10 millions d'euros avec une livraison pour le printemps 2023.

L'indépendance à coeur

Un projet, traduction concrète de ce qui a poussé Stéphane Demuth à retrouver son indépendance. « *Notre ambition est de devenir un acteur économique de la région. Alors lorsque les lots ont été attribués, c'était une réelle émotion, se souvient-il. C'était la concrétisation de notre engagement.* » Renouer avec son indépendance ne s'est pas fait sans heurt. En 2017, Stéphane Demuth décide de quitter un groupe national. Seul à bord pendant quelques mois, cinq collaborateurs le rejoignent. « *Nous avions un comité de direction sans salariés...* » Décembre 2018, 69 collaborateurs supplémentaires rallient sa cause. Ils sont aujourd'hui une centaine pour trois agences commerciales à Strasbourg, Colmar et Mulhouse et un centre de gestion. « *J'ai eu le suivi massif du personnel. Nous travaillions ensemble depuis des années. Cette indépendance, j'ai pu la retrouver grâce à eux. Je n'ai jamais eu peur, j'ai eu beaucoup de chance !* »

Une progression de 30% de son chiffre d'affaires en trois ans

L'indépendance de MUTA SANTE permet à Stéphane Demuth d'exprimer ces valeurs qui lui sont chères. « *Nous privilégions la proximité, la réactivité, la flexibilité aussi. Nos chaines de décisions sont courtes. Et c'est cette philosophie que nous vendons à nos clients, avant même un prix ou un produit.* » Cette mutuelle indépendante mulhousienne n'a cessé de progresser depuis sa reprise d'indépendance, avec une progression de 30% de son chiffre d'affaires entre 2017 et 2021. «*Cette évolution est principalement portée par le développement des contrats collectifs des entreprises et collectivités territoriales*», souligne Stéphane Demuth. MUTA SANTE protège aujourd'hui près de 23 500 personnes issues de ces secteurs d'activité. Cumulée au marché du particulier, la mutuelle assure plus de 134 000 personnes pour un chiffre d'affaires de près de 108 millions d'euros.

Un retour aux fondamentaux

Au rang des satisfactions de Stéphane Demuth, la maîtrise des frais de gestion. Des frais de gestion inférieurs à 11% là où ils atteignent jusqu'à 22% dans les assurances et 20% dans les mutuelles. « *Nous créons de l'emploi et nous injectons de l'argent dans la région. Maintenant, il faut durer.* » La cible de MUTA SANTE reste les PME de la région et du Grand Est avec, toujours, ce soin de proximité. « *Chez MUTA SANTE, nous sommes revenus aux fondamentaux. Quand l'un de nos clients appelle, il tombe directement sur des gens compétents qui savent régler les problèmes. Le contact est direct.* »

Emilie Jafrate

MUTA SANTE
11, Avenue de Strasbourg
68350 Brunstatt-Didenheim
03 89 35 45 01
muta-sante.fr

En 2017, Stéphane Demuth a fait le choix de l'indépendance. Un choix gagnant.

Patrick et Isabelle Didelon, l'histoire familiale s'écrit avec Intermarché

Lui a commencé en tant que boucher, elle en tant que charcutière. Issus tous deux des métiers de bouche, Patrick et Isabelle ont choisi de se mettre à leur compte en 2008. Agréés Mousquetaires, ils dirigent aujourd'hui deux magasins, l'un à Volgelsheim, le second à Ensisheim.

« *Comme beaucoup de dirigeants de la grande distribution indépendante, nous venons du bas de l'échelle, souligne d'emblée Patrick Didelon, Directeur Général des Intermarchés Volgelsheim et Ensisheim. J'ai démarré chez un petit artisan et j'ai grimpé les échelons.* » À travers ses différentes expériences, il prend goût à la grande distribution qui finit par devenir une véritable passion. « *Avec Isabelle, ma femme, nous avons économisé toute notre vie en nourrissant l'ambition de nous mettre à notre propre compte.* » Le couple saute le pas en 2008 avec la reprise du point de vente de Volgelsheim. En 2013, ils achètent le magasin d'Ensisheim, dont leur fils, Ludovic en est aujourd'hui le directeur. « *Lui est boulanger, pâtissier, confiseur de formation. Quand on sort de ces métiers de bouche, on a l'expérience du réveil tôt le matin. Nous savons que notre avenir, nous le construisons par notre investissement personnel et surtout, on n'oublie jamais d'où l'on vient.*»

Le devoir d'exemplarité

Ses journées en magasin débutent à 4h30. Un Directeur Général proche de ses coéquipiers. « *Nous avons un devoir d'exemplarité. Lorsque nous remplaçons l'un de nos collaborateurs, nous devons nous montrer tout aussi performants. Notre présence est indispensable au coeur de nos entreprises.* » Volgelsheim, c'est une équipe de 60 personnes, soit 45 équivalents temps pleins pour une surface de 3 000m². Ils sont 25 à Ensisheim pour un magasin de 1 200m². Particularité de Volgelsheim, sa clientèle frontalière avec près de 20% d'Allemands attirés par les produits dont ils ne disposent pas de l'autre côté de la frontière, à l'instar du vin, du fromage ou encore du poisson.

Le choix de l'indépendance

Le choix des Mousquetaires par Patrick et Isabelle Didelon n'est pas le fruit du hasard. L'enseigne leur garantit l'indépendance. Avec le partenariat de l'enseigne, Patrick Didelon a ainsi lancé le projet "Producteurs d'Ici" pour mettre en valeur les circuits courts. « *Nous sommes producteurs/commerçants* », rappelle d'ailleurs le Directeur Général. Une enseigne dont l'ADN est la proximité. « *Nous écoutons nos clients. Ils nous permettent d'avancer. Ce contact me stimule.* » Patrick Didelon est également Président du Groupement Intermarché Alimentaire Grand Est, fort de 180 magasins. Un poste pour lequel il occupe un tiers temps et dont la mission est de fédérer tous les adhérents pour avancer ensemble.

Emilie Jafrate

Intermarché Volgelsheim
7, rue des Artisans - 68600 Volgelsheim
03 89 72 01 15

Intermarché Ensisheim
Rue de Pulversheim - 68190 Ensisheim
03 89 26 40 80

Patrick et Isabelle Didelon, respectivement DG et PDG des Intermarchés Volgelsheim et Ensisheim.

Thierry Boltz, 27 ans d'enseigne U menés avec passion

Sa carrière, il la mène avec passion sous l'enseigne U depuis 27 ans. Une enseigne qui permet à Thierry Boltz, en 2000, de démarrer une belle aventure à la tête du Hyper U Sierentz. 2021 marque la naissance d'un nouveau projet d'envergure.

Il a dû patienter sept ans pour voir ce projet se concrétiser... Le 13 octobre, Thierry Boltz ouvrira les portes d'un nouveau magasin. C'est un Super U de 3 800m² qui vient de sortir de terre à Huningue, juste avant le pont du Rhin en direction de Lörrach. «*Nous sommes à 3km de Bâle, à 1,5km de Lörrach, sur un axe passant, avec un positionnement très nouveau. Nous accentuons l'alimentaire pour une clientèle suisse et allemande. C'est un vrai pari !* » Cent personnes ont été embauchées dans cette nouvelle aventure. Dans les effectifs de Sierentz ces six dernières années, Grégory Schlauder est à la direction du magasin huninguois. « *C'est vrai que nous avons vécu sept ans de bras de fer mais à l'époque du premier dossier, Huningue, c'était 4 500 habitants. Aujourd'hui, ils sont 10 000 !* » L'inauguration officielle se fera courant novembre.

2000, le début d'une belle histoire à Sierentz

Issu d'une famille de commerçants, Thierry Boltz a toujours eu cette fibre en lui. Après un BTS en action commerciale, il revient dans l'épicerie familiale pour aider ses parents avant de démarrer son histoire avec l'enseigne U. Il fait ses premières armes à la centrale System U de Mulhouse. « *J'ai monté mon premier magasin. Je n'ai pas vraiment su ce qui m'arrivait, sourit-il. Mais le métier est vite rentré. J'ai ensuite repris le Super U de Brunstatt. J'ai appris en marchant. Dans nos magasins, nous avons chacun un rôle à jouer. En 2000, j'ai repris Sierentz. C'était le début d'une belle histoire. La passation avec mon prédécesseur s'est fait dans la sérénité.* » Ce magasin, Thierry Boltz le développe au fil des années. Il y fait la part belle aux producteurs locaux, pour le plus grand plaisir de sa clientèle.

Une galerie d'exposition pour les artistes

De 1 800m² de surface de vente, il créé un tout nouveau magasin, construit de A à Z. Sa surface de vente est désormais de 6 500m² avec de nombreux services développés autour. En 2012, Thierry Boltz accueille des boutiques dans sa galerie marchande. Le rachat de Jardiland et du Garage Peugeot lui permettent de proposer de la location de véhicules, couronnée de succès. De 15 véhicules au départ, la flotte s'étoffe. Aujourd'hui, 135 véhicules circulent en permanence. Une équipe de cinq collaborateurs y est dédiée. Homme de paris, Thierry Boltz ouvre également un service drive de 1 500m². «*Nous sommes l'un des plus gros drives U de la Région et nous rentrons dans nos chiffres.*» Cette année, il réserve l'espace laissé libre par Poulaillon à une galerie d'exposition dédié aux artistes.

« Eclatez-vous, osez, soyez créatifs ! »

Thierry Boltz fonctionne à l'intuition. « *Eclatez-vous, osez, soyez créatifs ! C'est ce que je dis tous les jours à mon encadrement. Je leur laisse de l'autonomie.* » Le Président met un point d'honneur à pratiquer un management humain. Les problèmes, il les règle autour d'un café. «*Dès que cela picote, il faut y aller. C'est ce que je répète régulièrement à mon directeur de Sierentz, Julien Gronnier. Je suis très proche de mes équipes.*» Une équipe composée de 235 personnes à Sierentz. « *C'est un métier dans lequel il faut beaucoup d'empathie et de respect. Pour ses collaborateurs et pour ses clients.*».

De l'indépendance et du partage d'expérience

Organisés en coopérative, les différents dirigeants se réunissent régulièrement pour échanger et partager leurs expériences. « *Nous sommes indépendants. Nous faisons ce que nous voulons dans nos magasins et cela, ça vaut de l'or. Nous nous entraidons également beaucoup. Nous menons des opérations communes avec nos collègues.*»

Emilie Jafrate

Hyper U et Drive
12 rue du Capitaine Dreyfus - 68510 Sierentz
03 89 83 99 00
Hyper U Sierentz

Président du Hyper U de Sierentz, Thierry Boltz s'apprête à concrétiser un nouveau projet. Celui de l'ouverture d'un Super U à Huningue.

Thierry Faller (à gauche), Directeur de la SAPAM Rixheim et Olivier Randel, Responsable de son secteur marée, au coeur de l'entrepôt rixheimois.

SAPAM Primeurs et Marée,
« localement bon, localement frais »

Grossiste en fruits, légumes et marée, la SAPAM est une entreprise familiale fondée en 1 950. Cette PME dispose de quatre filiales dont une installée à Rixheim. 9 500 tonnes de marchandises y sont commercialisées chaque jour.

C'est un site qui ne s'arrête quasiment jamais. Leur semaine débute le dimanche 16 heures, avec une préparation des commandes du lundi, pour se terminer le samedi suivant à 15 heures. Un entrepôt ouvert 24h/24. « *C'est un métier mal connu, souligne Thierry Faller, Directeur du site. Notre mission est d'apporter le produit au plus près de nos clients. Nos camions partent le matin très tôt pour que tous nos clients soient livrés rapidement. À 12h30, nos 16 véhicules sont rangés.* » 54 collaborateurs oeuvrent au coeur de la SAPAM Rixheim. « *Nous commercialisons 9 500 tonnes de produits chaque jour. Pour nous, 1kg manipulé équivaut à 4kg, de la réception au rangement, en passant par la préparation et la livraison.* » Un métier dans lequel fonctionnent tous les sens : l'ouïe, l'odorat, le toucher, le goût aussi.

De pros à pros

L'activité de la SAPAM Rixheim navigue du 68 au 90. « *Nous faisons du pro à pro avec trois grandes familles réparties de manière équivalente.* » La SAPAM fournit ainsi la distribution, des magasins de proximité, de détail, spécialisés à la grande distribution avec une revente de leurs produits en l'état. Des fruits et légumes qui se retrouvent également chez les restaurateurs hors domicile. « *Ce sont des professionnels qui transforment nos produits, des collectivités, aux restaurants d'entreprises, en passant par la restauration concédée, les restaurants routiers, jusqu'aux étoilés.* » La SAPAM est également présente sur les marchés via des revendeurs mais aussi des producteurs. « *En saison, les producteurs locaux sont nos fournisseurs et hors saison, ils deviennent nos clients. Nous leur fournissons le complément dont ils manquent.* » La crise sanitaire leur a permis de conquérir un nouveau type de clientèle par le biais de paniers vendus à la ferme, sur internet ou sur les marchés. Entre 25 et 200 paniers ont ainsi été écoulés chaque semaine. « *Une nouvelle catégorie de clientèle a ainsi trouvé sa place dans l'univers de la distribution.* »

Un devoir de transparence

En 2006, la SAPAM Rixheim, c'était 19 salariés pour un chiffre d'affaires de 6 millions d'euros. L'entreprise a grandi depuis. Elle réalise aujourd'hui 18 millions d'euros de chiffre d'affaires. « *Nous nous sommes fait une réputation! Nous disposons de 2 500m2 de surface de vente aux professionnels. C'est une surface unique en France.* » La SAPAM est proche de ses clients. Elle adapte ses produits en fonction des besoins mais aussi et surtout en fonction des envies et des tendances. « *Nous sommes toujours à l'affût de nouveaux produits. Nous sommes passés par la mode des jeunes pousses, des vieux légumes... Aujourd'hui, ce sont les agrumes. Nous sommes les yeux, les oreilles et les bouches de nos clients. Les gens voyagent et ramènent de nouvelles saveurs.* » Mais la SAPAM met un point d'honneur à s'impliquer dans le local. À l'année, 25% de ses produits sont issus de circuits courts, 65% sont des produits français. « *Nous ne pouvons malheureusement pas faire que du local mais nous avons un devoir de transparence vis à vis de nos clients. Le consommateur nous fait confiance, il faut tout simplement lui expliquer.* » La SAPAM développe également une gamme bio.

La marée et ses produits de niche

Autre particularité du site rixheimois, celle de disposer de la marée et des produits de niche. Un secteur qui bénéficie d'arrivages quotidiens en provenance de nombreuses criées et ports : Bretagne, Méditerranée, Corse, mais aussi en direct depuis la Norvège ou encore l'Ecosse. Son responsable, Olivier Randel, dispose d'une équipe de six personnes. « *Ils sont cinq au commerce et un surhomme, souligne-t-il. Il est au frigo de 23h à 9h chaque jour.*»

Emilie Jafrate

SAPAM Mulhouse
2, rue Robert Schuman - 68170 Rixheim
03 89 42 02 59
sapam.fr
SAPAM

Stéphane Brabander, une carrière au cœur du groupe Weldom

Directeur du magasin de Hésingue, Stéphane Brabander dispose de 23 ans d'expérience au sein de cette enseigne. Il co-anime également la stratégie de ce groupe composé de trois magasins (Hésingue, Sierentz et Waldighoffen), aux côtés de son fondateur, Jean-Marie Baeumlin.

Waldighoffen est le berceau du groupe fondé par la famille Baeumlin dans les années 30. D'une menuiserie, la deuxième génération transforme les lieux en magasin de bricolage. Dans les années 80, Jean-Marie Baeumlin développe le magasin d'Hésingue, né dix ans plus tôt. Sierentz complète le groupe en 2008. Des magasins estampillés Weldom à partir des années 2000. Le groupe s'appuie aujourd'hui sur trois magasins et 80 collaborateurs. « *Nous détectons les potentiels et nous les accompagnons dans leur montée en compétences à raison d'une trentaine d'heures de formation en moyenne par an* », explique Stéphane Brabander, directeur du magasin d'Hésingue.

De stagiaire à co-animateur de la stratégie de groupe

Stéphane Brabander met un pied dans l'aventure en tant que stagiaire, avant d'entamer quatre années d'apprentissage commerce. Il occupe ensuite tous les postes de l'entreprise avant de devenir directeur en 2008. Il a alors 26 ans. En 2014, Stéphane Brabander succède au directeur d'Hésingue avec, pour mission, celle de remonter l'image de marque de ce magasin, véritable moteur du groupe. 23 ans ont passé depuis ses premiers pas. « *Comment expliquer ma longévité ? C'est très simple. Il y a d'abord cette entente, très importante, avec M. Baeumlin. Je suis moi-même bricoleur et j'adore le contact humain. J'ai tout de suite eu de la visibilité sur mon évolution à long terme. J'ai de la chance de travailler avec des gens biens et enfin, je suis quelqu'un de loyal.* » Il co-pilote aujourd'hui la stratégie du groupe aux côtés de Jean-Marie Bauemlin.

Service, proximité et humain

Une stratégie entièrement orientée sur le service, la proximité et l'humain. À Hésingue, Stéphane Brabander offre d'ailleurs des services complémentaires à ses clients, comme la possibilité d'acheter du gaz 24h/24. « *Depuis huit mois, nous investissons énormément d'énergie sur Mondial Relay. Cela demande une organisation importante. Tous les Weldom ne peuvent pas le faire. Nous essayons de trouver des services atypiques pour faire la différence.* » Avant Covid, le magasin proposait également des ateliers pour enfants ou plus techniques, le samedi.

Des produits adaptés aux besoins locaux

Côté produits, le magasin est approvisionné par la franchise à hauteur de 95%. Il se place sur le marché de l'entretien et la rénovation. La peinture reste d'ailleurs son best-seller. « *Avec le temps, nous connaissons les besoins de nos clients. Etant proches de l'Allemagne, nous faisons référencer des produits spécifiques pour satisfaire notre clientèle. Nous sommes également dépositaires de la marque Stihl depuis 30 ans, bien avant d'être Weldom! Nous l'avons conservé.* » À chaque année, sa remise en question. Les directeurs des trois magasins ainsi que leurs DRH et le patron du groupe se retrouvent à l'occasion d'un séminaire avec des informations remontées du terrain. « *Notre but est de construire le commerce de demain.*»

Emilie Jafrate

Stéphane Brabander, Directeur de Welkom Hésingue et Co-Animateur dans la stratégie de groupe.

Weldom Hésingue
63, rue de Saint-Louis - 68220 Hésingue
03 89 69 22 97
weldom.fr

Arnaud De Chardon, une carrière au coeur de la stratégie Leroy Merlin

Fort de 34 années passées chez Leroy Merlin, Arnaud De Chardon a débuté en bas de l'échelle. Après une carrière tout autour de l'Europe, il est aujourd'hui Directeur du magasin de Morschwiller-le-Bas.

C'est en tant que logisticien/chef de vente à Nice, qu'Arnaud De Chardon démarre l'aventure Leroy Merlin. Il gravit les échelons, de chef de rayon, à chef de secteur, jusqu'à team manager, avant de partir relever de nouveaux challenges ailleurs sur le Globe. Il part en Pologne, pendant trois ans, pour l'ouverture d'un magasin avant d'enchainer deux ans en Belgique. « *Je passe ensuite quatre ans au siège, à Lille, dans le service formation chefs de projet et formation des centrales d'achats de toute la France* », se souvient le directeur. Il repart à l'étranger, du côté d'Ankara où il prend la direction d'un magasin au bout de deux ans puis en Roumanie. « *Nous avons racheté une entreprise autrichienne et ses 25 magasins. J'ai réalisé la transformation d'un concept autrichien en concept français et j'ai ensuite terminé à Bucarest dans le plus grand magasin du pays.*»

« Un magasin à fort potentiel »

Arnaud De Chardon manifeste alors sont envie de revenir en France. Il arrive à Morschwiller-le-Bas il y a deux ans pour occuper le poste de Directeur de magasin. « *C'est un magasin à fort potentiel qu'il a fallu transformer pour l'adapter au concept* », souligne-t-il. Un magasin fort de près de 60 000 références produits en libre service, répartis en trois univers : technique, décoratif et aménagement. Un magasin de 130 collaborateurs. « *Notre enjeu est de faire de Mulhouse un acteur local de l'économie. Pas en terme de chiffre d'affaires, mais en terme de partenariats. C'est en faisant vivre l'éco-système que nous ferons la différence.* »

Devenir une entreprise plateforme et omnicanal

Leroy Merlin travaille aujourd'hui sur trois évolutions pour devenir une entreprise plateforme. « *Nous nous appuyons de plus en plus sur des partenaires pour entretenir, dépanner, poser. C'est notre moyen d'offrir une palette de services complète à nos clients. Cela passe également par des ateliers DIY (Do It Yourself) : repaire café, je bricole à l'école pour toucher nos futurs clients... La crise sanitaire a renforcé toutes ces envies.* » L'omnicanalité est également au coeur des préoccupations. Leroy Merlin propose aujourd'hui la vente sur internet, le ''ship from store'' qui consiste à commander jusqu'à 22h pour être livré le lendemain, un retrait par commande, la vente à distance via des télévendeurs, la livraison directe depuis l'entrepôt ou les fournisseurs directement chez le client, via la marketplace ou le site du magasin. L'autre challenge, est d'emmener tous les collaborateurs vers ces évolutions.

L'importance de l'humain

L'humain fait partie de ces enjeux. La formation est omniprésente chez Leroy Merlin qui réalise 60% de promotion interne. «*C'est une entreprise dans laquelle on peut s'épanouir, se former. Il n'y a pas de limite dans son développement personnel. J'ai pu évoluer dans quatre pays différents, réaliser certains de mes rêves, tester plusieurs métiers... C'est une entreprise qui a confiance en ses hommes et elle le prouve en leur offrant de l'autonomie. Un directeur de magasin est un développeur d'hommes et il créé des initiatives.*» Des collaborateurs engagés dans l'évolution de l'entreprise, sur la partie RSE, notamment (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise). Leroy Merlin a posé les jalons d'une vision 2025 du commerce de demain. Une vision dans laquelle la e-reputation est primordiale et viendra nourrir le chiffre d'affaires de l'entreprise.

Emilie Jafrate

Arnaud De Chardon, Directeur du magasin Leroy Merlin à Morschwiller-le-Bas.

Leroy Merlin Morschwiller-le-Bas
35, rue Tachard
68790 Morschwiller-le-Bas
03 89 35 97 00
leroymerlin.fr
Leroy Merlin Mulhouse Morschwiller Le Bas

Faire battre le coeur de Colmar, la mission de Mélanie Stoecklin, animatrice commerce des Vitrines de Colmar

Elle aime flâner dans les rues colmariennes, que ce soit pour un instant shopping, historique, une balade en barque sur la Petite Venise ou tout simplement s'offrir un moment détente sur une terrasse. Voilà 17 ans que Mélanie Stoecklin est animatrice de commerce au coeur des Vitrines de Colmar. Ce centre-ville, elle le connait bien pour y oeuvrer au quotidien.

Mélanie Stoecklin, Animatrice de commerce colmarien depuis 2004. Crédit photo - Stéphane Aït Ouarab

Elle est en contact avec plus de 200 enseignes colmariennes. «*Colmar a la chance de disposer d'une belle offre commerciale avec de nombreux commerces indépendants* », sourit Mélanie Stoecklin. Les Vitrines de Colmar c'est aujourd'hui 230 adhérents, un bureau de 15 commerçants bénévoles, deux apprentis, le tout chapeauté par Céline Kern, Présidente depuis un an. Animatrice de commerce, Mélanie Stoecklin, elle, est en fonction depuis 17 ans déjà. « *À mon arrivée, le tourisme n'était pas aussi présent dans notre centre ville. Aujourd'hui, nous avons un travail à faire sur la clientèle locale pour accueillir nos clients du Centre Alsace dans les meilleures conditions.*»

Le Chèque Cadeaux, l'incontournable

Dans ses 17 années d'exercice, Mélanie Stoecklin a mis en place le lancement du chèque cadeau. C'était en 2008. « *C'est un incontournable pour nos commerçants. Nous travaillons avec beaucoup d'entreprises et comités d'entreprises.*» Les commerçants et leurs salariés, eux, bénéficient d'un Pass des Vitrines qui leur permet de bénéficier d'offres chez les partenaires. Une carte de fidélité commune à plusieurs magasins a également été mise en place. Cette Carte des Vitrines permet de cumuler des euros dans un porte monnaie électronique au fil des achats. Pendant la pandémie, les Vitrines de Colmar ont su se réinventer en développant une market place 100% colmarienne. « *Nos commerçants ont ainsi pu développer une nouvelle clientèle face à une nouvelle manière de consommer. Leurs catalogues en ligne se retrouvent également en ligne sur Facebook et Instagram.*»

Adaptation et créativité

La crise sanitaire a demandé aux Vitrines de l'adaptation et de la créativité. Le défilé de mode qui permet, chaque année, de découvrir la collection hiver des adhérents des Vitrines est maintenu cette année, mais sous une toute autre forme. Il sera diffusé en ligne le 9 novembre prochain à partir de 20h30. « *C'est un nouveau challenge, plus complexe à mettre en oeuvre que le traditionnel défilé, avec tout cet enjeu de visibilité sur les réseaux sociaux.*» Les réseaux sociaux constituent d'ailleurs un chantier important parmi l'ensemble de ses missions. « *Aujourd'hui, les commerçants n'ont plus le choix. Les clients se renseignent avant de venir pousser la porte d'une boutique. Le développement de notre site internet est un axe majeur. Mais le client reste la priorité du commerçant. Il adapte ses horaires d'ouverture, se montre présent sur les réseaux sociaux et nous connaissons beaucoup de reprises par de jeunes entrepreneurs. Notre coeur de ville est dynamique.*»

Emilie Jafrate

Vitrines de Colmar
68, Avenue de la République - 68000 Colmar
03 89 20 21 33
vitrines-colmar.com
Vitrines de Colmar

Sophie Julien, Directrice des Vitrines de Mulhouse : l'oreille attentive des commerçants mulhousiens

Elle vit Mulhouse, elle respire Mulhouse... Directrice des Vitrines de Mulhouse, Sophie Julien est arrivée en 2006, au tout début de cette aventure, alors qu'il y avait tout à faire. La jeune femme a grandi en même temps que son association.

Elle n'avait qu'une toute petite vingtaine d'années, en 2006, lorsqu'elle débarque au coeur des Vitrines de Mulhouse. Pensant occuper un poste très administratif, Sophie Julien était alors loin d'imaginer l'aventure qui l'attendait... C'est aux côtés de son binôme de l'époque, Stéphane Tripot, qu'elle apprend à appréhender le commerce mulhousien. « *Et puis il a décidé de changer de vie. J'ai postulé pour prendre ce poste de direction. J'ai dû faire mes preuves pendant deux ans. Lorsque je suis arrivée, tous me regardaient avec méfiance. Ils avaient beaucoup d'a priori à voir débarquer une petite jeune.* »

« Cette association, c'est mon bébé ! »

2021, Sophie Julien a réussi son pari. Et la jeune femme a bien grandi depuis. « *Je suis arrivée pleine de doutes, de questionnements, peu sûre de moi. Je dois beaucoup aux Vitrines de Mulhouse. Il existe désormais une vraie relation entre les commerçants et moi. Ce sont des femmes et des hommes investis dans leur commerce, dans leur ville. Lorsque je veux tester un nouvel outil, ils ne posent pas de question. Ils me font confiance.*» D'une petite 50aine en 2006, les Vitrines de Mulhouse comptent désormais 280 adhérents. «*Cette association, c'est mon bébé !*»

Le succès du chèque cadeau

Sa première action a été le développement du chèque cadeau. Mulhouse est d'ailleurs la première ville de France en termes de vente. Un modèle décliné dans 80 autres villes en France. «*La gestion est autonome à 100%. Nous l'avons développé avec TDE Informatique, une entreprise de chez nous. Il y a un véritable enjeu de dématérialisation pour les années à venir, sans pour autant supprimer le papier.*» Avant Covid, Sophie Julien et les Vitrines de Mulhouse animaient la ville de Mulhouse à raison de 16 événements par an. « *Mulhouse Cité Mode a tenu 11 ans, Mulhouse Cité Gonflée existe depuis 8 ans... Ce sont des événements qui me rendent fière.* » Sophie Julien est aujourd'hui également membre du bureau des Vitrines de France. «*Certaines fiches techniques de nos événements sont réutilisées ailleurs en France par d'autres Vitrines !*»

Une transformation fulgurante

Sophie Julien a également connu la mutation du centre ville. En 2006 à la naissance de ses Vitrines, Mulhouse sortait des travaux du tram, l'image du centre ville n'était pas bonne. Et puis les planètes ont fini par s'aligner et la transformation a été fulgurante... « *Avec son plan d'action Mulhouse Grand Centre, Jean Rottner a insufflé une véritable volonté politique. Tous les acteurs mulhousiens avaient envie d'aller dans le même sens : Frédéric Marquet - recruté en tant que manager du centre-ville - Patricia Vest et son association Coeur de Mulhouse, Guillaume Colombo, directeur de l'Office de Tourisme, Michel Miclo, directeur de la CCI Mulhouse Sud Alsace, Marie Carraro, conseillère au commerce à la Ville de Mulhouse... Nous étions d'ailleurs tous ensembles, présents au Salon MAPIC, sur le même stand. Aucune autre ville n'avait une telle représentation ni une telle synergie !* »

Sophie Julien, Directrice des Vitrines de Mulhouse. DR

Une reprise attendue avec impatience pour 2022

Voilà un an que Sophie Julien a vu l'arrêt de ses activités. Un arrêt imposé par la crise sanitaire. Son coeur n'aura jamais battu aussi fort pour sa ville. « *J'ai hâte que la machine reprenne pour pouvoir redonner du plaisir aux gens. Cela vaut de l'or !* » Une reprise espérée pour 2022.

Emilie Jafrate

Les Vitrines de Mulhouse
1, rue du Marché - 68100 Mulhouse
03 89 66 24 79
vitrinesdemulhouse.com
Les Vitrines de Mulhouse

Isolations Rauschmaier à Houssen, une aventure familiale depuis trois générations

Fondée en 1950 par Paul Rauschmaier, cette entreprise familiale est désormais entre les mains de la troisième génération. Directrice générale, Stéphanie Bardotto a grandi au cœur d'Isolations Rauschmaier, avant d'entrer aux ressources humaines en 2006 puis d'en prendre les rênes dès 2020.

Stéphanie Bardotto (4ème en partant de la gauche), est la Directrice Générale d'Isolations Rauschmaier. DR

À sa création en 1950, la spécialité d'Isolations Rauschmaier était le calorifugeage. « *Mon grand-père a commencé seul, dans une cave et il allait sur les chantiers avec une charrette à bras et une mobylette* », sourit Stéphanie Bardotto. Une entreprise qui connaît une forte expansion à partir de 1964 avec l'arrivée de son père, Michel Bardotto, aujourd'hui encore Président de la société familiale. « *Nous sommes alors passés à 110 salariés, 30 intérimaires et une cinquantaine de véhicules.* » Après le choc pétrolier de 1974, Isolations Rauschmaier passe un nouveau cap en se lançant dans l'isolation thermique extérieure. La société colmarienne se positionne désormais sur cinq secteurs d'activités : le calorifugeage, la projection coupe-feu et thermique, le bardage bois, l'isolation thermique extérieure et le marché des particuliers.

Réactivité et compétitivité

Début des années 2000, l'entreprise s'installe dans de nouveaux locaux avec, à disposition, 400m2 d'atelier de production. « *Nous avons des machines à commande numérique pour préfabriquer nos tôles. Peu les utilisent en France. Notre autre spécialité est la création d'appuis de fenêtres pour les bâtiments.* » Une entreprise connue et reconnue pour sa réactivité et sa compétitivité. La diversification de ses activités lui permet de travailler avec une clientèle large, des bailleurs sociaux aux communes, en passant par les promoteurs immobiliers, les syndicats de copropriété, les usines ou encore les chauffagistes.

Une dizaine de postes à pourvoir

En interne, Isolations Rauschmaier tient à sa politique sociale. « *Certains de nos collaborateurs sont avec nous depuis 40/45 ans. Nous avons embauché leurs enfants et aujourd'hui leurs petits-enfants intègrent notre entreprise. La porte, ici, est toujours ouverte et nous recevons nos équipes tous les trois mois.* » Malgré son management humain, Isolations Rauschmaier peine à trouver de nouveaux collaborateurs. Les besoins sont pourtant bien présents. L'entreprise est à la recherche de dix nouveaux collaborateurs à minima. « *Nous recherchons des personnes motivées et sans limite d'âge. Dans nos métiers, nous formons en interne et surtout, nous donnons la chance à tout le monde.* »

« J'ai naturellement développé la culture d'entreprise »

Bien avant d'intégrer ses effectifs, Stéphanie Bardotto a grandi dans et avec l'entreprise familiale. « *À l'époque, nous avions les bureaux en bas et nous habitions à l'étage. Je voyais papa se battre tous les jours. J'ai naturellement développé la culture d'entreprise. Mais j'ai eu besoin de gagner en maturité et de me former ailleurs, avant de penser à reprendre.* » Stéphanie Bardotto rejoint l'aventure familiale en 2006, aux ressources humaines, d'abord. Elle est aujourd'hui Directrice Générale de la structure. Mais la chef d'entreprise ne se limite pas à la casquette de DG. Stéphanie Bardotto est une femme engagée. Elle est entre autre Vice-Pésidente Industrie de la CPME68 depuis 2019, conseillère prudhommale industrie, elle a également occupé la fonction de Vice-Présidente de Colmar Agglomération. « *Ces liens avec le monde extérieur m'apportent énormément*», souligne-t-elle. Son challenge aujourd'hui est de faire perdurer l'histoire familiale avec une envie de développement vers le marché suisse.

Emilie Jafrate

Isolations Rauschmaier SAS
22, rue de Houssen - 68 000 Colmar
03 89 21 67 67
isolations-rauschmaier.fr
Isolations Rauschmaier

Philippe Monory, Directeur du Développement Territorial EDF Alsace, l'interlocuteur privilégié de la transition énergétique

Après 25 ans d'exploitation nucléaire, Philippe Monory a pris ses fonctions de Directeur du Développement Territorial le 1er septembre 2020. Son rôle est d'accompagner les acteurs de son territoire dans leur transition énergétique.

Philippe Monory, Directeur du Développement Territorial EDF Alsace.

La crise sanitaire a perturbé sa prise de fonction « *Elle a commencé par l'annulation d'un important Salon. Débuter son nouveau métier basé sur les relations extérieures par un confinement n'est pas idéal* », se souvient-il. Philippe Monory fait partie des 200 salariés qui ont quitté la Centrale Nucléaire de Fessenheim dès sa fermeture. Son parcours est atypique « *Je suis passé d'une direction d'industrie à une direction commerciale. Ce que nous proposons, ce ne sont pas des produits marketés ou design, mais des produits techniques.* »

Mettre en musique la transition énergétique auprès de tous les acteurs du territoire

« *Tout le monde connaît EDF en tant que fournisseur d'énergies (électricité et gaz). EDF est aussi fortement engagée pour la préservation de notre planète. Le Groupe a pour mission la décarbonation des usages, sans modifier le confort des utilisateurs. Ainsi, nous accompagnons les entreprises pour les aider à diminuer leur empreinte carbone et à optimiser leurs process (récupération de chaleur, de vapeur, etc). Nos équipes développent des outils innovants tout en respectant une logique de coûts compétitifs.*» La transition énergétique fait partie de son quotidien. « *Mon rôle est de la mettre en musique auprès des différents acteurs de notre territoire, collectivités, entreprises et partenaires.* » Philippe Monory propose un accompagnement « sur mesure pour rendre possibles ces projets ». C'est dans ce cadre qu'EDF et la CPME 68 ont renouvelé en 2021, leur coopération en faveur des entreprises du Haut-Rhin. A leur demande, Philippe Monory sensibilise les chefs d'entreprises aux nouveaux enjeux énergétiques et leur communique des conseils adaptés à leurs attentes. Sur les thèmes de l'optimisation énergétique et de l'innovation, il est l'interlocuteur privilégié des adhérents de la CPME 68 et ses partenaires.

Photovoltaïque, mobilité électrique et hydrogène

EDF travaille sur plusieurs axes. Le développement de la production d'énergies renouvelables, comme par exemple le photovoltaïque en toiture ou au sol, et aussi tout ce qui a trait à la mobilité électrique. EDF ambitionne de devenir le premier opérateur de bornes de recharge sur le territoire national. « *L'enjeu est de mailler tout le territoire, en intégrant le domaine public, avec les collectivités, et privé avec les entreprises.* » L'hydrogène constitue également un nouvel enjeu d'avenir, dans les secteurs de la mobilité lourde et industrielle.

Une transition énergétique qui appelle à la solidarité

Une transition qui ne peut se faire sans une valeur importante à ses yeux : la solidarité. « *Il faut emmener tout le monde ! Avec des enseignants et des jeunes, nous avons par exemple monté un escape game à Barr pour mieux utiliser l'électricité. Ces bonnes pratiques - découvertes de manière ludique - ont permis à ces jeunes de les appliquer au sein de leurs foyers. Ils font partie d'un cercle vertueux. Si les familles parviennent à réduire leur consommation, cela aura un impact positif sur leurs factures d'énergies. La transition énergétique peut paraître virtuelle pour les foyers les plus précaires, or, ils ont eux-aussi le moyen d'agir. Notre rôle est de leur montrer que nous pouvons consommer autrement tout en conservant le même confort.* »

Une remise en question permanente

« *Construire un avenir énergétique neutre en CO_2, en conciliant la préservation de la planète, le bien-être et le développement grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants* » est la raison d'être d'EDF. Une phrase inscrite dans ses statuts et qui constitue la feuille de route de l'entreprise. « *Nous sommes là pour écouter, convaincre aussi mais surtout co-monter des projets. Ce métier est une remise en question permanente. Chaque jour, je me demande comment faire pour améliorer demain.* »

Emilie Jafrate

EDF - Direction Commerciale Régionale Est
32 allée de la Robertsau
67083 Strasbourg
54 avenue Robert Schuman
68072 Mulhouse
edf.com

Le Périscope

Le média des entreprises locales le-periscope.info

Zone de distribution

Le Périscope en quelques chiffres

6 parutions par an

15000 exemplaires

4000 entreprises distribuées

Chaque symbole indique l'emplacement d'un présentoir

Vous désirez communiquer dans Le Périscope
Le média des entreprises locales
sous forme d'annonce publicitaire ?
Contactez notre service commercial
au 06 26 52 40 56

Le Périscope
Le média des entreprises locales

Edité par S.A.S. Le Périscope
8 rue des Cailles, 68270 Ruelisheim
03 89 52 63 10 - www.le-periscope.info
N° ISSN : 2271-6017 - Tiré à 15.000 exemplaires

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