

LE POINT ECO

www.point-eco.com



Euro, un an après Ce qui a changé

> p.10



> **TIC** p.19

Le temps de la maturité

> **Architecture et commerce**
Participez aux trophées 2003

p.30

> **Métiers**

La distribution automatique
en quête d'un nouveau souffle

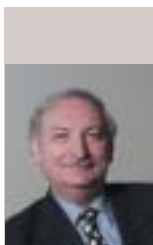
p.38

ÉDITORIAL

Favoriser l'aménagement équilibré de la région

L'Alsace souffre depuis plus d'un an des mutations mondiales ; des pans entiers de l'économie sont malmenés et des fleurons de l'industrie régionale disparaissent. Le marché de l'emploi ne donne aucun signe d'embellie, que ce soit au niveau national ou européen.

Parallèlement, les répercussions des mauvais résultats de l'économie allemande commencent à se ressentir et l'on craint une remontée du chômage. *A contrario*, un paradoxe ancien revient sur le devant de la scène : les entreprises affichent des difficultés à recruter des personnels qualifiés. Seule l'APEC relève un optimisme relatif quant à l'évolution des effectifs cadres.



RICHARD BURGSTAHLER,
PRÉSIDENT DE LA
CHAMBRE DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE STRASBOURG
ET DU BAS-RHIN.

Le rôle de la CCI est d'ouvrir des voies d'avenir en s'appuyant sur les initiatives des entreprises. Lorsque la conjoncture du moment n'est pas au rendez-vous, il faut

rechercher de nouveaux marchés. C'est la démarche que la Chambre a voulu promouvoir en remettant les Trophées régionaux de l'Export aux entreprises qui ont su affirmer leur compétitivité internationale grâce à des investissements constants. Elle s'intéressera de même aux nombreuses opportunités de développement que représentent les pays candidats à l'élargissement de l'Union européenne en 2004.

La zone euro constitue le premier marché de nos entreprises et le premier levier pour sortir de la tourmente. En produisant des richesses, les entreprises contribueront à créer une région attractive et à favoriser son aménagement équilibré. La proximité de la CCI avec les entreprises au niveau régional, la qualité des services qui leur sont proposés et les coopérations inter-entreprises permettront de stimuler les investissements et la croissance. Le travail en réseau que nous avons également engagé avec les CCI du Bade-Wurtemberg participera à l'élaboration d'actions

communes, notamment dans la promotion de l'export et du tourisme sur des marchés lointains. D'ores et déjà, nos négociations avec la Région ont débouché sur une coopération plus efficace à l'export. Notre objectif est de valoriser une image attractive du Rhin Supérieur sur le plan mondial.

Je forme le vœu que 2003 soit une nouvelle occasion de réussite et de prospérité de l'économie locale grâce à une ouverture internationale des entreprises. ■

À lire

- p.10 le dossier Euro
- p.26 les Trophées régionaux Export
- p.32 les résultats du panel Apec Europe 2002-2003

➤ CCI 200 ans d'entreprises, 200 ans d'innovations

Janvier 1803 : la CCI de Strasbourg tenait sa première session !

Au cœur des entreprises, au cœur de la modernité, la CCI a continuellement investi dans des initiatives qui ont entraîné des effets économiques de longue durée sur notre région : soutien à la création d'infrastructures (création de la

Compagnie des Chemins de Fer de l'Est en 1837, du Bassin d'Austerlitz en 1892), à l'investissement du capital immatériel (création de l'IECS en 1920 et du WTC en 1979)...

Pour fêter son bicentenaire, nous communiquerons sur nos missions et actions tout au long de l'année. Mais 2003 sera également



une occasion de prospective. Nos services sont en train d'identifier et de définir des engagements qui détermineront le développement économique et l'attractivité de la région à long terme.

Les résultats de leurs réflexions vous seront restitués d'ici le dernier semestre 2003. ■

Dossier



» Euro, un an après Ce qui a changé

Les Européens fêtent le premier anniversaire de leur monnaie unique. Pour 72 % d'entre eux, l'euro est un événement majeur de l'histoire de l'Europe. Si l'euro a, incontestablement, bouleversé la vie des particuliers, ce n'est pas le cas pour les entreprises. ■

» p 10/16

» L'euro et après
Vision sur une économie allemande en porte-à-faux !

Un an après sa mise en place, les vagues de peur autour de l'euro et d'une hausse des prix généralisée sont passées, mais les porte-monnaie allemands restent fermés. Des initiatives dans le pays badois voient le jour et tentent de redonner une impulsion à la consommation.

» France - Allemagne
Où acheter moins cher ?

» Nouvelles ----- p 4/7

» CCI ----- p 8/9

*Budget 2003
Priorité à l'appui
aux entreprises*

*Aéroport international
Strasbourg
Le système de la concession
en question*

» International - - p 17/18

*Coopération franco-catalane
Les CCI ouvrent des perspectives
entre l'Alsace et l'Espagne*

» Industrie ----- p 22/24

*Trophées de l'Innovation
Cinq lauréats régionaux
pour la cuvée 2002*

*Environnement
La sécurité dans tous
ses états*

» International - p 26/28

*Trophées régionaux Export
Les exportateurs se portent
bien*

Sati, Dynajet, Cogifer, Bio Omega,
Europe Environnement et Anadiag
sont les gagnants des Trophées



régionaux Export 2002. Un prix spécial du jury a été décerné à Heckel Sécurité.

» Bicentenaire - - - - p 29

*1803 - 2003
200 ans de prospective*

» Commerce - - - - p 30/31

*Architecture et commerce
Participez aux trophées 2003*

*Comportements d'achat
Comment achètent
les bas-rhinois ?*

*Rosheim
Le Panonceau d'Or couronne
le travail des professionnels*

» Formation - - - - p 32/34

*XI^e carrefour de la formation
et de l'emploi
La « formation durable »,
levier du développement
économique*

» Créateurs - - - - p 36/37

Kaobang *La culture asiatique
à livres ouverts*

Denovo Design *Le design
industriel au meilleur coût*

» Métiers - - - - - p 38/40

*La distribution automatique
en quête d'un nouveau
souffle*



S'adapter aux habitudes des consommateurs qui souhaitent grignoter et consommer à toute heure : un challenge perpétuel pour les gestionnaires de distributeurs automatiques. Alors que la boisson chaude reste le principal vecteur du développement de la profession, les produits frais comme le sandwich viennent à concurrencer les confiseries et les biscuits salés.

*Boissons et sandwiches frais
Prestomatic joue la qualité,
la fraîcheur et la proximité
Cafés, thés, chocolats, potages
75 % du marché de Jede
Alsace*

» TIC ----- p 41

*Ce mois-ci sur le Net
Portails d'entreprise : « quelles
applications pour les entrepri-
ses éclatées et étendues »*

» Juridique - - - - - p 42/43

*Le Livre Foncier d'Alsace-
Moselle modernisé*

» Gastronomie - - - - p 44

*Alexis Albrecht,
«Au Vieux Couvent»*

**Au cœur
du Ried,
le plaisir
d'une gas-
tronomie
inventive
et concer-
tée, entre
père et
fils...**



» Services - - - - - p 45/46

» Rendez-vous - - p 47/48

Table-ronde

➤ TIC Le temps de la maturité

En 2000, les valeurs technologiques ont sombré, entraînant dans leur sillage dépôts de bilan, disparitions ou regroupements de start-up. Conséquence : l'outil Web, devenu un temps objet de suspicion, a été boudé par le monde de l'entreprise. Des agences ou PME spécialisées dans l'Internet ont tout de même réussi à passer à travers les mailles de cet e-krach. Cinq d'entre-elles témoignent à cette table-ronde. ■

➤ p 19/21

Intervenants

- Uhl Bonaventure informatique
- SDV Plurimédia
- Net Ingénierie
- Advisa
- zexVia



N° 220 - février 2003

Édité par la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin - 10, place Gutenberg 67000 Strasbourg - Tél. 03 88 75 25 25
Directeur de la publication :

Philippe Grillault Laroche,
directeur général de la CCI

Directeur de l'édition :

Philippe Edel, directeur de l'information économique de la CCI

Rédactrice en chef : Françoise Herrmann
Secrétariat : Chantal Baecker,
Catherine Slatine-Barusta

Comité de rédaction : Thierry Bourgeois,
Barbara Calligaro, Jocelyne Choukroun,
Muriel Ischia-Weber, June Marchal,
Claude Ribeiro, Nathalie Rolling,
Christiane Sibieude, Emmanuelle Spindler,
Loïc Villecourt.

Éditeur délégué : André Rodeghiero (ADC)

Collaboration au rédactionnel : Lucienne Toledano, Anne Herriot, Sabine Brantus.

Conception et réalisation :

Art Design et Communication 03 90 41 17 41

Illustrations : Sébastien Messerschmidt

Photos : Henri Parent

Impression : Eppe Direct

Prix du numéro : 3 euros

Tirage : 33 000 exemplaires

Numéro de la commission paritaire :

A.D.E.P.347

Dépôt légal : 1^{er} trimestre 2003.

Publicité : Performance Média

Nathalie Bohl - Tél. 03 88 78 47 73

Fax. 03 88 78 87 50

E-mail : n.bohl@performance-media.fr

LE POINT ECO

**Annonces
cet espace vous
est réservé !**

**PERFORMANCE
MEDIA**

Contactez Nathalie Bohl

Tél. 03 88 78 47 73

Fax. 03 88 78 87 50

n.bohl@performance-media.fr

INDUSTRIE

➤ www.fibois-alsace.com

Tout sur le bois construction

Vous trouverez sur ce site une série d'informations sur les entreprises exploitantes (scieries et usines), les organismes gestionnaires, la forêt privée, les types de forêts en Alsace et leur gestion, la filière de transformation du bois... Bref, une mine de données et des adresses utiles sur la filière bois alsacienne.

➤ www.eau-rhin-meuse.fr
L'éducation de l'environnement



Organisme public participant à la protection de l'eau et à la reconquête des milieux aquatiques, l'agence de l'eau Rhin-Meuse consacre une part de son activité à l'éducation et à l'environnement. Elle vient de créer un site «junior», dont l'objectif est de permettre aux enfants de 9 à 12 ans de devenir des écocitoyens.

➤ Heckel Sécurité met la gomme à La Walck

Spécialiste de la chaussure de sécurité à La Walck, l'entreprise Heckel investit 2 M€ pour transformer son site en centre de compétence Macsole (caoutchouc double densité). C'est en accord avec la stratégie de son nouvel actionnaire Uvex Arbeitsschutz que Jérôme Flechter, directeur général de l'entreprise Heckel Sécurité, a décidé de se concentrer autour de cette technologie moderne qui permet de travailler le caoutchouc en double densité. Heckel Sécurité a obtenu le prix spécial du jury aux Trophées Export 2002 (voir p.28)

➤ Air France certifié pour la qualité de ses services

Déjà délivré par le groupe SGS, le certificat Qualicert fait d'Air France la première compagnie aérienne certifiée pour ses prestations de services aux passagers. Ce certificat constitue une nouvelle étape dans la politique qualité mise en œuvre par Air France depuis 1997 : sensibilisation du personnel, balises de qualité, services d'assistance aux personnes ayant des besoins particuliers... Souhaitant aller plus loin en 2000, Air France a formalisé sa démarche par une procédure officielle qui va au-delà du cadre des engagements fixés par l'AEA - Association des compagnies aériennes européennes. Ce sont donc 38 engagements qui ont été définis et validés par une association de consommateurs. Leur objectif : optimiser la prise en charge du client, depuis la réservation jusqu'à la destination finale. C'est l'écoute des clients, une attitude attentive et professionnelle, une organisation efficace pour le confort de l'utilisateur, une information claire et pertinente, une gestion rigoureuse des irrégularités. Coût de l'investissement : 250 000 € sur deux ans, hors formation.

[Site] www.airfrance.com/corporate



➤ Porte Sud : premières implantations

Situé sur le terrain de la SCI Constellation (famille Burrus, propriétaire de la Chocolaterie Schaal), le complexe immobilier d'entreprises de la Porte Sud a accueilli ses premiers occupants. Début janvier, l'entreprise Würth y a installé une activité commerciale sur 800 m² et un magasin destiné à l'accueil de ses clients professionnels, «l'Orsy Shop», sur 300 m². D'ici le mois de mars, l'agence bas-rhinoise de Fenwick aura quitté ses locaux de Fegersheim pour une surface mixte de 3300 m² à la Porte Sud.

➤ TPS : de nouveaux locaux à Hoerdtd

Spécialisée dans l'usinage, la distribution, la maintenance industrielle et la réparation de machines tournantes (pompes, turbines, compresseurs), la société Techni Pompe Service (TPS) a emménagé dans de nouveaux locaux. Le bâtiment de 1286 m² se situe sur un terrain de 54 ares dans la zone

industrielle du Ried à Hoerdtd. Coût de l'investissement : 1 M€. Associée au groupe allemand KSB, TPS emploie 42 personnes sur 3 sites : Hoerdtd, Mulhouse et Saint-Avold. Prévisions 2005 : 50 salariés et 5 M€ de CA.

➤ Georges Bruck 150 ans de foie gras et un nouveau logo



Sur le segment du foie gras haut de gamme depuis 1852, Georges Bruck adopte une nouvelle

signature de «créateur de foie gras». Dirigée par Vincent Heusch, l'entreprise strasbourgeoise transforme des foies d'oie et de canard, commercialisés dans les épiceries fines, rayons traiteurs des grands magasins, hôtels-restaurants... 60 % de la production est vendue en France (dont 22 % sur le Grand Est et 23 % en région Ile-de-France) et 40 % à l'export. Originalité de

cette entreprise familiale où cinq générations se sont succédées : son implantation sur 800 m², en plein cœur de Strasbourg, 22 personnes (dont 6 cuisiniers) y travaillent les foies de manière artisanale.

➤ ES cède 95 % d'Est Vidéocommunication

Filiale indirecte d'Électricité de Strasbourg à travers la holding Fipares, Est Vidéocommunication construit et exploite des réseaux câblés depuis 1988. 95 % de ses actions ont été cédées fin 2002 au Groupe Altice Est Holding (spécialiste en financement, gestion, construction de réseaux câblés). Actionnaire à 5 %, le groupe Électricité de Strasbourg continuera de fournir un certain nombre de prestations à Est Vidéocommunications, afin d'assurer la pérennité des services.

➤ Mosaiques privilégie la construction de lieux de vie

Avec un premier programme sur l'espace de l'Aéroport international Strasbourg, l'entreprise alsacienne Mosaiques, spécialiste de l'aménagement et de la rénovation d'espaces tertiaires, se lance un nouveau défi : la construction de lieux de vie d'entreprises. Son concept, Tertiaire Latitude, est la concrétisation de cet engagement éthique pour le bien-être. Prochaine étape : la mise en place de solutions de service, dans la lignée des villages d'entreprises, comme une billetterie, un pressing ou une garderie...

➤ Duravit l'excellence du design

Double succès pour l'entreprise Duravit («les salles de bains à vivre») de Bischwiller : ses vasques signées Philippe Starck et ses lavabos «Véro» ont décroché le «red dot award 2002» du Design Zentrum de Nordrhein-Westfalen. Selon le jury, «la qualité de leurs produits se reconnaît dans l'exemplaire innovation résidant dans la combinaison forme et fonction». Sur 1479 demandes de concours enregistrées, seules 336 ont obtenu ce titre.

➤ *Documentation*
Tableaux de l'économie alsacienne : le panorama complet de la région



Destiné à un large public, cet ouvrage de l'INSEE décrit la vie économique et sociale de l'Alsace et de ses départements. L'ouvrage rassemble, pour 21 dom-

maines, des données statistiques, présentées sous forme de tableaux, graphiques et cartes. Les textes de présentation sont accompagnés de définitions et d'une bibliographie. Ce **panorama complet de l'Alsace** est vendu au prix de 20 € pour l'offre couplée papier-cédérom. Version papier (244 pages) : 12 € et version cédérom : 15 €.

[Contact] CCI Info Documentation
 03 88 75 25 50

SERVICES

➤ **La Tribu, du nouveau dans le design**

Dirigée par **Damien Ligier**, cette nouvelle structure met en relation des artistes et des industriels en vue de la création de collections d'objets design. La jeune agence offre ses compétences en marketing, communication et design. Sa première collection a été réalisée pour **Kahlo**, troisième porcelainier mondial. Cette série de tasses à expresso, cappuccino et mug est diffusée dans 59 pays dans le monde. Une autre collection privée – des assiettes en porcelaine de Limoges – issue d'un partenariat avec le traiteur «*Chez soi*».

[Contact] 03 88 41 13 33

➤ **Guy Fend**
Portraitiste à l'honneur

Remis à l'occasion du dernier congrès du Groupement National de la Photographie Professionnelle, le titre de portraitiste de France «*Honneur*» a été remis à **Guy Fend**, **photographe à Wasselonne**. Trois

➤➤ **La Région Alsace renforce ses aides**

Pour permettre aux entreprises de mieux répondre aux nouveaux défis internationaux, la Région Alsace élargit l'accès à la prime régionale à l'emploi (PRE) à l'ensemble du territoire alsacien. Alors qu'elle était dédiée à la zone prioritaire régionale d'aménagement du territoire (ZPRAT), l'aide concerne à présent tout projet industriel ou de prestation de services dont une part substantielle du CA est réalisée avec des marchés extrarégionaux. Le montant accordé par emploi créé est de 5 000 € hors ZPRAT et de 20 000 € sur ZPRAT. D'autres aides sont aménagées, notamment en faveur des entreprises en restructuration et des porteurs de projets d'investissements matériels.

[Contact Région Alsace]
 Direction du développement économique, 03 88 15 68 80

titres «*France*», «*Honneur*» et «*Excellence*» avaient été décernés fin 2002 par un jury composé de six personnalités du monde de la photographie et des beaux-arts.

➤ **3 W Prod s'implante à Entzheim**

Spécialisée dans les solutions pour l'internet et la communication, 3 W Prod a quitté ses locaux de Molsheim pour s'installer dans la zone d'activités «*Aéroparc*» à Entzheim. Elle se dote ainsi de nouveaux moyens pour améliorer ses services et prestations (développement et transformation de sites, formations...) destinées aux PME-PMI de la région. Quelques sites réalisés par 3 W Prod :
www.le-parc.com
www.aubergedumarcaire.com
www.ville-rosheim.fr
www.klingenfus-vinfera.com

➤ **Transiciel Strasbourg s'agrandit**

SSII européenne née en 1990, Transiciel propose une offre multispécialiste sur la région Est, s'articulant autour de deux métiers principaux : l'intégration de systèmes de gestion et applications management, et l'infogérance et administration des systèmes et réseaux. À Strasbourg, Transiciel (85 salariés) s'est agrandie et a ouvert une nouvelle plate-forme au 333 de l'avenue de Colmar. Sur

la région Est, (Nancy, Belfort, Strasbourg) Transiciel emploie 210 collaborateurs et réalise un CA de l'ordre de 15 M €. Quelques références locales sur les technologies NT/Unix : Conseil Général 67, Conseil de l'Europe, Knauf, France Télécom...

[Contact] 03 88 65 73 80

➤ **Aéroport international Strasbourg + 2 millions de passagers**

Après un début d'année difficile, 2002 s'achève sur une note optimiste : l'Aéroport international Strasbourg a en effet enregistré une progression importante au mois de décembre (+22,8 % par rapport à décembre 2001), grâce à un bond spectaculaire du trafic international. Le trafic total 2002 est de 2 018 439 passagers. Comparativement à la moyenne nationale, on peut dire que l'Aéroport international Strasbourg s'en sort bien avec une baisse annuelle de passagers de 4,5 %.

À noter quelques écarts marquants concernant les liaisons intérieures, dont +95 % pour le hub de Régional Airlines à Clermont-Ferrand et -5,9 % pour les aéroports parisiens. À l'international, des croissances très fortes ont été enregistrées vers Madrid et vers Londres, qui permettent d'amortir les chutes de trafic vers Bruxelles.

[Contact] 03 88 64 67 67

LE POINT ECO
Annonces
 cet espace vous est réservé !
MEDIA
 Contactez Nathalie Bohl
 Tel. 03 88 78 47 73
 Fax. 03 88 78 87 50
 n.bohl@performance-media.fr

INITIATIVES

> Euro-Toques Combat pour la qualité

Regroupant 4 000 adhérents issus de 17 pays européens, l'association Euro-Toques milite pour la **défense des produits sains et de qualité**. Siégeant en tant qu'expert permanent auprès de la Commission Européenne et au Parlement, ses représentants agissent en faveur de l'intérêt des consommateurs et l'identité des régions face à la mondialisation. En France, **500 chefs** partagent la même philosophie et défendent leur patrimoine culinaire. Réunis à Strasbourg fin novembre, ils y ont exprimé leur souhait dans le cadre de la réforme de la PAC* : redonner confiance et permettre aux consommateurs de faire des choix éclairés. Président-France d'Euro-Toques : **Henri Charvet**, «Au Comte de Gascogne» à Boulogne.

*politique agricole commune

DIRIGEANT

ANTONY JEAN-MERTENS,
DIRECTEUR MARKETING
AU PMC STRASBOURG



Issu de l'École Supérieure de Commerce de Montpellier (cursus tourisme international), Antony Jean-Mertens,

28 ans, a pris la responsabilité du département marketing et développement commercial au Palais des Congrès de Strasbourg. Originaire de Colmar, il a exercé pendant quatre ans dans le domaine du tourisme (chargé du développement multimédia à la Maison de la France à New-York au sein du Club Français du Tourisme d'affaires réceptif puis coordinateur des ventes au siège du Club Med).

> Le Jardin des Sciences La culture scientifique pour tous

Porté par l'**Université Louis Pasteur**, le Jardin des Sciences aura pour vocation de replacer la science dans la cité. Inscrit au contrat de plan État-Région 2002-2006, le projet, lancé en décembre dernier, englobe la rénovation du bâtiment abritant le Musée zoologique et l'affectation de toutes les surfaces aux activités du nouveau Musée des Sciences. Livré en 2006, celui-ci sera ensuite associé à la création d'un **parcours paysager reliant les différents musées de l'ULP** (minéralogie, sismologie, botanique, planétarium). Le financement (18,6 M €) sera assuré par l'État et les collectivités territoriales alsaciennes.

> Chercheurs étrangers en France

La Fondation Kastler sur le campus du CNRS

Créée par l'**Académie des Sciences** en 1993, la Fondation Alfred Kastler (Strasbourg) a deux missions : faciliter la **mobilité des chercheurs étrangers** vers la France et le rapprochement culturel, dans la perspective humaniste de favoriser la **coopération internationale**. La Fondation, dont le siège est situé sur le campus du CNRS à Strasbourg a rejoint, en mai 2002, la Cité internationale universitaire de Paris.

[Site] www.cnrs.fr/fnak

> Recherche fondamentale L'ISIS ouvert aux chercheurs

Situé rue Gaspard Monge à Strasbourg, le bâtiment de l'**ISIS** (Institut de Science et d'Ingénierie Supramoléculaires), a été inauguré fin 2002. Conçu par **Jean-Marie Lehn**, prix Nobel de Chimie, ce projet a été porté par l'université Louis Pasteur. Son ambition : développer des **recherches d'excellence dans le secteur de la chimie moléculaire et supramoléculaire** aux confins de la matière complexe. 50 chercheurs et personnels administratifs y pratiquent déjà la pluri-disciplinarité ; à terme 150 personnes devraient y être accueillies.

>> Urbanisme

> La loi SRU en débat au Conseil Régional de l'Immobilier

Réunis à l'occasion du forum du Conseil Régional de l'Immobilier, les acteurs de l'aménagement du territoire se sont retrouvés autour d'un thème capital pour le développement des villes et des campagnes : la loi SRU*. Au programme, des tables-rondes sur les nouveaux outils (SCOT, PLU, PLH, Pays...) et le partenariat public/privé.

* voir PE n° 211

[Contact] 03 88 75 99 95

> Plans locaux d'urbanisme Les nouvelles communes concernées

Les entreprises localisées dans les communes de Dambach (près Niederbronn), Lupstein, Monswiller, Ottersthal, Sessenheim, Truchtersheim, Wilwisheim et Wingersheim ayant des demandes ou des problèmes en matière d'urbanisme sont invitées à faire appel aux services de la CCI (associée à l'élaboration des documents d'urbanisme). Analysées avec les entreprises, les demandes seront transmises au groupe de travail chargé d'élaborer le document.

> Quel avenir pour la région de Strasbourg ?

Le SCOTERS en débat

Élaboré à partir d'une vaste concertation, le Schéma de Cohérence Territoriale de la Région de Strasbourg – SCOTERS – fixe les grandes lignes du développement de la région de Strasbourg jusqu'en 2015 et concerne 130 communes. Entré en phase de débat fin 2002, il a fait l'objet de plusieurs réunions et expositions. Les prochaines se tiendront à Rhinau, réunion publique le 11 février et exposition du 3 au 14 février à l'Hôtel de Ville, et à Truchtersheim (exposition du 3 au 14 février).

[Contact CCI] Barbara Calligaro, 03 88 75 25 28
b.calligaro@strasbourg.cci.fr

> Extension du tram Les observations de la CCI

« Les futures extensions du réseau du tramway entraînent une amélioration de l'accessibilité de quartiers qui constituent d'importants pôles démographiques et économiques... Par contre, elles présentent des inconvénients majeurs dans les connexions interquartiers... »

L'avis de la CCI est accessible sur le site : www.strasbourg.cci.fr

➤ Budget 2003 Priorité à l'appui aux entreprises

Le projet de budget 2003 a été bâti à partir des orientations définies par vos représentants, élus de la CCI. Établi en liaison avec les services de la Chambre, celui-ci prend en compte leurs attentes partagées :

- **Communiquer notre «savoir-faire»** au travers d'actions de communication ciblées par bassins d'emploi ou secteurs d'activités ; un appel à la mobilisation des élus a d'ailleurs été lancé fin 2002, afin qu'ils s'investissent en tant que relais d'initiatives ou de prestations concrètes.
- **Se donner les moyens nécessaires pour nouer des partenariats** (CCI, élus, collectivités, Région...) destinés à mieux répondre aux besoins des entreprises, en tenant compte des contraintes de l'environnement qui pèsent sur elles.

Pour ce budget, les équipes disposeront des moyens pour répondre à plusieurs ambitions :

- Améliorer la performance de la formation

De nombreux produits nouveaux ont été développés par la formation en 2001-2002, l'année 2003 sera une année de consolidation avec, notamment, la poursuite des sections BTS et de la formation à distance.

- **Rendre plus visible la CCI à travers une communication vivante et réactive** sur l'expression des besoins des entreprises et les actions de la CCI.

Une intensification des actions d'envieure en matière de création-reprise-transmission et cession d'entreprise est prévue, de même que le

recours aux technologies de l'information et de la communication. Il s'agit notamment de mener à bien la mise en place d'une offre d'accès pluraliste à haut débit pour les entreprises du Bas-Rhin.

- **Mesurer l'impact des actions** et la satisfaction des clients en poursuivant et en intensifiant la politique de marketing engagée en 2002.

Les Directions du Commerce et du Tourisme bénéficieront de moyens humains supplémentaires, destinés à mener pleinement notre action de conseil et d'observation afin d'arriver avant la fin 2003 à un véritable schéma d'urbanisme commercial.

- **Coopérer avec d'autres partenaires**, notamment la Région Alsace.

Le budget de l'international prévoit une politique volontariste de progression des PME alsaciennes sur certains marchés (c'est aussi la mission de la cellule foires et salons de la CCI), avec quelques démarches innovantes comme la recherche de synergies avec les comités d'expansion français, en particulier l'ADIRA, et les CCI du Bade-Wurtemberg, et la multiplication des partenariats...

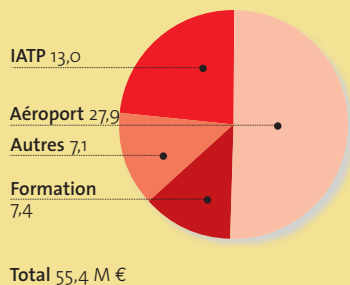
Il est également prévu de poursuivre le redressement de l'activité de l'Aéroport, pour lequel une réflexion sur le régime de concession est en cours (voir ci-contre) et de réhabiliter et rentabiliser la filiale immobilière de la CCI, la SICI. ■

➤ Le budget de la CCI en 2003

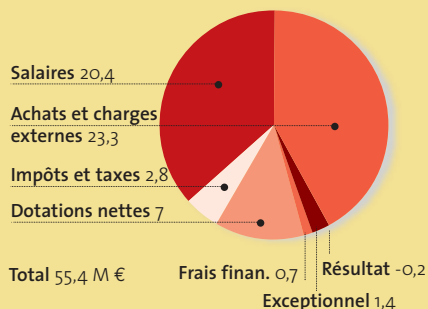
Produits et charges

Les chefs d'entreprises, Élus de la CCI, définissent la politique générale et votent chaque année le budget de la CCI. Un budget qui bénéficie de deux sources de financement : l'IATP* et les recettes commerciales générées par les actions de la CCI.

➤ Produits d'exploitation



➤ Charges d'exploitation et autres



*IATP : Imposition additionnelle à la taxe professionnelle

➤ *Aéroport International Strasbourg* Le système de la concession en question

«Il faut doter les aéroports de structures qui prennent des décisions rapides», a déclaré Philippe Grillault Laroche, directeur général de la CCI, à l'occasion de la dernière assemblée de la CCI. «Alors que les aéroports sont gérés comme des entreprises privées, ne pas avoir d'existence à part entière est pénalisant. Le régime de concession auquel ils sont soumis est inadapté à un contexte économique en mutation. Il est donc indispensable d'adapter la loi aux réalités économiques».

Depuis plus de 50 ans, les aéroports français sont gérés dans le cadre d'un régime concessif associant l'État (concedant) et des concessionnaires qui sont souvent les CCI. La concession définit les conditions dans lesquelles l'État fait assurer, pour son compte, la gestion d'un service qui constitue implicitement un monopole. Ce régime présente de nombreuses faiblesses pour les concessionnaires, car l'Aéroport ne peut être propriétaire des bénéfices obtenus, ni accumuler des fonds propres. Le concessionnaire gère l'aéroport à ses risques et périls (sans rémunération du risque) avec des financements exclusivement publics. Alors que la loi «Démocratie de proximité» prévoit de renforcer le rôle des collectivités territoriales dans le développement des aéroports, l'État reste propriétaire et il n'y a pas de modification du régime concessif.

Un désengagement de l'État

Considéré comme inadapté en visibilité et en réactivité, ce système de concession a fait l'objet d'un travail de réflexion mené par 14 aéroports, dits «millionnaires» pour



➤ LA PLATE-FORME D'ENTZHEIM, 2 018 439 PASSAGERS EN 2002

transporter plus d'un million de passagers. En tout, ils représentent 37 millions de passagers transportés, 35 000 emplois directs. Les CCI gestionnaires de ces aéroports (dont Strasbourg), l'UCCEGA* et l'ACFCI se sont constitués en «comité d'action pour la mise en place de sociétés aéroportuaires». Leur demande est claire : c'est un désengagement progressif de l'État au profit de sociétés aéroportuaires de droit privé à capitaux publics et une prédominance des licences à durée illimitée ou limitée à long terme.

L'avenir de l'Aéroport passe par la création d'une société de droit privé à capitaux publics

«L'enjeu est d'adapter la loi française aux réalités aéroportuaires d'aujourd'hui, de permettre une reconnaissance, en fait et en droit, des collectivités comme partenaires à part entière et faire converger le régime français avec ceux des autres pays européens. La France est avec l'Espagne et la Grèce l'un des rares pays européens où les aéroports ne sont pas gérés par des sociétés.» Philippe

Grillault Laroche relèvera le modèle intéressant de l'aéroport de Turin, géré avec 44 % de capitaux privés et 56 % répartis entre Région, Ville et CCI.

Le Comité d'action propose donc la création de sociétés anonymes de droit privé à objet aéroportuaire spécifique, à capitaux publics, associant tous ceux qui ont construit le développement de l'aéroport : État, collectivités locales et CCI. Fortes de leur expérience de plusieurs décennies et de leur connaissance des impératifs économiques et de l'aménagement du territoire, celles-ci demeureraient opérateurs aéroportuaires et actionnaires.

«Il faudra passer par une loi de modernisation du régime de gestion aéroportuaire, une loi de décentralisation créant les sociétés aéroportuaires et avant tout la non-application de l'article 105 de la loi «Démocratie de proximité» par les grands aéroports régionaux». Contrairement à certaines concessions qui viennent à expiration en 2004, celle de Strasbourg bénéficie d'une échéance fixée à 2016. Mais c'est dès à présent que la CCI souhaite entamer sa réflexion avec les collectivités intéressées. Un séminaire sera organisé le 14 mars, rassemblant parlementaires, élus régionaux, généraux et communautaires avec le concours des membres du Comité de pilotage de l'Aéroport (Région, CUS, État). Y participeront également des élus de la CCI. ■

*UCCEGA : Union des Chambres de Commerce et Établissements Gestionnaires d'Aéroports

➤ *Euro, un an après* **Ce qui a changé**

Les Européens fêtent le premier anniversaire de leur monnaie unique. Pour 72 % d'entre eux, l'euro est un événement majeur de l'histoire de l'Europe. Si l'euro a, incontestablement, bouleversé la vie des particuliers, ce n'est pas le cas pour les entreprises.



Le rapport des Européens à la petite monnaie a changé. 62 % d'entre eux ont le sentiment d'avoir modifié leurs comportements d'achats

Trois années de transition et d'information ont précédé la mise en circulation, le 1^{er} janvier dernier, des pièces et des billets en euro. On nous l'avait dit et répété : l'euro ne devait rien changer. On nous l'avait promis : l'euro n'affecterait pas les prix, pour les consommateurs. On nous l'avait expliqué : l'euro favoriserait la comparaison et aurait des conséquences économiques et sociales positives. Qu'en a-t-il été, en réalité ? Cette réforme monétaire a eu des conséquences très concrètes, dans la vie de chacun d'entre nous. Certaines positives, d'autres un peu moins.

¹ Voir page 13



➤ PIERRE-YVES BAUDRY



➤ MARTINE MÉRIGEAU

L'EURO PERÇU PAR LES EUROPÉENS

EN QUELQUES CHIFFRES

- ➔ 50,6 % des européens ne souhaitent plus le double affichage des prix
- ➔ 41 % estiment qu'il y a trop de pièces de valeurs différentes
- ➔ 66,8 % pensent que l'euro sera bientôt une monnaie internationale comme le dollar

62 % des personnes interrogées ont, en tout cas, le sentiment d'avoir modifié leurs comportements d'achats. Les uns pensent avoir dépensé moins, les autres davantage qu'à l'habitude. «Au mois de janvier, les banques

Seulement 19 % des Européens utilisent l'euro comme seule monnaie de référence mentale pour leurs achats

ont enregistré un plus grand nombre de comptes à découvert, et les gros distributeurs, comme les hypermarchés, ont constaté une hausse de consommation, suivie d'un ralentissement», commente **Pierre-Yves Baudry**, le secrétaire général adjoint à la Chambre de consommation d'Alsace. **Eugène Gross**, le PDG de l'Épicerie Antoine, située rue des Bouchers à Strasbourg, confirme le phénomène, avec un décalage. «Depuis juillet-août, notre chiffre d'affaires a chuté de 4 %, avec le même nombre de clients. Comme si tout d'un coup, les gens prenaient conscience de la valeur de l'euro.» Pour ses voisins, **Martine et Guy-Claude Rudolf**, les propriétaires de la boulangerie Le Fournil d'Austerlitz, «c'est le rapport à la petite monnaie qui a changé. Avec le franc, augmenter la baguette de dix centimes était toute une histoire. Depuis l'euro, une augmentation de dix centimes entraîne très peu de remarques. Nos clients sont plus faciles qu'avant», affirme Martine Rudolf.

Tout n'est, pourtant, pas si simple. Pour la majorité des Européens de la zone de l'euro : la nouvelle monnaie leur pose encore des difficultés. L'euro, comme valeur de référence, n'est toujours pas imposé auprès du public.

Pas de honte à avoir. D'après les experts, il faudra trois années, pour que chacun d'entre nous acquiert cinquante références. Certes, on ne convertit plus le prix d'un morceau de pain ou d'un journal. Mais, quand on réalise nos achats, on compte dans notre monnaie nationale. Et, d'après le sondage réalisé par EOS Gallup Europe¹, en Allemagne, encore plus qu'en France.

La curiosité de comparer les prix de l'autre côté de sa frontière

Ceci dit, l'apparition de la monnaie unique semble avoir aiguisé le sens critique des consommateurs. Il faut dire qu'on nous avait laissé présager l'arrivée de la stabilité des prix, vanté les comparatifs plus aisés à réaliser. Les consommateurs se sont donc empressés de vérifier

ses affirmations ! «Nous avons toujours beaucoup d'appels pour signaler des hausses de prix», dit Pierre-Yves Baudry. **Martine Mérieau**, la directrice de l'Euro info consommateur, une association de défense des consommateurs de droit allemand installée à Kehl, observe la même chose. Le constat est général. 82 % des consommateurs des douze pays de l'euro, ont le sentiment que la conversion des prix de leur monnaie nationale en euro s'est déroulée en leur défaveur. Résultat : seulement la moitié des personnes interrogées est satisfaite de l'arrivée de l'euro. Pour la deuxième fois consécutive, cette statistique est en recul. C'est neuf points de moins qu'en mai 2002, et quatorze de moins qu'en janvier 2002. ■■■■

¹ Voir page 13





► EUGÈNE GROSS

► Pour et contre le double affichage

Le double affichage des prix semble avoir contribué à se familiariser à la nouvelle monnaie. Dans certains commerces, il a désormais disparu. Mais, à ce sujet, les Européens sont partagés. La moitié de la population souhaite encore voir s'afficher le solde de leur compte, les factures et les tickets, en monnaie nationale. Cette tendance est particulièrement vraie en France, en Allemagne et aux Pays-Bas. L'expression de cette crainte à l'égard de la disparition des monnaies nationales, ne fait que confirmer les difficultés des Européens à se créer une échelle mentale de prix de référence en euro. Le double affichage ne fait, en réalité, que retarder l'indispensable nécessité de penser dans la monnaie unique.

«La presse allemande a même inventé le mot *teuro*», ajoute Martine Mérieau. Et de poursuivre, «En France, l'évolution des prix a été une des préoccupations centrales des pouvoirs publics. Ils ont appelé à la vigilance des acteurs économiques et à la modération et responsabilité des entreprises. Beaucoup d'entre eux ont joué le jeu pendant les six premiers mois et ont réajusté après. En Allemagne, les hausses ont eu lieu en même temps que l'euro.»

Pas étonnant, que les Allemands soient les Européens les plus mécontents de l'arrivée de l'euro.

Pour les chefs d'entreprises, la hausse des prix est imputable à la mise en place des 35h, pas à l'euro

Peut-on, pour autant, attribuer la hausse des prix, à l'euro ? Comme beaucoup de dirigeants, Eugène Gross, est catégorique. «La hausse – il l'estime à 0,5 % – est le fait des 35 heures, pas de l'euro.» «Certaines augmentations sont saisonnières, mais les consommateurs ne les ont pas discernées», ajoute Pierre-Yves Baudry. Et d'ajouter : «La mise en place de la monnaie unique aura, en tout cas, été l'occasion de rappeler la liberté des prix et le pouvoir de chacun de les comparer.»

Du coup, «de part et d'autre du Rhin, beaucoup de gens se sont intéressés à ce qui se passait de l'autre côté», remarque Martine Mérieau. «C'est une première expérience de l'euro en voyage.» L'avantage est reconnu par tous. D'autant plus depuis l'été, avec la suppression des frais de cartes bancaires «qui plombaient auparavant les achats !» ajoute Pierre-Yves Baudry.



► JEAN-LUC BÉRARD

Un passage sans tromperie, et qui s'est déroulé comme prévu pour les entreprises

Du côté des entreprises, la bascule a eu lieu sans incident majeur. Au 1^{er} janvier, la très grande majorité des entreprises européennes était déjà passée à l'euro, pour ce qui est de leur comptabilité, de la fixation des prix, des facturations, et de leurs systèmes informatiques. 60 % des entreprises estiment que tout s'est déroulé comme prévu. «Pas de fausse monnaie, peu d'erreurs de cartes bancaires, et le plus souvent tout a été réglé à l'amiable. Il n'y a pas eu de véritable tromperie», déclare **Philippe Recous**, chef du service départemental de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, à Strasbourg.

Cependant, pour les chefs d'entreprises, l'euro ne représente rien. «Nous sommes grand prix national de l'export artisanal depuis 1985. 65 % de notre production part à l'étranger. À l'exception d'une simplification de gestion, l'euro n'a rien changé pour nous», signale **Guy Heumann**, le PDG de Paul Heumann, une entreprise fami-

Témoignages

► «On nous disait que l'euro ne nous coûterait rien !»

«La mise en place de l'euro a coûté de l'argent à toutes les entreprises», affirme l'expert comptable, **Jean-Luc Mohr**. On nous avait dit que ça ne nous coûterait rien, c'est faux ! Notre surcharge de travail s'est traduite en heures supplémentaires.»

► « Pendant les neuf premiers mois, nous n'avions quasiment pas de pourboire...»

Jean-Luc Bérard, directeur du restaurant Au Canon, place du Corbeau, à Strasbourg explique «Les gens ne laissaient presque rien, de peur de trop donner. Heureusement, ils ont repris l'habitude de laisser 2 à 4 €.»



➤ GUY HEUMANN

liale de vingt salariés qui fabrique du pain azyme, à Soultz-sous-Forêts. Finis les frais de change, les savants calculs de conversion, l'euro facilite en effet les aspects techniques du négoce.

Pour les dirigeants européens, l'euro n'est pas une fin mais un outil. Il n'est facteur ni de croissance, ni de stabilité des prix, encore moins créateur d'emploi.

Un prix s'inscrit dans un environnement

Mais pour presque 65 % des dirigeants, la monnaie unique n'aura aucun effet sur le développement de leur entreprise, et la croissance nationale. Logique ! Personne n'a attendu l'euro pour se lancer dans l'export. «Certains avaient des craintes sur les politiques tarifaires de leurs concurrents européens. Finalement, cela n'a rien changé. D'abord, le moins cher n'est pas forcément le plus profitable. Le service après vente, la relation de confiance que j'ai construite avec un fournisseur ne me feront pas le quitter pour un

autre, dans le seul but de déboursier 10 % de moins», déclare Guy Heumann. «D'autre part, un prix tient compte d'un environnement culturel. Cela ne me heurte pas de trouver un produit de même marque à des prix différents, dans une fourchette accessible, bien sûr», conclut-il.

Les différences de coût de production demeurent

Mais, qui dit environnement culturel, dit aussi environnement commercial et coût de main d'œuvre. À l'ère de la globalisation et de l'élargissement de l'Europe, on est encore loin de la stabilité des prix, étant donné les différentiels de coût de production en Europe. À cela s'ajoute que tous les membres de l'union européenne ne sont pas membres de l'union monétaire.

Avec l'euro n'est pas arrivé le miracle de la croissance, ni de la stabilité des prix, ni de la réduction des différences de développement des pays de la zone. L'euro est encore moins créateur d'emploi. La monnaie unique participe au développement du sentiment d'appartenance à l'Europe. Mais, il ne peut pas créer à lui seul l'identité européenne. Il a amené à s'interroger sur la notion de constitution européenne. En ce sens, il est un élément de l'union politique. ■

¹ Toutes les statistiques diffusées dans ce dossier proviennent d'un sondage réalisé par EOS Gallup Europe, à la demande de la Direction générale des affaires économiques et financières de la Commission européenne. Cette enquête a été réalisée, entre le 2 et le 9 septembre 2002, auprès de 6 020 citoyens de la zone des douze pays de l'euro et de 1 511 personnes de trois pays situés hors de cette zone : le Danemark, la Suisse et le Royaume-Uni.

² association des mots teuer (cher) et euro



➤ MARTINE RUDOLF

L'EURO PERÇU PAR LES EUROPÉENS EN QUELQUES CHIFFRES

➔ Pour 48,7 % des Européens, l'euro n'a pas réduit les différences de prix d'un pays à l'autre

➔ Pour 79,9 % des Européens, leur sentiment d'être européen n'a pas changé depuis l'euro



➤ L'euro et après Vision sur une économie allemande en porte- à-faux !

Un an après sa mise en place, les vagues de peur autour de l'euro et d'une hausse des prix généralisée sont passées, mais les porte-monnaie allemands restent fermés. Des initiatives dans le pays badois voient le jour et tentent de redonner une impulsion à la consommation.



➤ Reconnaissez les faux euro

Des signes de sécurité permettent facilement de distinguer billets et pièces authentiques, des fausses.

Toucher l'impression «en relief» unique.

Regarder le billet par transparence : on distingue alors le filigrane, le fil de sécurité et l'effet de transvision. Ces signes sont tous les trois visibles sur le recto et le verso d'un billet authentique.

Incliner le billet : au recto, on peut voir l'image changeante sur la bande métallisée holographique (pour les petites coupures) ou sur la pastille métallisée holographique (pour les grosses coupures). Au verso, on peut voir le brillant de la bande iridescente (sur les petites coupures) ou l'encre à couleur changeante (sur les grosses coupures).

Les pièces de 1 et 2 € sont difficiles à contrefaire. Au-delà du fait que la tranche de la pièce de 2 € comporte des gravures, leurs éléments de sécurité sont lisibles en particulier par les distributeurs automatiques de produits, de tous les pays de la zone euro.

Malgré les mauvais procès qu'on a pu lui intenter, l'euro n'est pas le responsable d'une économie allemande en perte de vitesse. Il s'inscrit dans un paysage qui ne lui est pas favorable : une économie mondiale affaiblie, un marché boursier timoré, des exportations en chute libre et une économie interne affectée par cette conjoncture comme par les affres d'une météo capricieuse.

Une mauvaise presse autour de l'euro qui attise les peurs et gèle la consommation

L'Allemagne, fin prête à accueillir début 2002 la nouvelle monnaie qui veut donner le ton à l'Europe, est soudainement secouée par une forte vague de contestation. Elle déferle en milieu d'année sur le Net et un appel au boycott national est lancé par des consommateurs mécontents pour le premier juillet 2002. Les médias se font l'écho – à tort selon les détaillants professionnels – de ces revendications : les commerçants sont montrés du doigt. Ils auraient profité de la mise en place de l'euro pour augmenter leurs prix.

Les professionnels soucieux de leur clientèle

D'après **Manuel Schütz**, deuxième génération d'une famille gérante d'un magasin de sport

«Sport-Schütz GmbH» situé dans la zone piétonne du centre de Karlsruhe, l'euro en tant que moyen de paiement a tout d'abord été bien accepté. «Les mauvaises informations dans la presse ont ensuite inquiété le consommateur.» Observant la hausse de prix de quelques produits, la tendance à la généralisation est née, un nouveau terme a été inventé : «Teuro» (Eurocher) en Allemagne. Avec actuellement 14 vendeurs permanents et un effectif de 40 personnes au moment des fêtes, l'entreprise familiale Schütz a su, depuis 45 ans, être à l'écoute de sa clientèle. «Deux ans avant la mise en place de l'euro, nous étions, nous petits commerçants, déjà prêts. Nous affichions les prix dans les deux monnaies pour accoutumer les clients à l'euro.». Soucieux de répondre à leur clientèle, Manuel Schütz garantit la bonne foi de la plupart des détaillants qui ont privilégié une politique d'achat allant vers le consommateur plutôt que vers celle des fournisseurs. « Nous avons préféré acheter un produit similaire chez un autre fournisseur, plutôt que de subir l'augmentation des prix du fournisseur habituel pour certains produits.»

L'euro, cher en amont !

Il n'en est pas moins vrai que l'introduction de l'euro dans l'économie allemande a eu un impact évident. **Eduard Peltzer**, responsable du plus grand magasin badois en jeux, divertissements et sports – «F. Wilhelm Doering GmbH» – explique que déjà en 2001 une hausse nette des prix pratiqués par une grande majorité des fournisseurs l'a obligé «à réadapter ses prix au milieu de l'année 2001.» L'investissement en matériel prenant en compte la nouvelle monnaie est une charge supplémentaire à intégrer

> France

Près de 8% des francs encore non convertis

Deux dates à retenir :
Les 17 février 2005
et 2012

«La valeur de seize milliards quatre cent millions de francs, soit 7,9 % de la circulation, demeureraient encore non convertis, au 6 décembre 2002», déclarait Alain Vautravers, le directeur régional de la Banque de France. Pas de panique ! Vous pourrez échanger gratuitement vos pièces en francs pendant 2 ans (jusqu'au 17 février 2005), et vos billets en francs pendant 9 ans (jusqu'au 17 février 2012) au Trésor Public ou à la Banque de France.

pour les entreprises. Si le Club International du champ de course à Baden, habitué à travailler avec des monnaies étrangères, n'a pas eu de coûts importants liés à l'introduction de l'euro, il n'en a pas été de même pour F. Wilhelm. En effet, cette entreprise, qui occupe une cinquantaine de salariés et qui vend plus de 40 000 articles différents, a dû ajouter à ses frais 150 000 € pour ses différentes caisses et équipements informatiques, sans obtenir d'aide de l'état. «Nous avons été très étonnés en tant que PME de l'attitude des politiciens, car l'euro a tout de même été une volonté politique !»

17,5 milliards de DM ne seraient pas encore revenus à la Bundesbank

Nouvelle impulsion à petite échelle

Depuis la campagne menée contre les conséquences de l'introduction à la nouvelle monnaie européenne, les consommateurs allemands ne sont toujours pas décidés à dépenser leurs euros. Une collectivité de commerçants regroupés dans la ville de Karlsruhe a eu une idée originale

—idée reprise également dans d'autres villes allemandes— juste avant les fêtes de Noël : proposer aux clients pendant quelques semaines de payer leurs achats avec leurs derniers DM cachés dans le fond d'une poche ou retrouvés dans une tirelire oubliée. «C'est un service sympathique que nous avons offert à notre clientèle», explique Manuel Schütz, participant à cette action. Pour les clients, plus besoin de se tenir dans la file des retardataires au passage à l'euro de la Landesbank pour échanger l'ancienne monnaie restante. Pour les commerçants, c'était une manière de redonner un petit coup de pouce à la consommation. Cette action locale a connu un franc succès et Eduard Peltzer, porte-parole de cette campagne conclut : «à présent plus personne n'en a après le mark !» Que les nostalgiques du DM se le tiennent pour dit ! On estime que 17,5 milliards de DM (8,75 M €) ne sont pas encore revenus à la Bundesbank...

L'euro... vision

Le rapport d'enquête auprès des entrepreneurs publié par l'IHK de Karlsruhe affiche des perspectives conjoncturelles très peu optimistes pour les mois à venir. L'euro est pour sa part entré dans les mœurs du pays. Tous les espoirs sont désormais tournés vers un réveil du marché européen qui pourrait faire valoir son originalité du fait de sa pluralité et peut-être sortir l'Allemagne de son marasme économique. ■

> France - Allemagne Où acheter moins cher ?

L'euro favorise la concurrence, en particulier dans les zones frontalières. Euro-info consommateurs, une association de consommateurs située à Kehl, a mené l'enquête du 15 avril au 15 mai dernier. Elle a relevé les prix de 300 produits, de part et d'autre du Rhin. Objectif : répondre à la demande des consommateurs, mais surtout les éduquer à la comparaison. Verdict.

> Moins cher et meilleure garantie en Allemagne

Les produits d'entretien, d'hygiène, de bricolage, de jardinage, l'électroménager, l'informatique, les disques et le matériel photo sont réellement moins chers de l'autre côté du Rhin. À cela s'ajoute qu'en Allemagne le consommateur est mieux protégé qu'en France. Les garanties

légalles sont de deux ans tandis qu'elles sont d'un an seulement dans l'hexagone. De plus, pendant les six premiers mois qui suivent l'achat, il n'est pas nécessaire de faire la preuve du vice caché.

> Moins cher en France

Dans le secteur alimentaire, le café, le fromage, le poisson

et la viande, les alcools et vins sont nettement meilleur marché en France.

Dans le domaine pharmaceutique, mieux vaut s'approvisionner chez nous. Les médicaments peuvent être jusqu'à 30 % moins onéreux qu'en Allemagne.

Il faut dire qu'ils sont, en France, les moins chers d'Europe.

Pour les produits de luxe, pas de surprise, ils sont moins chers en France. Il est, en revanche,

plus étonnant d'apprendre que s'habiller et se chausser est plus rentable chez nous.

Enfin l'essence et le diesel sont avantageux en France et risquent de le rester étant donné que la hausse, côté allemand, résulte de l'apparition d'une nouvelle taxe. ■

Coopération franco-catalane Les CCI ouvrent des perspectives entre l'Alsace et l'Espagne

Signée en 2002, une convention de coopération lie la CCI de Strasbourg à la doyenne des CCI françaises à l'étranger, Barcelone. L'objectif de ce rapprochement : inciter les entreprises françaises à travailler sur le marché espagnol.

Communauté d'affaires franco-catalane, la CCI française de Barcelone rassemble les filiales d'entreprises françaises en Catalogne et des entreprises espagnoles qui s'inscrivent à l'international. Soit 510 membres qui bénéficient d'un appui, d'une aide à la mise en place d'une réponse sur le marché. «C'est prendre des contacts, trouver des distributeurs partenaires, rencontrer des entreprises qui ont un projet sur l'Espagne» commente Véronique Oberlé*, chargée de l'appui et du développement de services nouveaux à Barcelone. C'est aussi la participation collective à des salons, à l'instar du groupe machine-outils qui tenait un stand au salon Maquitech.



[Contact CCI]
Olivier Epp, 03 88 76 42 18
o.epp@strasbourg.cci.fr
[CCI française de Barcelone]
www.ccfbcn.es

L'Espagne en forte croissance

L'Espagne affiche une forte croissance depuis 9 ans. Selon Philippe Saman, directeur de la CCI française de Barcelone, elle devrait rester supérieure de 1 à 1,5 point au taux de croissance européen moyen : 3 % sont annoncés pour 2003. L'Espagne, actuellement dominée par le tertiaire, cherche à améliorer la qualité de ses services. Ainsi, la construction continue

de bien se porter, du fait notamment du programme de réhabilitation en cours. «Le marché espagnol est assez similaire à celui de l'Alsace», observe Véronique Oberlé : «production industrielle très forte, diversification du tissu, entreprises familiales». Et de conclure : «il représente des débouchés intéressants dans bon nombre de secteurs». ■

► L'Espagne

5^e client de l'Alsace

- 1,3 M € d'exportations, soit 6,3 % des ventes de l'Alsace à l'étranger
- 10^e fournisseur de l'Alsace
- 450 M € à l'importation

*ancienne responsable de l'Euro Info Centre de Strasbourg.

► Pour exporter aux États-Unis Offrez-vous un stagiaire américain

Le marché nord-américain vous intéresse ? Pourquoi ne pas vous donner les moyens de mieux l'appréhender et anticiper ses évolutions ? La CCI, en liaison avec l'université Robert Schuman, vous offre la possibilité d'accueillir en stage un étudiant de Business Schools américaines. Son travail vous permettra d'avoir une meilleure connaissance de votre environnement concurrentiel et de rechercher des clients ou des fournisseurs aux USA.

[Contact CCI]
Geneviève Siat-Ganière, 03 88 76 42 20
g.ganiere@strasbourg.cci.fr



Coopération franco-allemande

Les CCI alsaciennes et badoises tiennent salon

Réunis fin 2002 à l'Aéroport international Strasbourg, les représentants des CCI d'Alsace et des IHK de Mannheim, Karlsruhe et Ludwigshafen ont envisagé une participation commune à des stands collectifs ou à des missions ponctuelles, notamment dans les zones d'influence française comme l'Afrique du Nord ou l'Amérique du Sud. Depuis cette date, les entreprises françaises ont eu la possibilité de participer à de premières rencontres organisées sur la Roumanie à Ludwigshafen et sur l'Ukraine à Mannheim. De leur côté, les entreprises allemandes ont été invitées à s'associer à la mission marocaine de la CCI, fin janvier. À l'étude un stand commun à Alger. À Karlsruhe, les commissions transport des CCI de Strasbourg et de Karlsruhe ont insisté sur l'urgence de la connexion entre le TGV Est-Européen et l'ICE allemand. Une réflexion sera également engagée sur la circulation des poids lourds dans la vallée du Rhin et l'extension future du réseau ferroviaire. ■

[Contact CCI] René Eckhardt, 03 88 75 24 92
r.eckhardt@strasbourg.cci.fr

Exportations temporaires vers les États-Unis Pensez ATA !

Les attentats du 11 septembre 2001 ont considérablement accru les contrôles mis en place par les douanes américaines. Pour vous éviter des désagréments, adoptez la procédure sécurisante du carnet ATA, qui suppose que votre entreprise soit connue en France tant par votre CCI que par les douanes qui ont pris en charge le document. ■

[Contact CCI] Sophie Dubois, 03 88 76 74 24
ata@strasbourg.cci.fr

Manifesterations commerciales Foires et salons

Note disponible auprès de la Direction Juridique

[Contact CCI] Monique Triponeau, 03 88 75 25 24
juridique@strasbourg.cci.fr



ou téléchargeable à partir du site de la CCI :
www.strasbourg.cci.fr/juridique/notesjuridiques.htm

Rubrique : «Commerce - Concurrence - Distribution - Ventes réglementées»

Salons professionnels

Portugal

Les 7 et 8 avril à Lisbonne

Salon «Alimentaria»

Rendez-vous individuels avec la distribution agroalimentaire portugaise

Profitez de ce déplacement collectif organisé par la CCI de Strasbourg pour rencontrer vos partenaires potentiels portugais de la distribution agro-alimentaire. Vous bénéficierez d'un programme complet de rendez-vous sur deux jours, réalisé en collaboration avec la CCI luso-française de Lisbonne.

La *Feira Internacional de Lisboa* se tiendra du 6 au 10 avril, regroupant près de 1 500 exposants multiproduits (produits de grande consommation ali-

mentaire en général, produits de pâtisserie - confiserie - biscuits et bonbons, produits congelés et surgelés, produits carnés et dérivés, produits laitiers et dérivés, vins - spiritueux - bières - cidres - boissons non alcoolisées - technologies - ingrédients et additifs pour l'industrie alimentaire...) ■

[Contact CCI]

Olivier Epp, 03 88 76 42 18
o.epp@strasbourg.cci.fr

Allemagne

Du 7 au 12 avril 2003

Foire de Hanovre

Grande vitrine industrielle, la Hannover Messe regroupe 8 foires internationales mondiales : factory automation (salon mondial de l'automatisation industrielle), micro technology (salon mondial des microtechniques appliquées) motion, drive & automation (transmission et contrôle), energy (salon phare du secteur énergétique), compressed air & vacuum technology (air comprimé et technologies à

vide), factory equipment & tools (équipement d'usine et outillage), subcontracting (mondial de la sous-traitance), research & technology (recherche et développement). 7 000 exposants de 70 pays, sur 250 000 m² devraient accueillir quelque 250 000 visiteurs professionnels. ■

[Contact CCI] Charles

Ertzbischoff, 03 88 76 42 11
c.ertzbischoff@strasbourg.cci.fr

Information et formation à la MCIS

Le 13 février

Réunion Algérie

Présentation du marché, de ses opportunités d'affaires et préparation du stand Alsace des entreprises participantes à la Foire Internationale d'Alger (du 11 au 19 juin 2003). ■

[Contact CCI]

Maud Spitz, 03 88 76 42 39
m.spitz@strasbourg.cci.fr

Les 6 et 7 mars

«Réussir votre salon à l'étranger dans des conditions optimales»

Les 20 et 21 mars

«La déclarations d'échanges de biens et la TVA intracommunautaire» ■

[Contact CCI]

Marie-France Stegle,
03 88 76 42 17
mf.stegle@strasbourg.cci.fr

TIC Le temps de la maturité

En 2000, les valeurs technologiques ont sombré, entraînant dans leur sillage dépôts de bilan, disparitions ou regroupements de start-up. Conséquence : l'outil Web, devenu un temps objet de suspicion, a été boudé par le monde de l'entreprise. Des agences ou PME spécialisées dans l'Internet ont tout de même réussi à passer à travers les mailles de cet e-krach. Cinq d'entre elles témoignent à cette table-ronde.



1 **Diversifier la clientèle**

Ne pas tout miser sur un seul et même grand compte est essentiel. En effet, le risque est grand de disparaître le jour où ce client change sa politique Internet.

2 **Veiller au chiffre d'affaires récurrent**

C'est le chiffre que l'on ne peut pas vous enlever du jour au lendemain parce que la conjoncture est mauvaise. Il est produit par les contrats reconduits annuellement.

3 **Donner l'accès au contenu éditorial**

L'évolution des outils permet désormais aux entreprises d'intégrer des textes et des images dans leur site sans avoir pour autant des connaissances en informatique. Ainsi, la maîtrise du contenu va de pair avec l'autonomie.

4 **Proposer une technologie simplifiée**

La technologie Citrix marque un tournant : les entreprises, petites et grandes, peuvent déployer n'importe quelle application (Windows ou Unix), vers tout type de poste utilisateur, quels que soient le protocole, l'emplacement et le mode de connexion, y compris via le Web.

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

◀ AUDIT SÉCURITÉ

Vol et détournement de données, intrusions, piratages... la sécurité du système informatique de votre entreprise est capitale. Pour en prendre la mesure, faire un état des lieux, analyser les risques, repérer les failles et définir les priorités d'un plan d'action sécurité, la CCI vous propose une prestation de 2 à 4 jours selon la taille de votre entreprise et la typologie de votre réseau. Le coût de cette prestation, réalisée par un intervenant extérieur certifié par la CCI, s'élève à 1 000 € H.T. la journée.

[Contact CCI]
Patrick Jacquot, 03 88 75 24 05
p.jacquot@strasbourg.cci.fr



> JEAN-CHRISTOPHE UHL

> Uhl Bonaventure informatique

Après les machines à écrire en 1908, année de sa création, et la mécanographie après-guerre, Uhl Bonaventure démarre l'informatique dans les années soixante.

ACTIVITÉS

- > distribution de matériel informatique
- > édition de logiciels
- > distribution de logiciels
- > sécurité et services.

[95 salariés dont 60 au siège à Reichstett. 3 agences à Dijon, Nancy et Paris. 11 M€ de CA.]

I n'y a point de recette miracle. Pour résister à la tourmente, les entreprises ont dû s'adapter au marché vaille que vaille.

Ainsi, par exemple, Uhl Bonaventure a dû revoir ses prétentions à la baisse. Cette entreprise qui a pourtant traversé le XX^e siècle – elle a été créée en 1908 – renonce à quelques-unes de ses activités pour s'acheminer doucement vers la société de services. «Nous avons dû répondre à la demande de 100% de nos clients lors du passage à l'an 2000, puis à l'euro, sans pour autant développer notre structure», explique **Jean-Christophe Uhl**, son responsable commercial. Nous sommes aujourd'hui au creux de la vague et nous revoyons toute notre organisation en conséquence. «Ainsi, Uhl Bonaventure a concentré son activité «hardware» sur quelques personnes spécialisées et progressivement mis en veilleuse son secteur Édition. «L'édition s'étant standardisée et internationalisée, il n'y a plus vraiment de place pour un éditeur local. Il nous reste la partie revente de logiciels avec tous les services qui l'accompagnent. Pour nous, ce virage vers la société de services est une révolution. Avant, nous gérons de la marge et du chiffre d'affaires. Maintenant, nous gérons des plannings.»

Spécialisation ou diversification, c'est selon...

Chez Net Ingénierie, zexVia ou Advisa, les solutions ont été moins radicales. François Pfister, dont l'entreprise Net Ingénierie a débuté en 1998 avec la création de sites, confie avoir diversifié son activité et développé les supports off line, non point par choix stratégique, mais pour satisfaire la demande de ses clients. zexVia a connu une situation similaire. «Au départ, explique **Benoît Verscheure**, responsable commercial, nous avions d'un côté des développeurs qui maîtrisaient la technique et le langage de programmation et de l'autre des graphistes qui avaient de bonnes connaissances de la presse ou du Net. Nous avons progressivement fusionné ces compétences, ce qui nous permet de fournir une prestation de communication transversale et globale.»

Advisa n'est pas dans ce cas de figure. «Au fil des années, explique **Olivier Kubler**, son gérant, notre offre ne s'est pas élargie, bien au contraire, notre profil s'est aiguisé et nos compétences se sont verticalisées. Pour satisfaire nos clients de plus en plus matures et exigeants nous nous sommes spécialisés dans les prestations à forte valeur ajoutée créative et technologique. En contre-partie, Advisa confie à des partenaires, hébergeurs, SSI et agences de publicité, les prestations en rapport avec leur métier. Nous sommes donc dans une logique de spécialisation et non de diversification.»

Fidéliser la clientèle

La clé de réussite des entreprises présentes à cette table-ronde réside sans doute dans leur capacité à fidéliser leur clientèle et à en conquérir une nouvelle. zexVia, qui annonce 20 % de clients supplémentaires par an et un taux de fidélisation de 99 %, souhaite développer une démarche marketing en direction des PME-PMI régionales car l'essentiel de sa clientèle pour l'instant est composé de grands comptes nationaux et internationaux. Net Ingénierie a débuté avec des PME régionales puis a progressivement attiré des grands comptes. Aujourd'hui, il dispose d'un portefeuille de 150 clients dont 70 % d'entreprises alsaciennes.

«En 4 ans, dit **François Pfister**, nous en avons perdu trois dont deux pour cessation d'activité. Ce taux de fidélisation très important nous aide à pérenniser l'entreprise, mais nous avons un besoin et une volonté d'avoir de nouveaux clients.»

Uhl Bonaventure, qui compte près de 1500 clients, surtout des PME-PMI qui «savent rester fidèles si on leur apporte ce dont elles ont besoin», essaye de conquérir les grandes entreprises privées ou les entreprises du marché public.



> FRANÇOIS PFISTER

> Net Ingénierie

Installée à Oberhausbergen, Net Ingénierie existe depuis 1998.

ACTIVITÉS

- > la création multimédia (web, intranet, extranet, CD rom), développements spécifiques sur mesure
- > la formation au multimédia et à la bureautique.

[5 salariés]

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

RENCONTRE «ENTREPRISES ET INTERNET»

Pour que vous soyez toujours au fait de l'actualité et des nouveautés en matière de technologies de l'information et de la communication, la CCI organise tous les deux mois, à l'intention des responsables économiques bas-rhinois, une conférence sur ce thème. Une vingtaine de rencontres ont déjà eu lieu sur des sujets aussi divers que la certification de signature électronique, le référencement du site Web, le commerce électronique, le tourisme, etc. Pour connaître le thème de la prochaine rencontre, rendez-vous sur :

www.strasbourg.cci.fr/information

[Contact CCI]
Christiane Burel, 03 88 75 25 92
c.burel@strasbourg.cci.fr



► OLIVIER KUBLER ET L'ÉQUIPE ADVISA

► Advisa

L'agence a démarré son activité en 1995 au sein de Pandemonium/Energis – désormais indépendante depuis 2002.

ACTIVITÉS

- Conseil, création, promotion de sites web
- Editions de logiciels de gestion de contenu
- Spécialistes des sites de marques

[8 salariés. 500 000 € de CA.]

Chiffre d'affaires récurrent

Les questions de développement et de fidélisation de la clientèle sont, en effet, vitales dans un contexte de crise. **Olivier Kubler** souligne la nécessité de ne pas tout miser sur un seul et même client. «Certaines entreprises n'existent plus parce qu'elles réalisaient 90 % de leur chiffre d'affaires avec un seul et même compte. Lorsque ce compte décide d'arrêter sa politique Internet... la société disparaît. Chez Advisa, une vingtaine de grands comptes assure une charge de travail régulière et garantit sa pérennité »

Autre élément déterminant pour l'entreprise : une base de chiffre d'affaires récurrent importante. Le PDG de SDV Plurimédia, **Michel Landaret**, dont l'entreprise a près de 20 ans d'expérience en matière de médias électroniques explique : «la base de chiffre d'affaires non récurrent, celle qu'il faut chercher à la force du poignet, contrat par contrat, est vulnérable car un retournement de tendance ou d'investissement peut la remettre en cause. Chez SDV, nous nous sommes attachés essentiellement à suivre le chiffre d'affaires récurrent. Ainsi, 87 % du chiffre d'affaires 2003 correspondent à des contrats reconduits annuellement et répartis sur une très large clientèle – un millier – ce qui nous permet de résister d'une façon satisfaisante.

Nos investissements en structures techniques de qualité et nos partenariats nous permettent d'avoir des bandes passantes très élevées et font de SDV l'une des premières plates-formes régionales après celles

de la région parisienne. Cela nous aide aussi à conserver ce chiffre d'affaires récurrent.»

Pas à pas

Après les premiers tâtonnements et une fois l'effet de mode passé, clients et prestataires ont acquis, au fil des ans, une certaine maturité. «Au début, raconte François Pfister, les entreprises nous demandaient des sites de communication institutionnelle. Mais progressivement leurs besoins ont évolué. L'Internet est devenu un outil stratégique dont elles attendent un retour sur investissement. Aujourd'hui, nous discutons davantage avec les directions générales pour mettre en place cette stratégie.»

Olivier Kubler estime que si le média est nouveau et que les technologies évoluent en permanence, fondamentalement le métier de conseiller ne change pas. «Il s'agit d'être à l'écoute des clients et de préconiser des solutions judicieuses qui prouvent rapidement leur efficacité. De cette façon il n'y a pas de risque de rejet de greffe technologique.»

Pour Benoît Verscheure, l'effet Web est bel et bien dépassé. «Aujourd'hui, complète-t-il, la grande nouveauté, c'est la maîtrise éditoriale de la communication en ligne.



► BENOÎT VERSCHEURE

► zexVia

Agence de communication multimédia. Existe depuis 1996.

ACTIVITÉS

- Conseil en communication multimédia
- Réalisation de sites et hébergement
- Création d'outils offline (CD Rom, bornes interactives, support papier)

[11 salariés. 600 000 € de CA.]



► MICHEL LANDARET

► SDV Plurimédia

Créée en 1981. Spécialisée depuis 1985 en médias électroniques.

ACTIVITÉS

- De la conception de sites à l'hébergement et la plate-forme technique
- Sa spécialité – l'hébergement des titres de presse – représente un tiers de son activité.

[47 salariés. 5 M € de CA uniquement dans le domaine de l'Internet.]

Près de 80 % des entreprises qui nous demandent un site Web **tiennent à garder les rênes de leur communication, à la maîtriser et à la gérer en interne.** En leur proposant une démarche d'accompagnement et des outils, nous leur délivrons une véritable autonomie : celle d'intégrer leur rédactionnel ou leurs images en ligne sans aucune formation en informatique. » La lutte contre les pirates et les virus est l'autre grande préoccupation des entreprises. «**Nos clients, remarque Jean-Christophe Uhl, n'ont jamais été aussi pragmatiques.** De plus, ils ne sont pas pressés car ils sont échaudés par toutes ces nouvelles technologies. Nous revenons à des systèmes plus simples et plus faciles à adapter. Aujourd'hui, la tendance est à la Technologie Citrix qui permet, par exemple, d'accéder, à partir de Windows et avec une petite bande passante, à des applicatifs d'entreprise.» ■

► L'e-krach

C'est Netscape qui a donné le coup d'envoi de la Netéconomie. Le 9 août 1995, la firme Netscape Communications Corp. qui avait été introduite en Bourse le matin, atteignait le soir, à la clôture, une capitalisation de 2 milliards de dollars... Amazon, Yahoo, Ebay lui emboîtent le pas. Les start-up fleurissent. L'indice Nasdaq des valeurs technologiques américaines ne cesse de grimper. Entre la mi-99 et mars 2000, il monte de 75 %. Mais en avril 2000, c'est le crash que l'on appelle l'e-krach. Des centaines de start-up coulent. L'indice Nasdaq a, depuis, perdu la moitié de sa valeur.

➤ *Trophées de l'Innovation* Cinq lauréats régionaux pour la cuvée 2002

Alix, Baumert Industrie, Cycloblock (67), Ergos et Staub (68) : la cuvée 2002 des Trophées de l'Innovation est d'une grande diversité, réunissant jeunes structures et entreprises confirmées. Point commun : toutes utilisent de façon pertinente la propriété industrielle dans leur stratégie de développement.



➤ LA REMISE DES TROPHÉES LORS DES RENDEZ-VOUS DE L'INNOVATION ORGANISÉS PAR L'ANVAR, LA CDC PME ET L'INPI. PARTENAIRE : LA RÉGION ALSACE.

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

◀ OUTILS DE DÉVELOPPEMENT INDUSTRIELS : INTÉGRATION DE L'INNOVATION

Destinée à intégrer des technologies innovantes dans les phases de développement produit et de réingénierie process, cette session d'une durée de 4 à 6 jours, permet l'acquisition d'une méthodologie adéquate à l'expression des besoins de l'entreprise.

Coût : 400 € HT la 1/2 journée.

[Contact CCI]

Didier Wehrli, 03 88 76 42 37
d.wehrli@strasbourg.cci.fr

➤ *Alix Du gène au médicament*

Société de génomique structurale, Alix a été créée en octobre 2002 par transfert de technologie du CNRS à Illkirch. Son PDG, **Jean-Paul Renaud**, bénéficie de la licence exclusive des dépôts déposés par le CNRS dans le domaine de récepteurs nucléaires. Pathologies concernées : le cancer, l'obésité, le diabète, l'ostéoporose... Son expertise bioinformatique lui permet d'identifier de nouvelles cibles thérapeutiques et de générer des médicaments. «Le Trophée de l'Innovation est un label qui devrait donner confiance aux investisseurs potentiels, c'est également une incitation à développer encore plus rapidement leur politique de propriété industrielle.»

➤ *Baumert Industrie* De la métallurgie aux portes spéciales

Implantée à Schaeffersheim, Baumert Industrie (144 salariés) est spécialisée dans la métallurgie, la menuiserie aluminium et les portes spéciales. Le dirigeant, **Bernard Baumert**, intègre la poli-

tique de protection industrielle dans sa stratégie de développement depuis 1996. Son responsable, Michel Bay, prend soin de protéger l'entreprise contre la copie servile de ses produits. L'emploi de matériaux modernes, peu usités dans leur secteur d'activités, ainsi que les procédés de collage pour les assemblages ont fait de Baumert des précurseurs. «Le Trophée nous valorisera auprès de notre clientèle et de nos partenaires financiers?»

➤ *Cycloblock Le vélo sécurisé*

C'est la pratique de plus en plus courante du vélo en ville et l'augmentation des vols qui sont à l'origine de Cycloblock. Dirigée par **Michel Tribut** (Strasbourg), la société a créé un nouveau concept d'antivol, lié à l'intégration d'arceaux percés dans les parkings à vélos. Démarchant au préalable les collectivités, elle propose ensuite ses deux produits-phares dans les boutiques du vélo : le cycloblock (antivol fixé sur le vélo et qui s'emboîte avec une clé dans le canon de réceptacle fixé sur l'arceau) et l'antivol selle. Ce dernier a été retenu par le premier fabricant européen de vélos, Cycleurope (Peugeot, Gitane, MICMO...). Déjà lauréate du Concours Lépine, Cycloblock arbore le Trophée avec fierté : «Il crédibilise le produit auprès de nos clients et nous permet une médiatisation importante, très précieuse pour une entreprise innovante.»

➤ *Ergos L'ergonomie au travail*

Ergos (Ensisheim), spécialisée dans la conception de postes de travail ergonomiques, a démarré avec un seul client en 1997. Son premier brevet, concernant un poste de travail en trois dimensions, s'est trouvé fragilisé : «Confronté à la contrefaçon, nous avons riposté par des brevets complémentaires», commente le PDG, **Claude Loewert**. La dernière invention d'Ergos

est le «lombo protect», qui permet de soulever des charges intermédiaires de 5 à 15 kg.

Avec 100 salariés, Ergos consacre près de 8 % de son CA à la recherche, au développement et à la protection de ses produits. «Le brevet est une arme juridique, commerciale et industrielle. Il permet de dire au client : ne cherchez pas ailleurs.»

➤ **Staub La fonte sert la gastronomie**

Staub (Turckheim) est spécialisée dans les articles culinaires en fonte et en céramique. Née en 1974, l'entreprise emploie 220 personnes et réalise 25 % de son CA à l'export. Son budget d'investissement en recherche-développement et en propriété industrielle se situe autour de 2,5 % de son CA. Elle a déposé un modèle qui préserve son produit, «l'assiette de présentation» en fonte, qui est l'un de ses meilleurs ambassadeurs dans le monde entier. Vous la trouverez chez Bocuse, Ducasse, Dutournier, Haerberlin... «Le Trophée de l'INPI est une reconnaissance de la qualité de ses produits et du soin qu'elle apporte pour les protéger. Il renforcera davantage encore l'image de Staub.» ■

➤ **Chiffres-clés** de la recherche et de la propriété industrielle en Alsace

– l'Alsace est la 4^e région de France en matière de recherche scientifique publique, avec 2 400 personnes ;
– elle est en 10^e position en terme de dépôts de brevets ;

– quatre pôles majeurs de recherche : le génopôle d'Illkirch, le pôle chimie et polymères de Strasbourg, le pôle matériaux de Cronenbourg, le pôle textile et chimie de Mulhouse.

➤ **En 2001**

– 261 dépôts de brevets ;
– 1 179 dépôts de marques ;
– 126 dépôts de dessins et modèles, pour un total de 1724 modèles.

[Contact INPI] 03 88 32 25 44 - strasbourg@INPI.fr



➤ **Ouvrage** **La maîtrise de l'innovation technologique**

Sous-titré «Jouer gagnant malgré l'incertain», cet ouvrage signé **Michel Mabile** (polytechnicien, diplômé de l'École nationale des techniques avancées et ancien membre du Comité national de la recherche scientifique) se veut d'un usage et d'un abord pratiques. Il couvre tous les domaines : choix de stratégies, organisation, culture d'entreprise, relations avec la recherche académique, gestion... Démontant les mécanismes de l'innovation

dans l'entreprise, le livre met en évidence les freins et difficultés à surmonter et tente d'aborder des réponses sur les stratégies de l'innovation. Aux Éditions Demos, 157 pages, novembre 2002, 30 €.

LE POINT ECO

**Annonces
cet espace vous
est réservé !**

**PERFORMANCE
MEDIA**

Contactez Nathalie Böhl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

➤ Environnement

La sécurité dans tous ses états

Information en cas d'alerte, prévention en matière de risques professionnels, spécialisation dans le traitement des déchets dangereux : les initiatives se multiplient pour réduire les risques. Trois cas d'école et quelques services liés à l'environnement et à la sécurité.

➤ «Les bons réflexes en cas d'alerte»

Rohm and Haas donne la marche à suivre

S'inscrivant dans le cadre de la prévention des risques technologiques majeurs préconisée par la Directive Seveso, une campagne d'information a été lancée récemment par l'usine de produits chimiques Rohm and Haas de Lauterbourg. L'objectif : informer les riverains du site des produits, des risques et des mesures à prendre en cas d'accident majeur. Une **plaquette d'information** rappelle les risques et les démarches à suivre en cas d'alerte. Depuis 1997, l'entreprise n'a de cesse de renforcer ses mesures de sécurité et travaille en permanence à la réduction des risques liés à ses activités. Le site de Lauterbourg accueille également les sociétés **RohMax** (groupe Degussa) et **Dow AgroSciences** qui fabriquent respectivement des additifs pour lubrifiants et pétrole brut et des fongicides de contact.

[Site] www.rohmhaas.com

➤ Prévention des risques professionnels

L'accompagnement de la CRAM

Pour inciter les entreprises à mieux maîtriser les risques professionnels, la CRAM-Alsace Moselle participe financièrement aux efforts des entreprises qui s'engagent dans une démarche d'amélioration de la santé et de la sécurité des salariés. Ce dispositif est **réservé aux entreprises de moins de 200 salariés** qui relèvent de certains secteurs d'activité*.

Fin décembre, le 1 000^e contrat de prévention était conclu avec la société **Core Products** (Duttlenheim), spécialisée dans la fabrication de pièces en matière plastique pour l'industrie automobile. La CRAM a participé financièrement à la mise en place de protections collectives en toiture, au traitement acoustique et au traitement de l'air lors de la construction de la nouvelle usine.

* liste des secteurs d'activité et information sur les contrats : www.cram-alsace-moselle.fr

➤ Gestion des déchets

DEMOTronic, spécialiste des déchets électriques et électroniques

Issue de la loi du 15 juillet 1975 et de la directive européenne du 19 décembre 2000, la société **DEMOTronic** (Ernolsheim-sur-Bruche) est la première entreprise alsacienne exclusivement dédiée à la gestion et au traitement des déchets électriques et électroniques en fin de vie (DEEFV). Seuls doivent être stockés en décharge les **déchets ultimes**, qui résultent de la valorisation maximale des matières et de l'élimination des déchets dangereux contenus dans les produits électriques et électroniques en fin de vie. C'est donc l'ensemble des prestations de tri, de démantèlement et de valorisation des déchets qui sont réalisés par DEMOTronic. Depuis sa création, en septembre 2001, la société a traité plus de **250 tonnes d'ordinateurs, de photocopieurs et autres imprimantes**, sans compter des déchets électroniques et électriques divers en provenance d'entreprises de la région. Sur invitation de la Région Alsace et de la CCI, DEMOTronic a participé au dernier salon Pollutec de Lyon.

[Contact] 03 88 38 28 00

➤ www.envirOnet.fr

Un nouveau service de gestion environnementale

Destiné à accompagner les entreprises dans leur gestion environnementale, un véritable diagnostic en ligne leur est proposé, avec un bilan de classement (au regard de la nomenclature des installations classées pour la protection de l'environnement et de la directive Seveso), une **sélection de textes réglementaires** réellement applicables à l'activité exercée et une veille réglementaire personnalisée.

Grâce à une convention de partenariat signée par la CCI, [envirOnet.fr](http://www.envirOnet.fr) consent des **tarifs préférentiels** à toutes les entreprises inscrites au RC du Bas-Rhin (abonnements et achats de services en ligne). Ce site a été conçu et développé par le bureau d'études Caraïbes Environnement (Guadeloupe) et le cabinet conseil Pacte Informatique (Strasbourg), spécialisé dans le développement de logiciels sur mesure. ■

[Contact CCI]

Harald Stambach, 03 88 76 42 07
h.stambach@strasbourg.cci.fr

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

◀ PRÉDIAGNOSTIC ENVIRONNEMENT

Coût : selon la prestation, à partir de 1 000 € HT

[Contact CCI]

Harald Stambach, 03 88 76 42 07
h.stambach@strasbourg.cci.fr

◀ PRÉDIAGNOSTIC SÉCURITÉ

Coût : selon la prestation, à partir de 1 000 € HT

[Contact CCI]

Alban Petit, 03 88 76 42 06
a.petit@strasbourg.cci.fr

Trophées régionaux Export

Les exportateurs se portent bien

Sati, Dynajet, Cogifer, Bio Omega, Europe Environnement et Anadiag sont les gagnants des Trophées régionaux Export 2002. Un prix spécial du jury a été décerné à Heckel Sécurité.

L'OFFRE-PRODUITS DE LA CCI

OBJECTIF EXPORT
UN PROGRAMME
À VOTRE MESURE

Comment valoriser votre savoir-faire vers de nouveaux marchés ?

Pour vous aider à débiter à l'export, les CCI d'Alsace vous proposent leur outil Objectif Export. Après avoir établi un diagnostic export de votre entreprise et évalué votre potentiel à l'international, vous bénéficiez d'un accompagnement personnalisé de votre démarche export : conseils, sélection et exploitation des sources d'information, élaboration d'un plan d'action export, formation à la maîtrise des aspects techniques de l'exportation (financements, réglementations,...), sélection de partenaires et surtout, un contact permanent avec un conseiller en développement international.

Pré-diagnostic export gratuit.

[Contact CCI]
A Mui Phong, 03 88 76 42 49
a.phong@strasbourg.cci.fr

L'export alsacien se porte bien. Les chiffres 2002 devraient encore dépasser ceux de l'an dernier et atteindre les 21 milliards €. Ce dynamisme s'est confirmé dans la salle de l'Illiade, le 16 décembre dernier. Plus de 500 exportateurs étaient au rendez-vous de cette sixième remise des Trophées Régionaux Export.

«Ce trophée consacre les efforts et les mérites sur la scène internationale, de quelques-unes de nos entreprises alsaciennes... commentait Richard Burgstahler, le **Président de la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie d'Alsace**. Beaucoup d'entre elles sont, dans le quotidien, sur le front d'une véritable guerre économique, sur des marchés difficiles et concurrencés. Le combat de l'export nécessite de la part des chefs d'entreprises une volonté sans faille. Il présuppose que les CCI et d'autres partenaires accompagnent efficacement ces entreprises sur les chemins souvent périlleux de l'export». Et de poursuivre «Je n'ai pas d'inquiétude pour 2003. J'ai même la conviction que la croissance du commerce international se poursuivra. En effet, dans quelques mois, l'Europe accueillera au sein de l'Union dix nouveaux marchés, ce qui constitue à l'évidence un formidable réservoir d'affaires pour nos entreprises.»

➤ Catégorie Europe

[Les nominés] EMS (machines pour façonnage des tubes), Husson (mobilier pour collectivités), Sati (torréfaction et vente de cafés).

[Le lauréat] Sati

Depuis 1926, le torréfacteur du Port du Rhin est un leader régional. Mais depuis 1992, avec l'ouverture de son usine polonaise, Sati est également une référence à l'Est. La flexibilité de cette unité de production permet aux Moldaves de

Chisinau et aux Lituanais de Vilnius de goûter aux petits cafés alsaciens du Guatemala ou d'ailleurs. Dotée d'équipements de torréfaction ultra-modernes, sa filiale polonaise offre à Sati une grande souplesse de production et des prix compétitifs.

L'an prochain, des investissements lourds feront de l'unité du Port du Rhin l'un des torréfacteurs les plus modernes d'Europe.

LES CHIFFRES

- > Effectif : 48 personnes sur le site français
- > CA : 11,2 M €
- > CA sur la zone ciblée : 3 M € (CA filiale Pologne)

**[Café Sati, 4 rue de Nantes 67000 Strasbourg
T 03 88 34 63 36 – F 03 88 44 11 83]**

➤ Catégorie prestataires de services

[Les nominés] Anadiag (travail à façon pour l'industrie agrochimique), Solal (distributeur de matériel d'exploration fonctionnelle digestive), Dynasis (éditeur, distributeur et intégrateur de progiciels).

[Le lauréat] Anadiag

Anadiag est un groupe chimique qui vend ses produits aux agriculteurs. Il teste la qualité des petits pots, de la bière et du champagne et vérifie l'absence de traces d'insecticide.

Les vingt-trois agronomes, œnologues et chimistes de Haguenau connaissent toutes les normes européennes et les spécificités de chaque pays.

Contrôle des sols, des aliments produits... six réseaux d'essais Anadiag sillonnent huit pays européens, de la Belgique à la Grèce et bien plus loin encore. Anadiag a multiplié par trois son chiffre d'affaires export en cinq ans et détient



► CLIN D'ŒIL HUMORISTIQUE LORS DE LA REMISE DES TROPHÉES RÉGIONAUX EXPORT

aujourd'hui 20 % du marché sous-traité en Europe. Le président d'Anadiag Iorgne désormais vers les pays de l'Est.

LES CHIFFRES

- > Effectif : 24 personnes
- > CA : 1,84 M €
- > CA Export : 86 %

[Anadiag (SA), 16 rue Ampère 67500 Haguenau, 03 88 93 44 99]

► Catégorie nouveaux exportateurs

Les nominés | Europe Environnement (dépollution de l'air en milieu industriel et urbain), RGB (société de service en informatique).

Le lauréat | Europe Environnement

On respire mieux aujourd'hui dans certaines usines de Chine, du Kazakhstan ou de Côte d'Ivoire grâce à Europe Environnement. Chez elles, ventilation et dépollution arrivent d'Alsace. Les soixante-dix salariés de l'entreprise de Thann ont une devise : «Si nous n'exportons pas maintenant, nos concurrents le feront à notre place et viendront conquérir nos marchés».

Pour cela, ils s'appuient sur les chaudronniers locaux, spécialistes en ventilation, mais aussi sur les contacts de leurs fournisseurs.

Ils ont lancé leur projet export il y a moins de trois ans, mais tissent déjà des réseaux mondiaux en privilégiant les relais par pays.

Depuis septembre, un responsable export coordonne les initiatives au sein de l'entreprise et anime le réseau des relais par pays.

L'espoir d'Europe Environnement est d'entraîner aujourd'hui d'autres PME alsaciennes dans son développement à l'export.

LES CHIFFRES

- > Effectif : 62 personnes
- > CA : 9,14 M €
- > CA Export : 20 %

[Europe Environnement, 9 rue Gutenberg, 68800 Vieux-Thann, 03 89 37 41 41]

► Catégorie Afrique, Proche et Moyen-Orient

Les nominés | Bio Omega (achat, remise à neuf et vente d'instruments d'analyse médicale d'occasion), Draeger (matériel de protection respiratoire et détection de gaz).

Le lauréat | Bio Omega

Bio Omega conditionne du matériel de laboratoire. Ces instruments d'analyses médicales achetés d'occasion à des biologistes français, elle les revend sur le marché du Moyen-Orient. Là-bas, la demande est importante.

C'est sa présence régulière aux salons professionnels de Téhéran et Dubaï qui l'ont mise en contact avec des acheteurs du Yémen, du Bangladesh, du Pakistan et d'Irak. Bio Omega réalise aujourd'hui 80 % de son CA à l'export et n'est pas prête d'oublier que c'est le choix du Moyen-Orient qui a sauvé l'entreprise du péril, en 1996.

LES CHIFFRES

- > Effectif : 4 personnes
- > CA : 900 000 €
- > CA Export : 88 %
- > CA sur la zone ciblée : 62 % du CA Export

[Bio-Omega, 65a rue des Petites Fermes, 67200 Strasbourg, 03 88 30 85 70]

► Maroc, Japon, Chine

Les rendez-vous du Programme régional Export 2003

► Maroc

Mai 2003

- Journée Pays Maroc à Strasbourg
- Salon Expotech à Casablanca
- Salon Interchimie à Casablanca

Septembre 2003

(sous réserve de confirmation)

- Accueil d'une délégation de sous-traitants marocains exposant au Fist 2003 à Strasbourg.
- Conférence sur l'investissement et la sous-traitance au Maroc.

► Japon

- «GATEWAY TO JAPAN III»
- **16-20 juin** : salon équipement de la maison (date limite des inscriptions : le 20 février)
- **21-25 juillet** : salon jeunes créateurs de mode (limite : 7 mars)
- **1-5 septembre ou 8-12 septembre** : mission technologies de l'environnement (limite : 16 mars)
- **29 sept-3 octobre** : mission équipement de la vie de plein-air (limite : 6 juin)
- **8-12 décembre** : mission alimentation et boissons (limite : 13 juin)

► Chine

Mars 2003

- Journée Chine à Strasbourg

Juin 2003

- Entretiens individuels en Alsace en entreprise avec notre correspondant de la CCIFC.

[Contact CCI]

Didier Schoenacker,
03 88 76 42 38
d.schoenacker@strasbourg.cci.fr

> Catégorie Asie

| Les nominés | Cogifer (fabrication d'appareils de voies), Wattwiller (eaux minérales), Wolfberger Distillerie (eaux de vie et liqueurs de fruits pour les professionnels de la gastronomie).

| Le lauréat | Cogifer

Ils sont deux cent trente à se rendre, sans souci de transport, chaque matin à Reichshoffen. Leur travail va peut-être faciliter la vie de millions de gens à Singapour ou à Hong-Kong. Cogifer, filiale de de Dietrich, est un spécialiste des voies ferroviaires, petite, moyenne ou grande vitesse (501 km/h).

L'Asie, c'est la success story – c'est là qu'il a battu ses records de vente 2002 – mais c'est aussi l'avenir de Cogifer. Il y réalise 85 % de son CA à l'export.

Aujourd'hui des perspectives se dessinent en Malaisie et ailleurs, et les investissements vont suivre.

LES CHIFFRES

- > Effectif : 230 personnes
- > CA : 48 M €
- > CA sur la zone ciblée : 62 % CA Export

[Cogifer, rue des Forges 67110 Reichshoffen, 03 88 80 86 80]

> Catégorie Amérique

| Les nominés | Dynajet (fabrication de supports textiles pour l'impression numérique), Sparr (vins et crémants d'Alsace), Outils Wolf (outils de jardinage)

| Le lauréat | Dynajet

Il y a seulement quatre ans, les banderoles et autres calicots se réalisaient encore sur du papier ou sur du PVC. À présent les soixante-cinq salariés de Reiningue fabriquent des supports textiles pour impression numérique et exportent aux États-Unis ! Dynajet couvre le continent via trois distributeurs. Belle réussite pour la filiale d'une maison créée à Mulhouse en 1811. L'objectif 2002 a été atteint dès le mois de septembre et les perspectives restent excellentes. Dynajet sera présente aux foires de 2003 à Saint-Louis et Las Vegas. Des produits, XL évidemment, sont en cours de développement et le projet «New Maille Stop» devrait rendre les banderoles Dynajet encore plus accessibles.

LES CHIFFRES

- > Effectif : 7 personnes
- > CA : 900 000 €
- > CA Export : 46 %
- > CA sur la zone ciblée : 38 % du CA Export

[Dynajet, 63 rue Heimsbrunn, BP 25, 68950 Reiningue, 03 89 83 28 57]

> Catégorie prix spécial du jury

| Le lauréat | Heckel Sécurité

Lorsqu'en 1996, Heckel Sécurité a étudié la possibilité de vendre ses chaussures de sécurité aux Russes, ces derniers marchaient dans des articles archaïques ou spartiates, tout en étant persuadés que seule la production locale pouvait répondre à leurs besoins. Aujourd'hui grâce à une joint-venture avec Vostok Service, l'entreprise de moins de 100 salariés basée à La Walck est incontournable. Et le marché immense ! 5 700 paires de chaussures vendues en 1997. Déjà 155 000 fin septembre 2002. Heckel a créé le besoin et trouvé ainsi son marché !

L'entreprise ne voit pas la Russie comme une étape dans sa démarche export mais comme une destination finale.

Si les résultats sont déjà exceptionnels, les perspectives le sont plus encore !

LES CHIFFRES

- > Effectif : 97 personnes
- > CA : 20,5 millions €
- > CA Export : 47 %
- > CA sur la zone ciblée : 29 % du CA Export

[Heckel Sécurité, 44 rue Engwiller, 67350 La Walck, 03 88 07 61 08]

LE POINT ECO

**Annonces
cet espace vous
est réservé !**

PERFORMANCE MEDIA

Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

1803 - 2003 200 ans de prospective

Créée en décembre 1802, la CCI a tenu sa première séance le 23 janvier 1803.

Son 200^e anniversaire est l'occasion de revenir sur un peu d'histoire...

Regards sur le passé d'une Chambre qui s'est toujours voulu porteuse d'avenir.

Si l'histoire de la CCI commence avec l'arrêté consulaire du 3 nivôse de l'an XI, elle s'inscrit dans le prolongement des remarquables organisations professionnelles qui dynamisèrent l'économie de la ville à travers les siècles, des corporations bourgeoises du Moyen Âge au Corps des marchands du XVIII^e siècle, toutes détruites par la Révolution de 1789.

Dès sa création, la Chambre est placée sous le signe de l'Europe. Les frontières de la France à ce moment-là dépassent largement les rives du Rhin, et les CCI d'Anvers, Bruxelles, Genève, Mayence et Turin sont notamment créées par le même arrêté. C'est alors une période de grande prospérité économique qui se poursuit tout au long du XIX^e siècle, notamment dans le domaine commercial. L'éveil de l'industrie à partir des années 1880 et le développement des infrastructures de communication furent une tâche majeure des dirigeants de la Chambre.

Le Premier Président de la CCI fut Jean-Georges Schertz, de 1803 à 1819, puis Jean-Georges Humann jusqu'en 1831, avant François-Charles Sauvage, Jean-Claude Sengenwald, François Nebel et Jules Sengenwald, qui conserva la pré-

sidence de 1848 à 1891. Ont suivi Alfred Herrenschildt, Jules Schaller, Carl Eisen, Léon Ungemach et Fernand Herrenschildt. La liste est longue de ces grands capitaines d'industrie ou négociants internationaux qui conduisirent les destinées de la Chambre et dont le souvenir est rappelé par le nom de nombreuses rues et avenues de Strasbourg.

2003
ans d'Entreprises
CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin

Régulièrement, les nécessités d'adaptation de l'industrie et du commerce dans un climat concurrentiel ont requis un effort constant, sans cesse renouvelé. Parmi les œuvres à mener à bien, il y avait non seulement celles liées à la modernisation et à la productivité des entreprises, mais éga-

lement à leur indispensable ouverture à l'international. Attentive aux initiatives des pouvoirs publics, soucieuse de la défense des intérêts économiques et sociaux qu'elle présente, la CCI n'a jamais cessé de donner les avis et renseignements qui lui ont été demandés, de rechercher les moyens d'accroître la prospérité de l'industrie, du commerce et des services, et de fournir des études sur toutes les questions touchant à la vie des affaires... Une vision prospective qui est toujours d'actualité. ■



➤ De l'histoire de la place Gutenberg

Le saviez-vous ? La place Gutenberg n'a pas toujours eu ce nom. Baptisée «place Saint Martin» parmi les marchands à partir du XII^e siècle (le marché-aux-poissons et le marché général se partageaient la place), puis «Gaertners-Markt», marché-aux-herbes (XVIII^e et XIX^e siècle), elle est devenue «place de l'Hôtel de Ville» en 1786 et 1794, «place de la Maison Commune» en 1791, «place de la Révolution» en 1793, «place Martin» en 1796, «place Gutenberg» en 1840, 1918 et 1945, «Gutenbergplatz» en 1872 et 1940.

APPEL À CANDIDATURES

Votre entreprise fête ses 200 ans ou ses 100 ans en 2003 ?

La CCI vous propose de participer à une exposition de vos produits, métiers et compétences. Celle-ci sera déclinée dans le hall d'exposition de la CCI d'ici l'automne prochain.

Faites-vous connaître auprès de Christine Hansmann,
03 88 75 24 09
c.hansmann@strasbourg.cci.fr

➤ Le Neubau Prototype immobilier

L'originalité du bâtiment qui abrite la CCI, construit de 1582 à 1585, réside dans son architecture classique de la Renaissance. Pendant deux siècles, le bâtiment a servi d'annexe à l'ancien hôtel de ville voisin. Ce n'est qu'après la démolition de celui-ci, en 1781, que le Neubau a pris officiellement le nom et la fonction d'hôtel de ville. Saccagé en 1789, il a été vendu comme bien national en 1795. Le bâtiment sera acquis par la CCI en 1806. Celle-ci a ajouté une aile au bâtiment en 1868. Pendant les trois périodes de conflits : 1870, 1918, 1945, le Neubau échappera aux bombardements que connaît Strasbourg. À l'exception des dégâts occasionnés sur la façade par une bombe en août 1944. ■

➤ CDEC 3 accords d'extension, 1 création

Réunie en décembre dernier, la Commission d'Équipement Commercial du Bas-Rhin (CDEC) dont la CCI est membre, a donné son accord sur quatre dossiers. Il s'agit des extensions de Cora (Haguenau), Intermarché (Reichshoffen), Marché U (Strasbourg) et de la création d'une concession automobile Go West Alsace à Strasbourg-Cronembourg.

[Contact CCI]

Caroline Fritsch, 03 88 75 25 61
c.fritsch@strasbourg.cci.fr

➤ Une carte de fidélité Place des Halles



Remise gratuitement par les hôtesse d'accueil du Centre Commercial de la Place des Halles, cette carte de fidélité offre à tout client un large éventail de réductions perma-

nentes et d'avantages exclusifs, développés avec les plus grandes marques du centre commercial. Toutes les offres sont disponibles au kiosque accueil, ainsi que sur le site. Durée de validité de la carte : un an.

[Site] www.placedeshalles.com

➤ Max Havelaar choisit la télévision

«En achetant un produit portant le label du commerce équitable Max Havelaar, chacun peut contribuer à un commerce plus juste et permettre aux producteurs marginalisés du sud de vivre dignement et durablement du fruit de leur travail». Symbole de la première filière labellisée, le café a fait l'objet de plusieurs spots télévisés. Sept autres filières sont aujourd'hui agréées, avec plus de 160 produits disponibles en grande distribution et dans les boutiques spécialisées : le thé, le sucre, le jus d'orange, le miel, le cacao, le riz et les bananes.

[Site]

www.maxhavelaarfrance.org

➤ Architecture et commerce

Participez aux trophées 2003

Vous êtes commerçant et/ou concepteur, vous avez réalisé au cours des 20 dernières années la construction, l'extension ou des modifications de votre commerce. Ces travaux ont été exécutés dans un souci de qualité de traitement apporté aux questions d'urbanisme, d'aspect, de fonctionnement interne ou externe du site ou de l'environnement. Ils méritent d'être connus. Participez aux trophées «Architecture et Commerce» organisés par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin et les Conseils à l'Architecture, à l'Urbanisme et à l'Environnement (CAUE) Bas-Rhin et Haut-Rhin.

Ce concours régional, «Architecture et Commerce» fera l'objet d'une exposition et de rencontres thématiques liées au commerce, qui se tiendront en novembre prochain à l'espace Exposition de la CCI.

Conditions de participation

Peuvent concourir les commerçants et leurs maîtres d'œuvre (architectes) qui ont réalisé :

- des constructions neuves à usage commercial, dès lors qu'elles sont individualisées ;
- des transformations des constructions anciennes et des aménagements intérieurs et extérieurs.

Par souci d'équité, trois catégories de commerce ont été déterminées :

- les centres commerciaux ;
- les grandes surfaces spécialisées ;
- les boutiques et petits commerces.

Le cahier des charges du concours est disponible auprès de la direction de l'Aménagement du Territoire de la CCI. Délai de remise des dossiers de participation : le vendredi 2 mai 2003. ■

[Contact CCI] Barbara Calligaro, 03 88 75 25 28 – amenagementterritoire@strasbourg.cci.fr

➤ Comportements d'achat Comment achètent les bas-rhinois ?

L'enquête initiée en 1995 a été reconduite à plusieurs reprises, la dernière datant de 1999. Les résultats de la nouvelle édition seront disponibles dès le second trimestre. Le Point Éco s'en fera l'écho dans son numéro de juillet-août.

Bien plus qu'une simple remise à jour, la version 2003 de cette étude voit ses modalités et ses champs d'action s'affiner : en effet, il s'agit aujourd'hui de s'intéresser à 75 zones d'habitation, à l'échelle des Communautés de Communes, des nouveaux bassins de vie, qui voient le jour peu à peu dans le département, et à plus

de 200 «pôles de vente» (y compris les communes importantes des départements limitrophes et de l'Allemagne).

Ce sont donc 3 000 ménages bas-rhinois qui ont été interrogés sur leurs achats (contre 2 300 en 1999) portant sur 36 familles de produits, alimentaires et non alimentaires ainsi que sur les montants dépensés.

L'exploitation de ces informations est multiple : pour une meilleure connaissance des consommateurs, des lieux d'achat et des formes de commerces fréquentés, mais également à des fins plus stratégiques dans l'élaboration de schémas de développement commerciaux et pour l'analyse de projets à venir. ■

[Contact CCI] Patricia Bouilleaux,
03 88 75 25 57 – p.bouilleaux@strasbourg.cci.fr

➤ Rosheim Le Panonceau d'Or couronne le travail des professionnels

Elle était la première association interprofessionnelle du département à se constituer. Aujourd'hui elle est la première à être reconnue pour son dynamisme et sa créativité. Grâce à son mode d'organisation précurseur, l'association des professionnels du canton de Rosheim devient un modèle à suivre.

Partant du principe que «l'union fait la force» et que c'est en partant groupés qu'ils auraient une meilleure répercussion de leurs actions, les commerçants du canton de Rosheim avaient décidé de se fédérer en impliquant l'ensemble des socio-professionnels du canton. Depuis sa création, l'association «Les professionnels du canton de Rosheim» présidée par André Marchand, s'est distinguée par ses actions novatrices.

Son programme de communication, tant interne qu'externe, a rassemblé toutes les catégories socio-professionnelles : artisans, commerçants, industriels, hôteliers-restaurateurs,

viticulteurs. Par la qualité de ses opérations d'animation, leurs produits et savoir-faire ont été promus bien au-delà du canton. La capacité de l'association à mobiliser ses adhérents et sa représentativité lui ont permis d'obtenir une contribution significative de la Communauté de communes et, jusqu'en 2000, de la Région Alsace*. Également force de proposition dans les décisions économiques et politiques (dossiers CDEC, SCOT), l'association est devenue un partenaire incontournable des collectivités. «L'attribution du Panonceau d'Or vient couronner cinq années de travail sans cesse renouvelé, c'est un facteur d'encouragement pour nos actions futures», se félicite **André Marchand**.



➤ **ANDRÉ MARCHAND**

➤ *Mercure d'Or et Panonceau d'Or*

Une sélection locale puis nationale

Organisé par l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie, le concours comporte deux distinctions :

- le **Mercure d'Or** couronne les performances individuelles des commerçants (création-reprise d'entreprise, innovation, emploi, formation, développement)
- le **Panonceau d'Or** récompense les groupements de commerçants (performances collectives en matière d'animation, de politique de communication, de partenariat, de services...).

Après une sélection locale, un jury national composé d'une vingtaine de personnalités de compétence reconnue dans le domaine de la distribution, se prononce sur l'attribution des récompenses aux lauréats.

[Contact CCI] **Nathalie Rolling,**
03 88 75 24 65
n.rolling@strasbourg.cci.fr

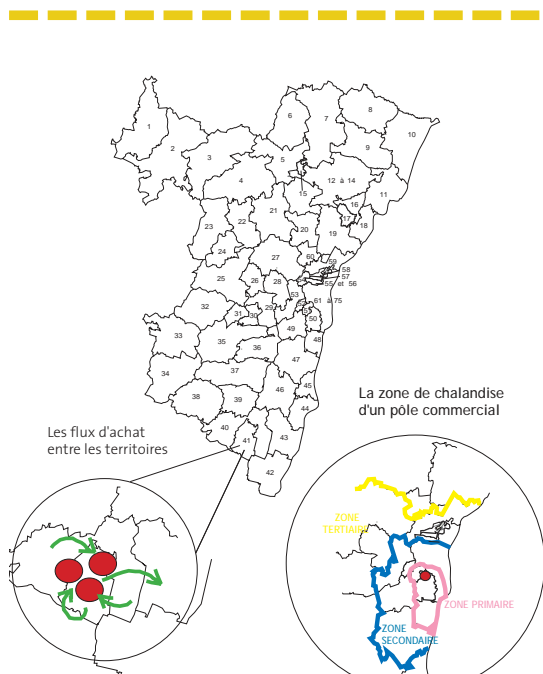
Une force de proposition, partenaire des collectivités

Présenté par la CCI de Strasbourg, son dossier de participation au concours du Panonceau d'Or était également soutenu par le Groupement commercial du Bas-Rhin, la Chambre de Métiers d'Alsace, le Conseil Général du Bas-Rhin et la Communauté de communes du canton de Rosheim. ■

*dans le PE n° 219, la démarche entreprise dans le cadre de l'ORAC (Opération de restructuration de l'artisanat et du commerce).

[Contact CCI] **Magdaléna Carabin,** 03 88 75 24 16
m.carabin@strasbourg.cci.fr

➤ **Mercure d'Or** Retenu par la CCI, le dossier de présentation au Mercure d'Or de la Coudrierie (Mommenheim) n'a pas recueilli l'ensemble des suffrages de l'ACFCI. Le dynamisme de cette entreprise mérite d'être souligné. Implantée en milieu rural, la Coudrierie vend des articles à broder issus de la tradition alsacienne. Également présents sur les marchés, ses dirigeants, Marie-France et Pierre Ober, contribuent par la qualité de leurs produits et de leurs conseils, à faire vivre le patrimoine local. ◀



XI^e carrefour de la formation et de l'emploi La «formation durable», levier du développement économique

A bordée à l'occasion du XI^e carrefour de la formation et de l'emploi des CCI, cette thématique de la formation «tout au long de la vie» a rassemblé quelque 800 responsables de formation des CCI et des partenaires de l'État et des Régions. Une occasion unique de mise en commun de nouvelles perspectives, dans un contexte de décentralisation, de 35 heures, où la formation continue et la validation des acquis de l'expérience sont au cœur des préoccupations.

Parmi les nécessaires adaptations à la formation professionnelle, plusieurs orientations ont été arrêtées :

Favoriser les partenariats territoriaux

– faire des nouveaux Comités de Coordination Régionaux de l'Emploi et de la Formation Professionnelle les lieux de concertation mais aussi d'évaluation des politiques régionales ;

– développer les partenariats autour des Contrats d'Objectifs Territoriaux ;

– optimiser l'utilisation des fonds communautaires, et notamment du Fonds Social Européen, pour les entreprises ;

– faire reconnaître un droit à l'expérimentation des dispositifs de certification.

➤ Le dispositif de formation à distance expérimenté par la CCI sur le bassin d'emploi de Wissembourg sera étendu.

➤ La modularisation des titres des réseaux consulaires des Instituts de Force de Vente (IFV) et des Instituts de Promotion Commerciale (IPC) sera mise en œuvre.

Toute personne souhaitant acquérir ces titres pourra faire valoir son expérience professionnelle, associative, bénévole... et selon le cas, être dispensée de formation.

Assurer la cohérence et la cohésion des dispositifs de formation professionnelle des jeunes,

en développant l'information sur les métiers. Il s'agit d'afficher une volonté politique de développement de l'apprentissage par la création d'un fonds national de promotion, la création de facultés des métiers et la reconnaissance du rôle formateur de l'entreprise. Il faut également clarifier les dispositifs d'insertion par alternance.

Développer l'accès des salariés,

en particulier les moins qualifiés et ceux des TPE/PME, à la **formation continue**.

Une organisation au niveau des bassins d'emploi, par la signature d'un contrat local de développement des compétences entre les entreprises et la CCI locale, s'avère indispensable.

➤ Des réunions territoriales d'échanges, sur les besoins en compétences, devraient contribuer à l'efficacité des dispositifs et à leur amélioration.

Accompagner les demandeurs d'emploi

– développer l'alternance pour les demandeurs d'emploi par la promotion du contrat de qualification adultes ;

– développer l'accompagnement et l'appui des cadres demandeurs d'emploi afin de favoriser leur insertion dans les TPE/PME.

➤ La CCI contribue aux travaux de l'Observatoire Régional de l'Emploi et de la Formation, qui établit la carte des formations professionnelles locales en faveur des demandeurs d'emploi. ■

[Contact CCI] Christiane Sibieude, 03 88 43 08 36 – c.sibieude@strasbourg.cci.fr

➤ *Enquête APEC* Recrutement des cadres : stabilité des effectifs en Europe

Interrogées par l'APEC sur la période juillet 2002-juin 2003, 3 765 entreprises* ont exprimé des intentions d'embauche de cadres strictement identiques à celles de l'an passé : 75 % prévoient de maintenir stable leur effectif cadre, 20 % prévoient de l'augmenter et 5 % de le di-

minuer. Les entreprises les plus orientées à la hausse sont les espagnoles (25 % d'embauches supplémentaires) suivies par les belges (24 %) et les italiennes (22 %). En France, 19 % sont orientées à la hausse, soit pratiquement autant que la moyenne européenne. 3 % seulement pré-

voient de réduire leur effectif cadre (contre 9 % chez les allemandes et 5 % chez les anglaises) et 78 % de le maintenir stable. ■

*L'enquête annuelle de conjoncture européenne de l'APEC a été réalisée dans 8 pays : la France, l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, l'Italie,

le Luxembourg, les Pays-Bas et le Royaume-Uni. Au total, 3 765 entreprises ont été interrogées (dont 500 en France) à partir d'un échantillon représentatif de l'emploi cadre par secteur d'activité et par taille d'entreprise.

[Site] www.apec.fr

> Würth
**Une autre approche
du recrutement via
Internet**

Acteur majeur de la distribution de produits et techniques de fixation pour les professionnels, Würth (Erstein) vient de repenser son site internet.

www.wurth.fr, vitrine de son savoir-faire, de son expertise et de ses engagements, propose à l'internaute, client ou futur collaborateur, de visualiser d'un simple coup d'œil les différents produits, métiers et secteurs d'activité de l'entreprise.

Le prolongement vers jobywurth.com, indépendant et en parfaite synergie, lui permet de consulter directement les offres d'emploi et d'y répondre au moyen d'un formulaire.

[Sites] www.wurth.fr
www.jobywurth.com

> Le «Point A»
en quête de places
d'apprentissage

Dans vos boîtes aux lettres, un courrier du «Point A» de la CCI, vous interpellera sur les places d'apprentissage que vous souhaitez mettre à disposition des jeunes. Ce recensement des possibilités offertes, par diplôme et par zone géographique, sera transmis aux partenaires de l'emploi : agences locales de l'ANPE, Missions Locales pour les jeunes, FORCE Alsace. Les jeunes seront également informés lors des différents forums organisés dans les collèges et lycées.

[Contact CCI] 03 88 43 08 58
point.a@strasbourg.cci.fr

> www.pmebtp.com **Le premier site emploi du secteur de la construction**

Le secteur du bâtiment et des travaux publics connaît une pénurie de main d'oeuvre et un problème de renouvellement de ses effectifs ; cette plate-forme de l'emploi a pour objectif de mettre en relation des candidats et des recruteurs. Les candidatures sont mises gratuitement en ligne sur www.pmebtp.com

L'ULP fête les 30 ans de son département d'éducation permanente

En 30 ans, l'Université Louis Pasteur de Strasbourg a réussi une véritable relation de confiance et de partenariat avec de nombreuses entreprises, en particulier des secteurs pharmaceutiques et chimiques, ainsi qu'avec les établissements de santé. Service commun aux 17 UFR, facultés, écoles et instituts de l'Université Louis Pasteur, son Département d'Éducation Permanente (DEPULP) veille à développer son offre de formation à partir des ressources de la recherche effectuée dans ses composantes. Le DEPULP, c'est 3,655 M € de CA, 450 formateurs, 1 086 entreprises clientes, 5 904 stagiaires, 454 auditeurs inscrits dans des formations diplômantes, 18 manifestations organisées en 2001, accueillant 3 290 congressistes du monde entier à Strasbourg. ■

[Contact] 03 90 24 11 40 - Fanny.Del@adm-ulp.u-strasbg.fr

LE POINT ECO

Annonces
cet espace vous
est réservé !

CONTACT MEDIA

Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

➤ DESS droit du multimédia et des systèmes d'information en ligne

Cette formation proposée par l'Université Robert Schuman favorise l'insertion professionnelle des étudiants titulaires d'une maîtrise en droit, en réalisant l'adéquation entre ce que l'université peut offrir et ce dont les entreprises et les collectivités publiques ont besoin. Elle est résolument orientée vers le marché de l'emploi et le développement de la recherche juridique à toutes les situations engendrées par les technologies de l'information et de la communication. Formation sur une année avec un stage de trois mois «sur le terrain» (entreprise ou collectivité).

[Dossiers d'inscription]
www.ead.droit-multimedia.net

➤ Prochaine rencontre Prospective «Société de l'information : quelles évolutions pour les organisations, quels rôles pour l'encadrement ?»

Le 10 mars

Intervenant : Yves Lasfargue, chercheur et consultant, directeur de l'observatoire des conditions de travail et de l'ergostressie, auteur, entre autres, de «Techno mordus, techno exclus» aux Éditions d'Organisation. Thématique de la conférence : le système d'innovations de la société d'information et les facteurs qui changent le travail et les métiers. Les évolutions du travail, des modes de management, le rôle des cadres, les évolutions des métiers et des compétences.

[Contact CCI] Christiane Sibieude, 03 88 43 08 36 – c.sibieude@strasbourg.cci.fr

➤ Ils ont choisi le Pôle Formation CCI pour se réunir

Lee Hecht Harrison, la direction de l'Aviation Civile, l'Anpe, la CRAV, la Compagnie Régionale des Commissaires aux Comptes, Renault, Siemens, l'Ensis, la Région Alsace, Fenwick, les Établissements Français du Sang, USAGA/Agents Généraux d'Assurance d'Alsace...

➤ Foire internationale 2^e succès

Lancée par le Pôle Formation fin 2001, la «foire internationale» visait la mise en pratique des connaissances et savoir-faire des apprentis et étudiants dans une simulation de foire professionnelle. Cet exercice a été reconduit le 15 janvier. Les apprentis des BTS force de vente, action commerciale, les étudiants du MIM (management et marketing international), et des cycles de langue des affaires ont ainsi utilisé, l'espace d'une journée, l'anglais, l'allemand et l'espagnol. Que ce soit sur les stands culturels (Royaume-Uni, Australie, États-Unis, Allemagne, Autriche, Suisse, Espagne, Mexique), ou durant le programme d'animations qui avait été concocté par les enseignants : mini-conférences, chants et danses, dégustations de produits régionaux. ■

[Contact] www.pole-formation-cci.org

➤ Krauthammer International Une nouvelle offre de coaching

Basé à Paris, Aix-en-Provence, Lille, Lyon, Nantes et Strasbourg, Krauthammer International propose une offre structurée à destination des entreprises : actions de formation, de coaching et de conseil. C'est ainsi que le cabinet propose des trainings inter-entreprises réunissant en moyenne 10 participants d'entreprises différentes. Ceux-ci peuvent choisir l'accréditation Krauthammer, un processus qui s'appuie sur une analyse comportementale unique,

qui fournit un cadre de pensée et d'évolution aux participants. Des solutions sur-mesure peuvent être proposées aux entreprises cherchant à développer des compétences collectives. Les consultants de Krauthammer travaillent en étroite collaboration avec leurs clients sur la dimension humaine du changement, tant au niveau du conseil de direction que de l'accompagnement des ressources humaines. ■

[Contact] Jocelyn de Just Pellicier, 03 88 61 60 61

LE POINT ECO
**Annonceurs
cet espace vous
est réservé !**

CONTACT BOURSE
**PERFORMANCE
MEDIA**

Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

➤ **Kaobang** La culture asiatique à livres ouverts

Ils se prénomment Florence, Nathalie et Fabrice. Tous les trois travaillaient dans la même librairie et partageaient le même attrait pour la culture asiatique. C'est l'organisation d'une animation autour de la sortie du film de Miyazaki, «Le Voyage de Chihiro», qui les a motivés à concrétiser leur projet de création d'une librairie spécialisée. «Nos contacts à l'occasion de ce salon ont mis en évidence une réelle demande des particuliers».

Comme ils étaient déjà dans la profession, les trois associés n'ont eu aucune difficulté de mise en place de la librairie. Habités à négocier avec les fournisseurs, ils ont constitué leur stock en conjuguant intérêt personnel et attente de la clientèle. Animation japonaise (bd, k7 et dvd ... tee-shirts, statuettes et peluches de collection) pour Fabrice, rayon universitaire et littéraire pour Florence, qui affiche des études de lettres et une expérience du rayon lettres et beaux-arts, spiritualité et développement personnel pour Nathalie... Ils se sont répartis les pôles en fonction de leurs spécificités. L'ambition de Fabrice Dunis, Florence Krecina et Nathalie Ludwig est de faire de Kaobang un repère pour les passionnés de l'Asie.

Animations et démonstrations

En rassemblant les publics, même ceux qui ne se fréquentent pas, autour d'animations

diverses. La première était une démonstration de tai-chi, ont suivi une exposition d'œuvres d'un peintre chinois et des animations autour du Nouvel An chinois.

Dès l'ouverture de la librairie, les clients informés par le bouche à oreille se sont montrés nombreux. «Notre ouverture répondait à une attente», souligne Nathalie. «Avant, il fallait faire 12 boutiques pour trouver ce qu'on cherchait», confirme une cliente, particulièrement amatrice de livres en version originale. Une demande inhérente à l'environnement propre à Strasbourg : filières de langues asiatiques, cours d'art floral ou de yoga à l'université populaire, etc.

Un repère pour tous les passionnés de l'Asie

Ambitieux, Florence, Nathalie et Fabrice nourrissent déjà un autre projet : celui de créer une maison d'édition. Dans un premier temps pour diffuser des cartes, puis des livres. ■



➤ FLORENCE, NATHALIE ET FABRICE

Quelques illustrations de ce que vous trouverez dans la librairie

Des livres et cd, du matériel de calligraphie, des ouvrages de médecine (acupuncture, aromathérapie, pharmacie naturelle) des accessoires de massage, des livres de cuisine, ouvrages sur le sport. Côté religions et philosophie, vous aurez le choix : «365 jours zen», «méditations taoïstes» ou «guide du yoga de l'Inde»...



CE QU'ILS ONT APPRÉCIÉ À LA CCI

«Nous avons besoin de savoir ce que notre projet valait. Nous avons trouvé un très bon guide pour avancer dans les démarches, pour remettre les choses en ordre et acquérir une méthode. C'est un regard extérieur qui nous a dynamisés.» ➔

Passeport Entreprendre [Contact CCI] June Marchal, 03 88 75 24 24 entreprendre@strasbourg.cci.fr

➤ L'agenda de la création d'entreprise

Séances d'information

- Les 10-29 janvier - 24 février - 3 et 10 mars, de 9 h à 11 h à la CCI.
- Le 17 février à Haguenau
- le 4 mars à Sélestat
- Le 13 mars à Molsheim.

[Contact CCI]

Gaby Lallement, 03 88 75 24 82 g.lallement@strasbourg.cci.fr

Formations à la création d'entreprise

« 6 jours pour entreprendre »

Organisées par la CCI, ces sessions bénéficient du soutien de la Région Alsace et du fonds social européen de la Communauté Européenne. Prochaines sessions à Strasbourg les :

- 13-14-15-16 (matin)-21-22-23 janvier
- 10-11-12-13 (journée spéciale hôtellerie-restauration) 14 (matin)-18-19-20 février

[Contact CCI]

Christelle Gerlinger, 03 88 75 24 83 c.gerlinger@strasbourg.cci.fr

➤ Denovo Design

Le design industriel au meilleur coût

Créée en janvier 2002 par Nicolas Reydel, Denovo est une agence de design industriel. Outre Strasbourg, deux structures situées à Eindhoven (Pays-Bas) et à New-York permettent au jeune créateur d'avoir un œil critique sur le développement de produits conçus en France souvent voués à l'export. «Nous avons une meilleure visibilité sur leur perception par une autre culture», explique Nicolas Reydel. Originaire de Saverne, celui-ci a fait une grande partie de ses études aux Pays-Bas, avant de travailler en Finlande, en Angleterre puis en France, aussi bien en studio que dans de grandes entreprises. «Le design industriel est encore peu répandu en France, j'ai eu envie de le développer.»

Le design industriel : un outil économique à part entière

En effet, trop de chefs d'entreprises pensent que le produit est réservé à une clientèle élitiste ou au secteur du mobilier, et surtout

qu'il coûte très cher. Or, c'est un outil économique à part entière. Démarche méthodologique plus globale que le stylisme qui, lui, répond à un cahier de tendances. La prestation de Denovo Design va de la phase d'analyse (c'est l'étude design) à la création et à la matérialisation du concept, qu'il soit un produit ou un service. «Dès lors que l'entreprise décide de développer un produit, je l'accompagne jusqu'à sa commercialisation». Pour cela, Nicolas Reydel fait appel à plusieurs compétences, en ingénierie, en sociologie, en ergonomie ou en gestion de marque... C'est un travail en équipe et de nombreuses rencontres pour une meilleure prise en compte des spécificités de l'entreprise. «Il faut compter au minimum six mois entre le premier coup de crayon et la commercialisation». De la petite cuiller à la machine industrielle, jusqu'au mobilier ou aux articles de bureau, Nicolas Reydel passe par une phase d'analyse – quels matériaux, quels outils industriels va-t-on utiliser pour satisfaire au mieux le

consommateur final? – avant d'arriver au processus de fabrication. Et de résumer : «le design industriel devrait s'inscrire dans toutes démarches commerciales, l'objectif des entreprises étant de produire mieux et moins cher». Un tant soit peu provocateur, Nicolas Reydel, dont la cible privilégiée est la PME, va jusqu'à dire que «ne pas prendre en compte le design industriel est presque une faute de gestion».



CE QU'IL A APPRÉCIÉ À LA CCI

«Rencontrer des interlocuteurs de l'industrie». La présentation du Passeport Entreprendre ? «Un regard critique sur mon dossier». Membre du Club des Créateurs, il y échange sur des problématiques communes à d'autres créateurs : «C'est important de ne pas rester isolé.» ←



➤ NICOLAS REYDEL

LE POINT ECO

Annonces
cet espace vous
est réservé !

PERFORMANCE MEDIA

Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

La distribution automatique en quête d'un nouveau souffle

S'adapter aux habitudes des consommateurs qui souhaitent grignoter et consommer à toute heure : un challenge perpétuel pour les gestionnaires de distributeurs automatiques. Alors que la boisson chaude reste le principal vecteur du développement de la profession, les produits frais comme le sandwich viennent à concurrencer les confiseries et les biscuits salés.

> Analyse

Des boissons chaudes à la petite restauration Un marché de plus en plus concentré

Fin 2002, le parc des automates en France était constitué de 600 000 machines, dont 86 % installés dans les entreprises, 77 % de distributeurs de boissons. À l'origine constitué de petits opérateurs, le marché de la distribution automatique a démarré par le café, le chocolat, puis la confiserie et les fontaines réfrigérées, raconte **Michel Ohlmann**, gérant de Jede-Alsace (Ostwald). L'arrivée d'opérateurs nationaux puis européens

a recentré le marché. «Beaucoup d'entreprises ont été rachetées par des fonds de pension américains, à la suite des départs massifs à la retraite des chefs d'entreprises», commente **Élisabeth Greiner-Ursenbach**, la dirigeante de Prestomatic (Gundershoffen). «Souvent, ces derniers ont renoncé, face à l'évolution de la technique et de la réglementation de plus en plus stricte, à investir dans des formations et des matériels».

«Nous avons dû investir dans de nouvelles machines et adapter le matériel existant», confirme **Michel Ohlmann**. Un surcoût financier et un manque à gagner en début d'année, car «tout n'a pas pu se faire en même temps, il a fallu gérer le basculement de la monnaie», ajoute **Élisabeth Greiner-Ursenbach**. À l'instar de son confrère, celle-ci a investi dans des clés et cartes à puce, sorte de porte-monnaie électronique qui permet de mieux

gérer les espèces. Autre facteur de tassement du parc : l'évolution de la conjoncture économique, marquée par la disparition d'entreprises et les phénomènes de délocalisation. Angoisse partagée des gestionnaires de parc : l'augmentation des vols et dégradations divers, même à l'intérieur des entreprises. «Le vandalisme est devenu un fléau, il y a des sites publics qu'on ne veut plus équiper», observe **Michel Ohlmann**.



→ Alors qu'il était en augmentation constante (de 10 à 15 % chaque année), le marché de la distribution automatique alimentaire a enregistré une progression à peine supérieure de 6 % en 2001. En 2002, les volumes se sont montrés en baisse de près de -15 %, indiquent les syndicats nationaux*. Principaux incriminés : le passage à l'euro et l'arrivée des 35 h. Fin 2002, la restauration automatique cherchait sa rentabilité.

* coordonnées en p. 40

> Distributeur automatique Le métier

Les distributeurs assurent un service complet auprès des utilisateurs : installation des machines, approvisionnement en produits, entretien, nettoyage, dépannage, encaissement de la monnaie, renouvellement du matériel.

Code d'activité : 526 H

25 entreprises sont recensées dans le Bas-Rhin

(source : CCI Info Fichiers, décembre 2002)

> Boissons et sandwichs frais

Prestomatic joue la qualité, la fraîcheur et la proximité

« **N**otre activité de distribution existe depuis 1965. Elle a été créée par mon beau-père, rattachée à une activité de boucherie-charcuterie-traiteur », explique Elisabeth Greiner-Ursenbach, qui a repris la direction de l'entreprise avec son époux, Thomas Ursenbach. Installée à Niederbronn, à Oberbronn, puis à Gundershoffen (1 300 m²), l'entreprise a évolué de 9 salariés en 1993 à 20 en 2002. C'est en 1997 qu'ils ont choisi de créer leur propre laboratoire de fabrication. Pour répondre à la politique de produits frais de Prestomatic – ceux-ci sont livrés quotidiennement aux entreprises et collectivités –, les employés travaillent de 3 heures à 6 heures du matin. Les responsables d'approvisionnement prennent le relais à partir de véhicules de livraison équipés de frigos. Produits proposés : sandwichs (16 variétés différentes), viennoiseries et pâtisseries, salades, quiches et pizzas, ... et bien sûr cafés, confiseries, boissons en boîtes. La clientèle de Prestomatic se situe pour 60 % dans l'industrie, 20 % dans les établissements scolaires, dans un rayon de 50 km.

Une entreprise à taille humaine

La force de Prestomatic réside dans la qualité des produits (le pain est acheté chez les boulangers et les composants sont soigneusement sélectionnés parmi les charcutiers agréés). Ce qui la caractérise est le service de proximité : « Notre entreprise est restée à taille humaine, ceci nous permet un contact privilégié ». Deux possibilités sont offertes aux clients : la mise à disposition gratuite des

machines – Prestomatic approvisionne, nettoie et récupère l'argent – ou la location-vente – dans ce cas, le client s'occupe lui-même de remplir son distributeur.

Un service de proximité fondé sur la qualité et la confiance

Préoccupation permanente pour les approvisionneurs, la gestion des stocks : « En dépit des simulations qu'ils effectuent, les inventus sont importants », indique Elisabeth Greiner-Ursenbach. Ce phénomène a été accentué du fait de la mise en place des 35 heures et de la conjoncture : « Les entreprises font de moins en moins appel à des intérimaires et lorsque c'est le cas, nous n'en sommes pas informés ». À l'écoute du marché, les époux Ursenbach mettent régulièrement en place des améliorations techniques, comme la clé à puce « U-Key », qui se charge directement sur les machines. « Elle permet un paiement sans pièces, grâce à un logiciel intégré au distributeur, et des prix calculés au plus juste, puisque les appareils ne sont pas conçus pour rendre la monnaie de 1 et 2 centimes ». Actuellement, ils étudient la possibilité d'équiper les machines de fours encastrables destinés à réchauffer les pizzas et quiches. ■



> THOMAS URSENBACH PRÉPARE LES COMMANDES

➤ Cafés, thés, chocolats, potages 75 % du marché de Jede Alsace



➤ MICHEL OHLMANN

➤ Les syndicats

Deux structures existent en France, basées à Paris. Leur rôle est de défendre les intérêts de la profession et de la représenter auprès des administrations, organismes professionnels, syndicaux et sociaux...

➤ La NAVSA, Chambre syndicale nationale de vente et services automatiques

Réunit 265 adhérents, gestionnaires de distributeurs automatiques (200 gestionnaires, 300 entreprises), fabricants, importateurs et revendeurs de matériels de vente automatique et de monnayeurs, fabricants et fournisseurs de produits distribués par ces appareils : denrées alimentaires liquides et solides, gobelets, produits d'hygiène. La NAVSA adhère à la Confédération française du commerce de gros et du commerce International.

[www.navsa.fr]

➤ La FNEDA, Fédération nationale des entreprises de distribution

Regroupe quelque 170 entreprises de distribution automatique (code APE 526 H). Défend les droits et les intérêts matériels et moraux de ses adhérents, qui sont de petits gestionnaires, et leur offre des outils pour leur permettre de faire face aux mutations de la profession.

[www.fneda.fr]

Jede Alsace fait partie d'un réseau européen de distributeurs créé en Suède il y a 30 ans. En France, une vingtaine de partenaires dont des filiales à part entière représentent la marque, rachetée par le groupe Nestlé en 1994.

Montée en avril 1991 par Michel Ohlmann, Jede Alsace propose des distributeurs de boissons chaudes (75 % de son segment de marché) et froides, de la confiserie et, plus récemment des fontaines à eau. L'activité de l'entreprise s'est d'abord orientée vers les petites machines à cartouches, destinées aux petites structures : bureaux, salons de coiffures, laboratoires médicaux. Celle-ci représente environ 40 % de son chiffre d'affaires. Les machines à monnayeurs se sont ensuite ajoutées à la gamme, avec 4 à 11 sélections de cafés, thés, chocolats, potages, qui constituent le plus gros segment de marché de Jede avec près de 60 % du CA.

Deux nécessités : être à l'écoute du client et intervenir rapidement

Vendus à des entreprises de taille plus importante (de 10 à 500 personnes), ces appareils sont souvent associés à des distributeurs de boissons

froides, boîtes et bouteilles, et confiserie. Le sandwich représente une part minime : «la législation est différente, très rigide en matière de réglementation liée à la chaîne du froid. Nous ne proposons pas d'emblée ce produit, car il est difficile d'en gérer le stock. Lorsque c'est le cas, nous privilégions le sandwich triangle, dont la qualité de pain et la date limite de vente permettent une conservation plus longue.»

Les fontaines : un créneau porteur

Pour répondre aux besoins du marché, ils se sont spécialisés dans les fontaines réseaux. Leur produit, «Waterlogic» est proposé en location ou vente. Solution avantageuse car elle ne nécessite aucun stockage et représente un coût fixe, c'est une eau froide, tempérée (plate ou gazeuse) et chaude qui est filtrée à partir de l'eau potable. Jede Alsace, c'est 700 m² de bâtiments où sont entreposés les stocks de cafés, friandises, boissons froides et plats cuisinés, et une équipe de 15 personnes, dont quatre approvisionneuses et deux responsables du service après-vente. Sa clientèle se situe pour moitié dans le Bas-Rhin, l'autre moitié est répartie sur le Haut-Rhin et le Territoire de Belfort. À l'écoute du client, ses interventions se veulent très rapides. Son produit-phare : le gobelet pré-dosé, un peu plus cher au départ, mais qui présente une hygiène parfaite et irréprochable. ■

Le concept de supérette automatique

Mise au point par B+Développement, la «distributique» permet de commander, à l'instar de celles existantes, plusieurs produits à la fois, de contenir 500 références et accepte tous les modes de paiement : billets, pièces, cartes bancaires. 180 boutiques devraient être installées en France d'ici 2005. Un projet qui intéresse les stations-services, les gares, les galeries-marchandes, les hôpitaux, le métro ou les aéroports. ■

Source : La Tribune, 24 juin 2002.

➤ Documentation

➤ Guide de la distribution automatique 2002, Forum Éditions, 4^e trimestre 2001
Renseignements professionnels et pratiques, liste des fabricants – importateurs de distributeurs automatiques, fabricants – importateurs de matériel de comptoir, de matériels divers et accessoires français et européens.

➤ LM DA

Le magazine de la distribution automatique, 2000, Edygraf.
Index des articles parus dans le monde des distributeurs automatiques, réglementation, marché, marques, produits, gestionnaires et adresses utiles en France et en Europe.

➤ Premier site portail de la distribution automatique : www.la-da.com

[Contact] CCI Info-Documentation
03 88 75 25 50 - Information@strasbourg.cci.fr

➤ Ce mois-ci sur le Net

Portails d'entreprise : «Quelles applications pour les entreprises éclatées et étendues»

par Frédéric Creplet, Consultant Associé, Voirin Consultants.

Les portails d'entreprises offrent les moyens d'améliorer la collaboration et le partage d'informations. Ceux-ci sont différents selon qu'il s'agit d'organisations éclatées et/ou étendues.

– **Organisation éclatée** : les entreprises se trouvent face à une configuration multi-sites, soit en France, soit à l'étranger.

– **Organisation étendue** : les entreprises sont confrontées à de nouvelles formes d'échanges avec leurs partenaires : sous-traitants, fournisseurs, laboratoires de recherche, clients...

Dans chacun de ces contextes, et en fonction de ses systèmes d'information, l'entreprise dispose d'une multitude de sources d'information pour différents besoins : traitement de données de production, données commerciales, comptabilité, etc. Aux systèmes en place sont venus se greffer des supports bureautiques, le Groupware et des applications Intranet.

Dans la pratique, un utilisateur peut avoir jusqu'à dix icônes différentes sur son bureau Windows au démarrage de l'ordinateur. Quelles sont les interconnexions entre les logiciels ? Ne voit-on pas apparaître de nouvelles formes de redondances de traitement d'information que les progiciels de gestion (ERP) devraient éviter ?

Offrant une meilleure lisibilité à l'utilisateur, le portail d'entreprise propose un accès unique et universel à l'information et à la connaissance présentes dans le système d'information de l'entreprise.

Il en résulte une nouvelle ergonomie d'accès aux outils informatiques.

Véritable nœud de re-direction et de publication, le portail d'entreprise permet de lancer des applications variées (ERP, Groupware, Outils Intranet spécialisés, etc.). Plate-forme de mise en ligne d'informations plus ou moins structurées (annuaires internes, partage bureautique, SGBDR, outils de KM*, etc.), il propose une nouvelle ergonomie pour les outils informatiques. ■

*KM : knowledge management, gestion de la connaissance.

[Suite en ligne]
www.strasbourg.cci.fr/ntic

[Contacts CCI]
Patrick Jacquot, 03 88 75 24 05
(audits groupware et sécurité informatique)
Jean-Marc Kolb, 03 88 75 25 95
(audits web)
Christiane Burel, 03 88 75 25 92
(sensibilisations et autres manifestations)

[Site] www.alsace-ntic.com

LE POINT ECO

**Annonceurs
cet espace vous
est réservé !**

PERFORMANCE MEDIA

Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

>> Dates à noter

> 31 janvier 2003

Date limite d'option pour un régime réel d'imposition :
– régime réel simplifié ou normal pour les entreprises relevant du régime de la micro-entreprise
– régime réel normal pour celles relevant du régime réel simplifié

> 15 février 2003

Date limite de versement de la contribution à l'AGEFIPH par les entreprises employant plus de 20 salariés. Cette contribution est due si l'entreprise n'a pas observé l'obligation d'emploi de travailleurs handicapés à hauteur du minimum de 6 % de l'effectif.

> Régime local d'Alsace-Moselle

Cotisation supplémentaire d'assurance maladie

Le taux de cette cotisation sur salaire est fixé à 1,70 % à compter du 1^{er} janvier 2003 (au lieu de 1,65 % auparavant).

> Informations juridiques sur Internet

Notes juridiques pratiques sur divers sujets du droit de l'entreprise, accessibles et téléchargeables à partir du portail :



www.strasbourg.cci.fr
(rubrique juridique)

>> Indices

- Indice du coût de la construction Insee (trimestriel) 2^e trimestre 2002 : 1163
- Taux d'intérêt légal pour l'année 2002 : 4,26 %
- Taux principal de refinancement de la BCE au 1^{er} décembre 2002 : 3,25 %
- Indice des prix à la consommation, nouvelle base 100 en 1998, novembre 2002 : 106,5
- Taux de base bancaire (depuis le 15 octobre 2001) : 6,6 %
- SMIC (depuis le 1^{er} juillet 2002) :
– taux horaire brut : 6,83 €
– taux mensuel : pour 151,67 h : 1 035,91 €
- Plafond mensuel Sécurité Sociale 2003 : 2 432 €
- Minimum garanti depuis le 1^{er} juillet 2002 : 2,95 €

Appel à la vigilance !

Plusieurs sociétés, le plus souvent nouvellement immatriculées, ont reçu un fax ou ont été contactées par téléphone par l'Institut Européen pour l'Économie et le Commerce (EIEC), basé à Bruxelles.

Cet organisme adresse aux entreprises (qui n'ont rien sollicité) une facture pour règlement de frais d'inscription sur le registre EIEC du commerce et de l'industrie (montant de la facture réclamé : 283,75 €).

Les entreprises doivent savoir que cette inscription, si tant est qu'elle corresponde à une réelle offre d'insertion qui ne peut être que publicitaire, n'est absolument pas obligatoire. ■

Participation formation continue

Les entreprises de 10 salariés et plus peuvent imputer sur le montant de leur participation formation continue la part de la contribution pour frais de chambre de commerce et d'industrie (IATP) affectée par ces organismes à la formation professionnelle continue. En ce qui concerne la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin, le pourcentage d'IATP affecté en 2002 à des dépenses de formation professionnelle continue est de 6,91 %.

Ce pourcentage est donc imputable par les entreprises bas-rhinoises de 10 salariés et plus sur leur participation formation continue due au titre de 2002, payable au plus tard le 28 février 2003. ■

Bail commercial : clause de solidarité

Les baux commerciaux contiennent couramment une clause de solidarité par laquelle le preneur d'un bail commercial s'engage envers le bailleur à se porter garant solidaire de tous les cessionnaires successifs du bail pour le paiement des loyers et l'exécution du bail. Une telle clause expresse permet au bailleur d'exiger du locataire cédant le paiement des loyers échus (et éventuellement d'autres sommes) postérieurement à la cession. Néanmoins, en cas de litige, la jurisprudence interprète cette clause de façon restrictive.

La solidarité du locataire cédant ne couvre que les dettes visées par la clause. Ainsi, par exemple, la garantie prévue au bail pour le paiement des loyers ne peut être étendue aux réparations locatives et aux indemnités d'occupation non mentionnées expressément.

En outre, la clause de solidarité est limitée à la durée du bail initial. En conséquence, le cédant ne peut être appelé en garantie que pendant la durée du bail lui-même et non pour les renouvellements postérieurs (Cass. civ. 3^e ch, 7 mars 2001). En revanche, si le bailleur et le nouveau preneur laissent le bail se poursuivre tacitement au-delà de sa 9^e année, l'ancien locataire reste garant solidaire pendant toute la période de tacite reconduction, sauf clause expresse contraire (Cass. civ. 3^e ch, 5 juin 2002). ■

Rupture d'un CDD à l'initiative du salarié

Un contrat à durée déterminée obéit à des règles spécifiques. Conclu pour une durée déterminée, il ne peut en principe être rompu avant son échéance ni par l'employeur, ni par le salarié. Une rupture anticipée est néanmoins possible dans les cas suivants : force majeure, faute grave de l'une des parties, justification par le salarié d'une embauche sous contrat à durée indéterminée par ailleurs ou encore rupture d'un commun accord.

En conséquence, le salarié qui démissionne avant l'échéance du terme et sans se trouver dans un des cas énoncés ci-dessus peut se voir condamner par le Conseil des Prud'hommes à verser à son employeur des dommages et intérêts, dont le montant est apprécié souverainement par les juges en fonction du préjudice subi par l'employeur.

Pour plus de renseignements, voir la note d'information « Contrat à durée déterminée » disponible auprès de la Direction Juridique.

[Contact CCI] Monique Triponel, 03 88 75 25 24, juridique@strasbourg.cci.fr

Téléchargement possible à partir du site de la CCI :



www.strasbourg.cci.fr/juridique/notesjuridiques.htm (rubrique Social : Conclusion du contrat de travail - Embauche). ■

[Contact CCI]
Monique Triponel,
03 88 75 25 24
juridique@strasbourg.cci.fr

➤ Le Livre Foncier d'Alsace-Moselle modernisé

Parmi les lois locales maintenues en Alsace-Moselle en 1924 en raison de leur supériorité technique, le Livre Foncier a été conservé en raison de la sécurité juridique procurée par le système local de la publicité foncière qui est reconnue unanimement.

Le Livre Foncier est tenu par le Tribunal d'Instance sous l'autorité d'un juge spécialisé qui effectue un contrôle préalable à l'inscription d'un droit ; un droit est opposable aux tiers à compter du dépôt de la requête en inscription. L'inscription d'un droit emporte une présomption d'exactitude qui protège le titulaire inscrit et limite les risques d'erreur.

La consultation du Livre Foncier est ouverte à tous. Toute personne peut demander librement et gratuitement des copies des registres et des documents annexés. Le Livre Foncier représente aujourd'hui 40 000 volumes tenus et mis à jour par 46 greffes et l'équivalent de 10 km d'archives constituées par les annexes. La modernisation du système est devenue indispensable à sa pérennisation pour conserver et même améliorer la sécurité juridique qu'il procure. Pour ce faire, le législateur a créé en 1994 le groupement pour l'informatisation du Livre Foncier d'Alsace-Moselle (GILFAM) afin de conduire l'informatisation du système local de publicité foncière.

La loi du 13 mars 2000, d'application nationale, a reconnu la valeur de l'écrit électronique et a permis l'établissement d'actes authentiques électroniques.

Une loi d'application locale du 4 mars 2002 consacre la possibilité de tenir le Livre Foncier sous forme électronique.

La réalisation de l'application informatisée sera achevée en 2006 pour un coût de 60 M €. Le financement est assuré par une taxe de publicité foncière de 0,6 % à charge des acquéreurs perçue depuis 1995 par les départements. Il est envisagé de financer l'exploitation par une redevance qui sera payée pour les consultations.

L'informatisation mettra en œuvre des techniques de signature électronique avancée et permettra la consultation par Internet des données publiques librement accessibles, réservant à certains professionnels l'accès des données sensibles intéressant la vie privée des personnes.

Ainsi seront garanties à la fois les nécessités d'un système de publicité foncière modernisé et la sécurité juridique nécessaire aux personnes et au crédit. ■

[Contact]

Jean-Luc VALLENS
Magistrat - Président
du Groupement pour l'informatisation du Livre Foncier d'Alsace et de Moselle
03 89 20 45 20
jean-luc.vallens@justice.fr
www.gilfam.fr

LE POINT ECO

Annonces
cet espace vous
est réservé !

Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

PERFORMANCE MEDIA

Alexis Albrecht, «Au Vieux Couvent» Au cœur du Ried, le plaisir d'une gastronomie inventive et concertée, entre père et fils...



> ALEXIS ALBRECHT

« C'est mon père, Jean, qui m'a transmis sa passion de la cuisine ; cela s'est fait tout naturellement », raconte Alexis Albrecht. Parcours traditionnel au CEFPPA (CAP, BEP, BAC), apprentissage à l'Ami Fritz à Ottrott, premières armes au Crocodile de Strasbourg, le jeune cuisinier fait étape ensuite dans le sud de la France : c'est «Le Jardin des Sens» à Montpellier, «Jacques Maximin» à Vence... Son service militaire, effectué au ministère des Finances, lui donne l'occasion de faire tester ses talents à quelque 400 personnes par repas ! En 1999, il rejoint son père Jean et lui apporte sa touche de créativité personnelle. Depuis, père et fils se complètent

admirablement en cuisine, mariant les herbes et accordant les mets. À leurs côtés, quatre apprentis et un cuisinier, cinq personnes en salle.

Le restaurant propose 60 couverts dans un décor à la fois cossu et chaleureux, dont les larges baies vitrées donnent sur la rivière du «Brunnwasser». Ce qui fait l'originalité de la cuisine de Jean et Alexis Albrecht, ce sont les herbes utilisées tout au long de l'année. Cultivées dans le jardin (8 ares d'herbes et de légumes) ou sauvages, comme l'ail des ours, cueilli en boutons et macéré dans du vinaigre. Un excellent accompagnement du saumon fumé, de la charcuterie ou des rognons servis avec une sauce charcutière. Mais le restaurant, une étoile au Guide Rouge, est réputé depuis vingt ans pour son foie gras, sa matelote, son chariot de desserts. «Nous travaillons essentiellement avec des producteurs locaux», indique Alexis, qui achète ses gibiers directement aux chasseurs, ses volailles à la ferme, où les animaux sont élevés en plein air.

Saveurs oubliées ou nouvelles

À la fois alsacienne, classique française et italienne, la cuisine du Vieux Couvent reste liée aux racines de la famille. Illustration de l'empreinte maternelle, le Carpaccio d'espadon au vinaigre balsamique, aux dés de tomates séchées (sans la peau) et composition végétale du moment, avec l' incontournable huile d'olive de Ligurie, achetée chez le producteur, Marco Romagioli.

Autre composition originale : le mousseux éphémère aux haricots secs (Barletto) du jardin : on s'y tromperait, tant leur goût se rap-

proche de celui des marrons glacés. Une idée de dessert, classique et original : la crème brûlée... renversante et fondante de chaud-froid, crousti-moelleux... Ouvert tous les jours midi et soir, sauf les mardis et mercredis, le Vieux Couvent accueille une clientèle majoritairement alsacienne, venant de Strasbourg, Obernai, Colmar. Bien qu'à 500 m de la frontière ce ne sont que 5 % d'allemands qui fréquentent le restaurant. «Le bac ferme à 19 h en hiver (au lieu de 21 h), c'est un handicap», souligne Alexis. ■

> D'où vient le nom du restaurant ?

Le Restaurant Au Vieux Couvent, né en 1974, était alors un bistrot de campagne, il s'est transformé petit à petit en auberge de charme, faisant le bonheur des gastronomes. Son nom vient du couvent qui existait à l'époque et qui avait été enseveli au moment des travaux réalisés pour le Canal d'Alsace.

Alexis Albrecht était l'invité des Jeudis de la Gastronomie du 23 janvier. Il y a quelques années, son père y avait déjà présenté ses talents.

>> Les Jeudis de la Gastronomie

Une fois par mois, le Centre Européen de Formation et de Promotion Professionnelle par Alternance pour l'industrie hôtelière (CEFPPA) organise son «Jeudi de la gastronomie». Destiné à un large public, le rendez-vous contribue à promouvoir les métiers de la bouche.

[Contact] Franck Sellier, CEFPPA,
03 90 40 05 10 www.strasbourg.cci.fr/cefppa

Recette

>> Biscuit chaud au chocolat, sans farine... parfumé à la tanaïsie

Ingrédients

- 130 g de chocolat à 70 % minimum
- 100 g de sucre
- 100 g de beurre

- 20 g de tanaïsie
- 4 œufs
- 25 g de sucre

Progression

- Faire fondre le beurre avec la tanaïsie, laisser infuser,
- faire fondre la couverture,
- clarifier les œufs, blanchir les

- jaunes avec le sucre, monter les blancs avec 25 g de sucre,
- passer le beurre infusé sur la couverture fondue,
- mélanger,
- rajouter les jaunes d'œufs blanchis,
- puis les blancs d'œufs montés en neige,

- remplir les récipients et cuire au four à 180 ° jusqu'à cuisson souhaitée ou les réserver au réfrigérateur pour les cuire plus tard.

Servir avec un sorbet argouse.
Accompagnement
Un Gewurtztraminer sélection Grains Nobles 1997 de chez Lucien Albrecht.

> Cast Productions Vos événements en musique

Vous souhaitez lancer un nouveau produit, créer un événement sur un lieu de vente, animer un séminaire ou organiser une fête pour votre personnel ? De l'élaboration du concept à la mise en place du matériel (chapiteau, décor, sono, éclairage), Cast Productions sera à vos côtés. Dirigée depuis 1994 par Éric Bens, une équipe de 8 personnes s'associe chaque année à quelque 500 intermittents du spectacle. Ses 4 activités principales sont le spectacle, l'animation commerciale, la location de structures gonflables, l'incentive.



[Contact] 03 88 19 42 42
 www.cast-production

> Humour « Les Alsachiens » illustrés par Michel Charvet

Cet ouvrage comprend 30 illustrations signées Michel Charvet, peintre illustrateur né à Paris en 1953 et établi en Alsace depuis 30 ans. Portraitiste et peintre des traditions, il est notamment l'auteur de « Dessine moi l'Alsace », « L'Alsace sur chevalet » et « Coiffes et costumes d'Alsace ». Son nouvel ouvrage



« Les Alsachiens » (les mimiques et les costumes dont sont affublés les canidés vous étonneront) est préfacé par Tomi Ungerer, les textes sont de la comédienne et humoriste Huguette Dreikaus. Aux Éditions JP Gyss.

> L'Internet de poche de Bouygues Telecom

Accessible depuis un téléphone mobile i-mode™, cette nouvelle forme d'Internet offre plusieurs possibilités : s'informer, se distraire et partager avec ses proches ses centres d'intérêt et ses plaisirs. Créé par Bouygues Telecom, l'Internet de poche comprend plus de 80 services variés, pratiques et simples d'accès, ainsi qu'un véritable e-mail à portée de main.

[Site] www.bouyguetelecom.fr

> Ordinateurs de poche La nouvelle solution Net Tech

Appelée « Swing », cette solution permet d'orchestrer l'ensemble des opportunités qui s'offrent à l'entreprise, à ses itinérants et à ses clients : automatisation des commandes, consultation des stocks, gestion de la relation client, marketing, enquêtes, relevés, rapports... Avec Swing, vos itinérants exploitent des bases de données embarquées sur un Pocket PC et mises à jour

> Chronopost Nouveau concept de livraison en centre-ville

Imaginé et développé par Chronopost International, ce nouveau concept sera en phase d'expérimentation jusqu'en mars. Adapté aux contraintes des centre-villes, il se base sur le principe d'une tournée quotidienne en plusieurs étapes. Les plis et colis à livrer sont directement entreposés dans des conteneurs (1,3 m³ pour 300 kg maximum) lesquels sont ensuite placés dans un véhicule d'acheminement. Celui-ci effectue son trajet vers le centre-ville. Une fois rallié le point d'éclatement situé à la périphérie de l'hyper-centre, les conteneurs sont embarqués sur une plate-forme mobile électrique automotrice, équipée d'un « joystick » permettant au messenger Chronopost de le manœuvrer. C'est ensuite que la tournée à l'intérieur de la zone piétonne peut débuter.



[Contact] c.marie@chronopost.fr

par le GPRS. Une création de la société Net Tech, née il y a 12 ans à Illkirch.

[Contact] 03 88 67 93 16
 www.nettech.fr

> www.petite-entreprise.net Un site portail pour les TPE

Partenaire privilégié des petites entreprises (les moins de 15 salariés et les artisans), le Groupe Rivalis (Illkirch) vient de créer

un site qui leur est particulièrement dédié. Sélection d'outils pratiques, cinq grands domaines y sont traités : la gestion, le financement, la recherche de clientèle, le recouvrement de créances et la location de véhicules. Spécialisé à l'origine dans l'aide à la gestion, Rivalis est un réseau d'assistance qui compte 125 concessionnaires en France.

[Contact] www.rivalis.fr

LE POINT ECO

Annonces
cet espace vous
est réservé !

CONTACT MEDIA

Contact: Nathalie Bohl
Tel. 03 88 26 47 23
Fax. 03 88 26 47 24
n.bohl@perforation-media.fr

> Tout connaître des cabinets ministériels

Parue fin novembre, cette nouvelle édition de 128 pages est le vademecum indispensable pour connaître les équipes du gouvernement Raffarin. Disponible auprès des **Éditions Doumic (01 42 46 58 10)**, le document est vendu au prix de 40 € TTC. Autre possibilité, un «abonnement Pouvoir» constitué de 3 volumes : cabinets ministériels, nouveaux députés et guide du Pouvoir.

Son prix : 151 € TTC.

> Stras & Paillettes Le nouveau gratuit pour les 16-35 ans

Distribué à 7 000 exemplaires sur l'ensemble de la Communauté Urbaine de Strasbourg, Stras & Paillettes est un nouveau magazine culturel gratuit. Mis en page par une toute jeune agence de création graphique, Pampemous (Strasbourg), ce mensuel met en



avant l'actualité du moment, qu'elle soit liée au cinéma, à la littérature, à la musique... Les chroniques sont basées sur une culture

locale, que le directeur de la publication, **Jean-Michel Lefauchoux** et le rédacteur en chef, **Pierre Jacquet**, veulent faire coexister avec l'actualité nationale et internationale. Cible : les 16-35 ans... «et plus si affinités».

[Contact] strasetpaillettes@yahoo.fr

> «Alsace Terroir» fait peau neuve

Rassemblant les coordonnées des principaux artisans, commerçants, restaurateurs de la région, le site développé en liaison avec la Région Alsace vient d'être revisité. Plus complet,

plus convivial aussi, il comprend de nouvelles rubriques destinées à faire découvrir davantage le terroir alsacien. Un grand jeu-concours y est proposé, axé sur la découverte de notre région, de son patrimoine culturel et gastronomique. L'adresse : www.alsace-terroir.com

> Planète Conso : une nouvelle bible du marketing



Écrit par **Patrick Hetzel**, professeur à l'Université de Paris II et conseiller auprès de grandes entreprises, cet ouvrage analyse les innovations singulières de marques

aussi bien locales que globales qui ont su tirer parti de la stimulation des cinq sens du consommateur. Ces marques offrent une mine d'idées nées

de l'expérience. Les méthodes utilisées sont décryptées dans le livre, permettant de s'approprier cette approche marketing. Aux **Éditions d'Organisation**, 380 pages, avril 2002.

[Contact] presse@eyrolles.com

> Des dessins à vendre Pour illustrer vos publications

Destinées aux entreprises et associations, plusieurs milliers d'illustrations de qualité sélectionnées et renouvelées vous sont proposées sur le site <http://dessinsavendre.com>

Elles ont été réalisées par trois dessinateurs et illustrateurs de presse : **Marcel Coucho**, **Paul Gendrot** et **Gérard Mathieu**. Dessins drôles, lisibles, créatifs et récréatifs, parfois satiriques, sans être prétentieux, ils peuvent être personnalisés pour s'adapter à votre message. Disponibles sur cédéroms ou envoyés par e-mail.

[Renseignements] 01 43 87 59 93

LE POINT ECO

www.point-eco.com



Le seul magazine qui vous assure

100% de présence

TOUS LES THÈMES DES DOSSIERS ET TARIFS 2003

auprès de toutes les entreprises du Bas-Rhin



performance
MEDIA

Contactez Nathalie Bohl

Tél. 03 88 78 47 73

Fax. 03 88 78 87 50

n.bohl@performance-media.fr

RENDEZ-VOUS

> Tourissimo

Du 21 au 23 mars au Parc des expositions du Wacken
Trois thématiques ont été retenues pour ce nouveau salon Tourissimo organisé par la Société des Foires et Expositions de Strasbourg : la terre, l'air et l'eau.

Tourissimo présentera également une nouvelle activité « Sport et Nature », de plus en plus prisée par le grand public. Les visiteurs découvriront toutes les activités «outdoor» : randonnée, planeur, parachutisme, canoë, rafting...

[Contact Sofex]
03 88 37 21 23

EXPOSITIONS

> «Actualité de l'architecture»

Au CAUE, Strasbourg
Du 20 janvier au 7 mars
[Contact] 03 88 15 02 30

CONFÉRENCES

> Rencontres de l'IAE

Le 6 février à l'IAE-Strasbourg
« Le métier du dirigeant dans un contexte de globalisation et de nouvelles responsabilités » : débat entre experts et responsables d'entreprise.

Au 61, avenue de la Forêt-Noire.
[Contact IAE]
Isabelle Suhr, 03 90 41 43 46
isabelle.suhr@iae.u-strasbg.fr

> Rencontres du Marketing Club d'Alsace

Le 10 février à l'Hôtel Holiday Inn, à Illkirch

«Le marketing spatial ! ça existe...» : conférence précédée d'une visite de l'Université internationale de l'Espace.

[Contact] 03 88 29 23 96

Le 10 mars à l'Hôtel Mercure Pont de l'Europe à Strasbourg
«Être à l'écoute du risque d'opinion», conférence animée par Jean-Pierre Baudoin, directeur général I+E-Paris.

[Contact] 03 88 29 23 96

MANIFESTATIONS

RÉGIONALES

> Salon de l'étudiant

Les 1 et 2 février au Parc des expositions du Wacken, Strasbourg

[Contact]
01 48 07 41 54 (Mme Hache)

> Journées des universités et formations post-bac

Les 6 et 7 février au Palais de la Musique et des Congrès de Strasbourg

[Contact] Université Marc Bloch,
03 88 41 73 87

SALONS PROFESSIONNELS

> 19^e salon européen de l'antiquité

Du 9 au 13 janvier au Parc des expositions du Wacken

[Contact] 01 45 61 05 35

> Novibat – salon des matériaux de construction

Du 5 au 7 février au Parc des expositions de Colmar

[Contact] Cibomat,
03 88 05 23 59

> Saverne Expo : 2^e salon de l'habitat

Du 7 au 10 février à Saverne, place du Champ de Foire

[Contact] 03 88 92 37 32

> Puces Brocante

Les 22 et 23 février au Parc des expositions du Wacken, Strasbourg

[Contact] Sofex, 03 88 37 21 21

> 3^e forum des voyages

Du 28 février au 2 mars au Palais des Congrès de Strasbourg

[Contact] 03 88 15 04 00
(M. Doillon)

> Du 31 janvier au 3 février

St'art 2003 : 100 galeries au rendez-vous de la 7^e édition



Diversité des publics et des nationalités caractériseront cette 7^e édition de St'art, qui accueillera une centaine de galeries françaises et internationales en provenance d'Italie, d'Espagne, de Belgique, du Luxembourg, des États-Unis, de Grande-Bretagne, de République Tchèque et de Grèce. Une vitrine de la création contemporaine dans toute sa diversité, où se côtoieront toutes les formes d'expression : la peinture, la sculpture, le dessin, la photographie, l'installation, l'estampe et le verre. Pour renforcer la dimension événementielle de la foire, les galeries ont été invitées à organiser des «one man show». Parmi les artistes présents : Moya et son écriture libre pleine de fantaisie et d'humour chez Artim ou encore Marc Petit et ses personnages bronze empreints de tristesse chez Art Sud...

Et puis, des rencontres-événements, des tables-rondes, le trophée Club de la Presse/Eurostratege.

Du 31 janvier au 3 février au Parc des expositions de Strasbourg.

[Site] www.st-art.com

LE POINT ECO
Annonceurs
cet espace vous
est réservé !

CONTACT MEDIA
Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

RENDEZ-VOUS

SALONS NATIONAUX

> Le rendez-vous annuel des entreprises engagées sur les marchés mondiaux

Du 27 au 31 janvier au CFCE (Paris)

[Contact] 01 40 73 34 56 (Sylvie Authier)

> Salon national des comités d'entreprises et des collectivités

Du 4 au 6 février à Paris-Expo, Porte de Versailles

[Contact] 04 42 18 01 75 (Exposium)

> Salon professionnel de l'horlogerie, bijouterie, joaillerie et orfèvrerie

Du 9 au 11 février à Lyon

[Contact] Print'or 01 64 98 96 88

> Du 26 février au 1^{er} mars à Eurexpo, Lyon

– Batinov : le salon de la construction en pratique

[Contact] 04 72 22 33 42 (Sepelcom)

– Énergies renouvelables

[Contact] 04 72 22 32 57 (Sepelcom)

> Aqua expo Salon de la qualité et la protection de l'eau

Du 26 février au 2 mars au Palais des Congrès (Paris)

[Contact] 01 49 68 56 42

> E-learning expo Salon de la formation en ligne et à distance

Du 4 au 6 mars au Cnit (Paris)

[Contact] 01 44 39 85 00 (Infopromotions)

> Franchise expo

Du 14 au 17 mars à Paris-Expo Porte de Versailles

1^{er} salon du commerce, Franchise Expo accueille chaque année les enseignes qui se développent, secteur par secteur. Tendances 2003 : les concepts sucrés dans l'alimentaire spécialisé, le boom des concepts pour enfants dans l'équipement de la personne, le retour au cocooning pour l'équipement du foyer, etc.

[Contact] 01 47 56 24 17 - www.franchiseparis.com

> Risques industriels Congrès de l'identification, évaluation et maîtrise des risques industriels

Les 17 et 18 mars à Paris

[Contact] 01 41 86 41 86 (Adhésion group)

LE POINT ECO
Annonces
cet espace vous
est réservé !
CONTACT MEDIA
Contactez Nathalie Bohl
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
n.bohl@performance-media.fr

> Foires et salons 2003

> Alsace

Un index pour mieux vous positionner sur les marchés



Visiter les salons et foires professionnels, c'est se tenir au courant de l'évolution de son secteur d'activité, c'est voir et pouvoir se faire expliquer les nouvelles techniques et procédés, c'est observer ses concurrents, rencontrer ses fournisseurs... C'est aussi bénéficier de tarifs préférentiels ou négocier de nouveaux contrats d'approvisionnement. Pour vous aider à bien choisir, la CCI vous propose son répertoire «Foire et salons en Alsace 2003»,

vendu au prix de 6 € TTC.

[Contact] CCI-Info Documentation, 03 88 75 25 50 – information@strasbourg.cci.fr

> France / Étranger

Les numéros spéciaux* du MOCI

• En France

Toutes les informations pour exposer ou visiter les 700 salons internationaux qui auront lieu en France en 2003. Classement alphabétique, sectoriel et chronologique des salons avec les coordonnées complètes des organisateurs.

N° 1564 – 19 septembre 2002 – 28 € TTC

• À l'étranger

Toutes les grandes manifestations commerciales qui se dérouleront en 2003 à l'étranger. Plus de 2 300 salons classés dans 122 pays et 130 secteurs d'activité ainsi que les coordonnées des 900 organisateurs et représentants en France.

N° 1568 – 17 octobre 2002 – 28 € TTC

* Disponibles également à la Direction Industrie et Commerce International