LE POINT ÉCO

www.strasbourg.cci.fr

Magazine de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin

La mise en lumière de l'hôtel consulaire

6

TIC

La vente en ligne

16 Le «must» absolu d'une économie dynamique

Création

Soutien aux entrepreneurs

30 Les PFIL et la CCI : une synergie

Métiers

Producteurs laitiers

48 640 producteurs, 48 850 vaches à lait, 1 % de la production nationale de lait

3 euros > N°246 > Décembre 2005

Commerce

[Salon du chocolat de Paris]

> Marquise de Sévigné, 1er prix «Praliné»

Le concours «Awards du chocolat» récompense chaque année les meilleures réalisations chocolatières. Placées sous le signe de l'élégance et du goût, ces distinctions représentent pour les chercheurs en sensations gourmandes que sont les artisans chocolatiers la récompense suprême de leur créativité, de leur audace et de leur savoir-faire. Parmi les vainqueurs 2005, désignés lors de la 11e édition internationale du salon du chocolat à Paris, le «Piémontais» Marquise de Sévigné. Ce bonbon praliné aux noisettes du Piémont, qui fait partie de la nouvelle ligne de ganaches et pralinés «Créations de la Marquise» de la chocolaterie Schaal à Geispolsheim, a obtenu le premier prix dans la catégorie «Praliné». Une reconnaissance officielle qui récompense le travail accompli et un encouragement supplémentaire à poursuivre sur le chemin choisi par Jean-Paul Burrus, président de Marquise de Sévigné, et défini par la charte qualité de l'entreprise depuis 1999.

[Site] www.marquise-de-sevigne.com

> Sommer lance l'amer de Noël

Fabriqué par la maison Klein-Wanner (Ingwiller), l'amer Sommer est bien connu des Alsaciens. Après le Sommer l'authentique, le Sommer sans alcool, le sirop de citron spécial Amer et la Fleur de Sommer, un amer à l'eau-de-vie de bière, voici l'Amer Sommer, recette de Noël. Ce nouvel apéritif est un mélange subtil d'infusions de cannelle et d'anis vert agrémenté d'arômes de pain d'épices. Vendu en grande distribution, en édition limitée, il se distingue par une étiquette rouge aux reflets argentés, suggérant les réjouissances de fin d'année. À consommer avec modération.

[Site] www.amersommer.com

Heineken-Schiltigheim

Une nouvelle ligne de conditionnement fûts

Le groupe Heineken a investi 6 M€ dans une ligne de conditionnement fûts à Schiltigheim. Ultra moderne et sécurisée, elle permet la mise en fûts de toutes les bières proposées sur le marché, de la pression sans alcool aux bières de spécialités. Capacité : 600 fûts par heure. Cet investissement s'inscrit dans le programme du groupe, sur dix ans, destiné à relancer le marché de la bière en adaptant notamment les outils et technologies à ces enjeux. À Schiltigheim, la nouvelle ligne offre une augmentation de la capacité de production de 50 %. Tous les formats y sont conditionnés, de 20 à 50 l. Le fonctionnement de la ligne est intégré dans la procédure qualité, validée par les certifications Iso 9001 et Iso 14001. Implantée sur le site de Schiltigheim depuis 1862, intégrée au groupe Heineken* en 1972, la brasserie alsacienne bénéficie aujourd'hui d'équipements de haute technologie : six silos, huit cuves de brassage, 32 tanks Appollos d'une capacité de 5 000 hl chacun, un groupe pour le conditionnement des boîtes, deux pour celui des bouteilles, dont une ligne entièrement rénovée de 60 000 bouteilles/heure…

228 personnes sont employées à la brasserie, qui produit six marques, 239 millions de bouteilles, 138 millions de boîtes et 1,2 millions de fûts.

* Frans Eusman est le nouveau président de Heineken France. Entré dans une filiale néerlandaise du groupe en 1987, directeur financier de Heineken France de 2000 à 2003, il rejoindra ensuite Heineken International en qualité de directeur des affaires financières et membre du comité exécutif.

[Site] www.heineken.fr [Contact] 03 88 19 58 00

Services

[Aménagement du territoire]

> Les plans locaux d'urbanisme en cours Avec la CCI, faites vous entendre

Les plans locaux d'urbanisme (PLU) des communes suivantes sont en cours d'étude : Altenheim, Dorlisheim, Eckartswiller, Ichtratzheim, Lipsheim, Marmoutier, Mittelbergheim, Mommenheim, Neuve Église, Niederschaeffolsheim, Obernai, Offendorf, Printzheim, Rosheim, Steinbourg, Stotzheim, Pays de Wissembourg (Rott - Ingolsheim - Cleebourg / Bremmelbach Hunspach - Drachenbronn / Birlenbach - Riedseltz - Seebach - Wissembourg).

Les entreprises localisées dans ces communes et qui auraient un problème d'urbanisme ont la possibilité de faire appel à la CCI.

[Contact CCI]
Barbara Calligaro, 03 88 75 25 28

[Eurodistrict Strasbourg – Ortenau]

> Convention signée

Offenbourg, Lahr, Achern, Oberkirch, Kehl, les maires des cinq villes principales de l'Ortenaukreis, le Landrat Klaus Brodbeck, le président de la CUS, Robert Grossmann, le maire de Strasbourg, Fabienne Keller, ont signé la convention relative à la création de l'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau. Une nouvelle étape vers la constitution d'une métropole européenne de 860 000 habitants sur le Rhin, et une base concrète pour la mise en chantier d'actions communes.

> «Red» : la radio eurodistrict est née

Accessible pour le moment sur un site Internet, la radio bilingue Red diffuse des informations en français, en allemand ou dans les deux langues. Créée à l'initiative de Franck Sellier, directeur du Cefppa, cette station indépendante a pour vocation pionnière de participer à la construction de l'Eurodistrict Strasbourg-Ortenau, dans le cadre de l'espace citoyen initié par les gouvernements français et allemand, les collectivités des deux rives du Rhin et les institutions européennes. Fruit d'un travail de bénévoles, la radio propose à ses auditeurs des infos sur l'actualité de l'Eurodistrict, des chroniques et des reportages, des émissions culturelles trans-frontalières, une programmation musicale variée et novatrice. Si la participation à cette aventure vous intéresse, faites-vous connaître.

[Contact] contact@radioeurodistrict.com
[Site] www.radioeurodistrict.com

> Agedis : maintenance informatique certifiée

Spécialisée dans la maintenance de matériels informatiques (serveurs et PC, systèmes d'impression, réseaux locaux ou distants), Agedis, labellisée MCP Microsoft, partenaire HP, vient d'obtenir la certification Iso 9001 version 2000. Un objectif de qualité résolument intégré par l'entreprise basée à Geispolsheim, qui assure également des prestations d'administration de systèmes informatiques et télécom pour des parcs de 3 à 100 PC et des services de location de très courte durée. Agedis, six salariés, est présente sur le marché régional depuis 1996.

[Contact] 03 88 66 14 39
[Site] www.agedis.com

> suite p. 4

> Dossier **La vente en ligne**

Le « must » absolu d'une économie dynamique

16 En France, on constate une croissance fulgurante (bien que tardive) des transactions conclues par le biais du Net. Deux paramètres jouent un rôle important dans cette évolution : le changement des comportements d'achat et l'engagement plus prononcé des entreprises. <

> Dossier **Soutien aux entrepreneurs**

Les PFIL et la CCI : une synergie

30 Le Bas-Rhin compte cinq plates-formes d'initiative locale (PFIL). Véritables impulsions à la création ou à la reprise d'entreprises, ces structures ont aujourd'hui quelques années de recul. Le point sur leur bilan, leur fonctionnement et leurs perspectives. <

1 **NOUVELLES**

6 **INSTITUTION**

> La mise en lumière de l'hôtel consulaire
163 sources, une puissance totale de 6,5 kW

8 **TRANSPORTS**

> Véhicules de transport de voyageurs ou de marchandises
Le chronotachygraphe numérique

9 > TGV-Est : la fin des travaux de génie civil
Visite-chantier des élus de la CCI

10 **AÉROPORT**

> Air France à Entzheim
Pari lancé sur la qualité de l'offre et des horaires

11 **LOGEMENT**

> Le 1 % logement
Un versement utile

15 **CULTURE**

> Musées de Strasbourg
Appel au mécénat d'entreprise

22 **COMMERCE**

> Lathéral
Thés et chocolats : le haut du pavé

22 > Pays de Bruche-Mossig-Piémont
Fédération des associations des professionnels : un savoir-faire qui s'exporte

23 > Éco Idées
Un commerce 100 % nature

24 **INDUSTRIE**

> Gestion des risques opérationnels en entreprise
Gérer les risques, une préoccupation qui doit devenir prioritaire

25 > Prestations CCI : le soutien à l'international de Verbal
Des idées innovatrices et un accompagnement efficace

26 > Hoerdt
Tschoeppé : à la pointe du thermolaquage

27 **INTERNATIONAL**

> 9e édition Trophée Régional Export
La consécration des exportateurs alsaciens

36 **SERVICES**

> Tourisme
Après-midi de l'hôtellerie-restauration de la CCI
En phase avec les professionnels

37 Gastronomie
Franck Mischler, Daniel Rebert au Cefppa
En duo pour les fêtes

38 > Découvertes

39 > TIC
ChamberSign
La signature électronique pour faire entrer votre entreprise dans le 21e siècle

40 **FORMATION**

> Déclinaison Chocolat
Parcours sans faute d'un stagiaire MIM, Stéphane Gross

41 > Semaine de l'apprentissage
Tous les acteurs réunis pour informer jeunes et parents

42 **JURIDIQUE**
> Marques, brevets, dessins et modèles
Protégez vos créations industrielles

46 **CRÉATEURS**
> Guy Schlegel, Projlor Ingénierie
De la conception à la réalisation de machines spéciales

47 > Simon Sappa, Addictif
Le multimédia au service de la communication

48 **MÉTIERS**
> Producteurs laitiers
640 producteurs, 48 850 vaches à lait, 1 % de la production nationale de lait

49 > Raymond Durr, producteur résolument bio
Ferme Durr : «la vraie nature du lait»

50 > Alsace Lait : coopérative laitière indépendante
La maîtrise de la filière

51 > La ferme Adam
Un robot pour respecter les rythmes biologiques des vaches

52 **RENDEZ-VOUS**
> Noël approche….
La 4e édition des Noëlies
> Egast 2006 – 11e édition

N°246 - Décembre 2005
Le Point Économique
est édité par la CCI
de Strasbourg et du Bas-Rhin
10, place Gutenberg
67081 Strasbourg cedex
Tél. 03 88 75 24 18
point-eco@strasbourg.cci.fr
Directeur de la publication :
Jean-Louis Hoerlé
Directeur de l'édition :
Patrick Heulin,
responsable communication
Rédactrice en chef :
Françoise Herrmann
Journalistes :
Florence Baader,
Véronique Leblanc
Secrétariat : Chantal Kolb,
Catherine Slatine-Barusta
Comité de rédaction :
Thierry Bourgeois, Barbara Calligaro, Jocelyne Choukroun, Muriel Ischia-Weber, June Marchal, Marie-Claude Ouvrard, Alban Petit, Claude Ribeiro, Sabrina Ripert, Nathalie Rolling, Christiane Sibieude.
Éditeur délégué :
André Rodeghiero (ADC)
Conception et réalisation :
Art, Design et Communication
03 90 41 17 41
Photos : Henri Parent, Europ Flash/Roger Haeffelé, CEW67, Gettyimages/Stone/Photonica, Jean-Marc Kolb
Couverture : Henri Parent
Impression : SICOP
Prix du numéro : 3 €
Prix de l'abonnement : 22 €
Tirage : 33 000 exemplaires
Numéro de la commission paritaire : AD.E.P.347
Dépôt légal : 4e trimestre 2005.

Publicité : Performance Média
Chantal Harter Dautheville
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

Encartage du document «La mise en lumière de l'hôtel consulaire» lié à l'article page 6.

Création-reprise d'entreprise

Les coups de pouce conjugués de la CCI et des PFIL

Par Jean-Louis Hoerlé
Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin

Indépendant, entreprise familiale, PME, PMI, quelle que soit la structure choisie, le créateur ou le repreneur d'entreprise doit disposer de l'ensemble des informations nécessaires pour réussir son projet, vivre au mieux les premiers mois de son activité et, surtout, perdurer... De l'idée de base à sa réalisation, la CCI accompagne tous les porteurs de projets.

Né d'un savoir-faire ou d'un concours de circonstances, ce projet doit être cohérent et s'inscrire dans un potentiel de marché. D'où l'intérêt pour les futurs chefs d'entreprise de faire appel aux spécialistes de la CCI, dont la connaissance du métier, du secteur, des formalités juridiques, fiscales et sociales leur permettront de se doter d'un maximum d'atouts pour réussir.

Soutien financier et parrainage

Quels seront les capitaux nécessaires pour lancer le projet puis le faire vivre, quelles seront les recettes encaissées tout au long de l'année ? Comment faire face aux dépenses de la même période ? Une étape importante du projet est la traduction en termes financiers. Et c'est là que vient parfois le point d'achoppement. Le financement correct d'un projet est une condition *sine qua non* de réussite. Pour raisonner en besoins durables, il sera parfois nécessaire de rechercher des solutions d'aide ou d'appui. Adossées aux services de la CCI, les plates-formes d'initiative locale (PFIL) associent conseils, parrainage et prêts. Leur proximité de terrain est un atout supplémentaire : grâce à elles, entourez-vous dès le départ des bons partenaires.

90 % de réussite

Constituées d'opérateurs publics et privés (collectivités, entreprises, opérateurs institutionnels) qui font la vie économique locale, les plates-formes d'initiative locale présentent l'avantage d'être en phase avec vos préoccupations. 90 % des entreprises soutenues par les PFIL du Bas-Rhin survivent aux cinq premières années d'activité, alors que le taux d'échec moyen est de 50 %. Ce résultat vaut pour preuve que le dispositif fonctionne. <

> À lire en page 30, le dossier sur les plates-formes d'initiative locale

> AST 67 : l'enjeu de la santé au travail

Connus du grand public pour leur mission «médecine du travail», les intervenants de l'AST 67, anciennement AIMT (Association interprofessionnelle de médecine du travail), développent une panoplie de services... pour prévenir toute altération de la santé au travail. Composée de 220 salariés, dont une centaine de médecins du travail, et plusieurs techniciens répartis sur 45 sites, l'équipe AST-67 travaille également à une analyse des expositions aux «risques» des salariés. Exposition au bruit, au stress, aux accidents de la circulation, harcèlement moral et maladies comme les troubles musculo-squelettiques liées à certains gestes répétitifs.

[Site] www.ast67.org

> Le label «Qualicert» pour la restauration à l'aéroport

SSP, Select Service Partner, qui exploite les quatre points de restauration de l'Aéroport international Strasbourg, a obtenu la certification de service par l'organisme SGS-ICS pour l'ensemble de ces établissements. L'aéroport s'est engagé depuis quelques années dans une démarche de qualité en associant ses partenaires dans le but d'améliorer les services aux clients. Dans ce contexte, la stratégie de SSP vise la satisfaction des consommateurs au sein des bars, restaurants et des différents points de vente et engage toutes ses équipes à assurer un niveau de qualité constant.

> Le Bischenberg : certification reconduite

Centre de séminaires et de congrès, Le Bischenberg a vu sa certification Iso 9001 version 2000 reconduite. Fruit d'un travail minutieux et d'un management mobilisateur depuis la certification initiale en juillet 2002, ce label correspond à une adaptation permanente aux nouveaux besoins des quelque 50 000 personnes qui fréquentent l'établissement chaque année. Sa devise : libérer au mieux l'animateur pour lui permettre de se consacrer entièrement à sa manifestation dans un cadre et une atmosphère agréables et appropriés.

[Contact] 03 88 49 28 28

[Veille technologique]

> Pour anticiper les risques

Organisé pour la quatrième année consécutive par la CCI de Colmar et du Centre Alsace dans le cadre du programme régional d'intelligence économique Cogito (qui rassemble CCI d'Alsace, DRIRE Alsace et Région Alsace), un forum de la veille se tenait à Sélestat en novembre dernier. Faisant fi de la langue de bois, les organisateurs ont fait témoigner des praticiens et professionnels de l'intelligence économique, qui ont exposé méthodes, cas concrets et moyens développés dans les entreprises. *«Dans un contexte de concurrence exacerbée, où les incertitudes sont nombreuses et les décisions difficiles à prendre, le principe de précaution s'impose»,* soulignait Gérard Le Bas, directeur du développement des entreprises. *«Nous sommes en guerre économique, il faut anticiper les risques au niveau de la notoriété, de l'image, des normes... par la veille»*. Le contenu des interventions du 4 novembre est accessible sur le site de la CCI de Colmar.

www.colmar.cci.fr/forum_veille/

[Infos disponibles sur] www.cogito-alsace.com

[Maison de l'Entreprise]

> Le Medef 67 et l'UIBR sur le site E³

La nouvelle représentation bas-rhinoise du Medef s'installe. Avec la construction de la Maison de l'Entreprise (1 500 m² de bureaux, 500 m² de salles de réunion) à Schiltigheim, on rencontrera dès 2007 sur un même site l'Union des Industries du Bas-Rhin qui regroupe plus de 500 entreprises industrielles et la représentation départementale du syndicat patronal. Il est vrai que ces deux associations sont dirigées par un seul et même homme, Jean Schwebel. Grâce à la présence du Medef, les métiers des services et du commerce auront leur entrée dans ce creuset de la politique patronale.

[Site] www.medef67.com

Anniversaire à Haguenau

Stoffel souffle ses 40 bougies

Créée en 1965 dans une cave de particulier, la chocolaterie de Daniel Stoffel (Haguenau) s'est notamment fait connaître par les moulages de Noël. Toujours présents en 2005, ils complètent une gamme de 70 sortes de chocolats. Les produits haut de gamme prêts à croquer de l'entreprise Stoffel sont aujourd'hui appréciés par les clients de la boutique attenante à l'usine, route de Bitche, et... aux quatre coins du monde. Ils sont fabriqués dans le respect des recettes traditionnelles, à partir d'ingrédients naturels sélectionnés avec rigueur. La mise en place d'une démarche assurance qualité – l'entreprise est certifiée Iso 9001 – garantit une production dans des conditions optimales. Martine et Laurent Stoffel, qui tiennent à présent les rênes de l'entreprise, sont entourés d'une équipe de professionnels, à qui Daniel, le père, retraité mais toujours présent, a su communiquer la passion du métier. Pour leur quarantième anniversaire, la famille Stoffel au grand complet accueillait, début novembre, partenaires, institutionnels, clients et amis autour d'un gigantesque buffet installé pour l'occasion dans l'atelier, où chacun pouvait vérifier le travail artisanal produit par les employés, y compris en matière de moulages de Noël.

[Site] www.daniel-stoffel.com

[Certification]

> Analytice certifiée ISO 9001 version 2000

La société Analytice, dont la plateforme administrative est à Strasbourg, a connu un bel essor depuis sa création en 2001. Elle a reçu le 3 juin 2005 la certification selon la norme internationale ISO 9001 version 2000, dans le périmètre suivant : «L'étude et la fourniture de prestations d'analyses et d'essais en laboratoire spécialisé dans les domaines de l'environnement, de la chimie, de la biologie, de l'agroalimentaire, de l'industrie générale et de la pharmacie».
Elle a multiplié par trois son CA, passant à plus d'un million d'euros, et renforcé son équipe.
La société s'est forgé une solide réputation auprès de grands groupes industriels de la cosmétique, de l'agro-alimentaire ainsi que des équipementiers automobiles.
Elle est aujourd'hui la seule société française certifiée dans son domaine.

[Site] www.analytice.com

[Berthier Consultants]

> Une démarche déontologique récompensée

Berthier Consultants, cabinet expert en ressources humaines, vient d'obtenir la certification Qualité selon la norme internationale «Qualité des services pour le conseil en recrutement». C'est le 7e cabinet sur plus de 1 280 en France à obtenir cette certification basée sur un référentiel qui précise nombre de critères garantissant un professionnalisme sans faille et un véritable conseil aux clients comme aux candidats.
«Cette certification redonne à notre métier ses lettres de noblesse et fixe les règles déontologiques à suivre, synonymes de valeur ajoutée pour les sociétés qui recrutent et les candidats qui leur sont présentés», souligne Yves Berthier.

[Contact] contact@berthier-consultants.fr

[Export]

> Piscines Waterair distinguées

Le département Export de Piscines Waterair, n°1 en Europe des fabricants de piscines en kit et n°2 des fabricants français, basé à Seppois-le-Bas (68), a reçu le Trophée national de la «Meilleure performance des forces de vente Internationale» 2005 décerné par les dirigeants commerciaux de France, premier réseau d'entrepreneurs et d'experts de la fonction commerciale. Créées en 1972, les Piscines Waterair emploient 380 salariés et ont augmenté leur chiffre d'affaires de 75 % en trois ans (57,6 M€ réalisés en 2004). La société est présente, par le biais de filiales ou de représentations exclusives, dans plus de 35 pays.

[Site] **www.waterair.fr**

[Les 6, 7 et 8 janvier au Parc expo de Strasbourg]

> La rencontre du mariage 2006

6 000 m² d'espace, plus de 80 professionnels, 400 marques : le grand salon du mariage 2006 sera le témoin-phare du marché du mariage. Les futurs tourtereaux et leurs familles y trouveront tous les conseils pour réussir leur événement. Guide et supplément spécial salon leur seront remis à l'entrée, pour mieux organiser leur visite. Et aussi, des espaces restauration, librairie, des défilés diffusés en simultané sur écrans géants. En partenariat avec Les Vitrines de Strasbourg et Cast-Production.

[Site] **www.salon-mariage-strasbourg.com**
[Contacts] **Eric Bens, Gwenn Bauer, 03 88 19 42 42**

Huit brasseurs, 250 invités

Riche, marquée en goût et de couleur ambrée, la bière de Noël présente des caractéristiques organoleptiques bien particulières, à l'œil, au nez et en bouche. Accueillie pour son lancement à la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, elle a été dégustée par quelque 250 invités des huit brasseurs alsaciens.

C'est en effet dans les salons de la CCI que Michel Haag, président du Syndicat des brasseurs d'Alsace, Roger Sengel, président du Groupement des hôteliers-restaurateurs du Bas-Rhin et Bernard Rotman, président du Syndicat des cafetiers de Strasbourg ont présenté à la dégustation les bières de Noël des huit brasseurs alsaciens (Fischer, Heineken, Kronenbourg, Meteor, Saverne, Schutzenberger, Saint-Pierre, Uberach).

Pour ce lancement commun à l'ensemble des acteurs de la profession, les invités – brasseurs, institutionnels, cafetiers –, ont été accueillis par Jean-Louis Hoerlé, président de la CCI, qui a bien voulu mettre à leur disposition les salons de la CCI, «la maison des entreprises».

La tradition de la bière de Noël est ancienne et trouve ses origines dans les brassins spéciaux que les brasseurs du Nord réalisaient à l'occasion des fêtes de fin d'année pour régaler leurs salariés, leurs voisins et leurs amis. L'Alsace, terre de Noël et de bière par excellence, a adopté et adapté cette tradition : ses brasseurs rivalisent de savoir-faire pour proposer des bières aux parfums d'agrumes et d'épices qui s'associent à l'ambiance si chaleureuse du Noël alsacien.
À consommer avec modération. <

[Contact] **Syndicat des brasseurs d'Alsace, 03 88 35 40 63**

163 sources, une puissance totale de 6,5 kW

Délai tenu : le 21 novembre, la CCI a dévoilé sa façade entièrement rénovée et illuminée dans le moindre détail. Pour l'occasion, une mise en scène inédite signée Pierre Bardet a fait parler Gutenberg.

[LES TRAVAUX DE RÉNOVATION DU BÂTIMENT]

Un programme sur 4 ans

Financés à hauteur de 40 % par l'Etat, 4 M€ seront investis au total pour réhabiliter l'extérieur du bâtiment de la place Gutenberg : les parties extérieures, la pierre, la toiture, la peinture, la menuiserie, la zinguerie et le paratonnerre. Un programme sur quatre ans, qui a démarré fin 2004 par un diagnostic et des relevés qui auront permis de travailler véritablement sur la période estivale, «*l'objectif étant de libérer la façade pour les festivités de Noël*, rappelle Jean-Michel Lehmann, secrétaire membre du Bureau de la CCI, qui a supervisé les travaux. *Cela nous a permis de réduire ainsi les délais de 16 à 12 mois*». Les travaux ont démarré du côté de la rue de l'Arbre Vert (en 2002-2003), puis de la place Gutenberg (2004-2005), et se poursuivront en 2006-2007 sur la cour intérieure et la rue de l'Épine, puis la rue des Serruriers d'ici 2007-2008. À noter l'importante participation de la DRAC, qui a notamment financé 40 % du poste éclairage. Les travaux de réhabilitation ont été les plus longs, du fait du nombre impressionnant de mascarons à restaurer et la reconstitution des arabesques, dont on avait retrouvé le dessin d'époque et qui a dû être reproduit à la main. Un savoir-faire qui a mobilisé six corps de métiers différents*.

Jusqu'à présent, la CCI a versé une contribution de 32,5 % du coût des travaux, le reste étant réparti entre l'État, le Département, la Ville. Elle est en attente de subventions pour les autres tranches.

* liste des entreprises participantes :
Maître d'œuvre : Daniel Gaymard, architecte en chef des Monuments historiques
Pierre de taille : Meazza
Charpente + Cour : Chanzy Pardoux
Paratonnerre : Protibat SA
Peinture + fresques : Eschlimann
Menuiserie : Menuiserie Hunsinger Georges
Serrurerie : Heitz
Ont été également impliqués dans l'opération :
Le ministère de la Culture et de la Communication : DRAC, 2 place de la République, Strasbourg
Vérificateur des Monuments historiques : 14 rue Quenten, Metz

Musique rythmée, laser, écran géant, autant d'ingrédients de la fête dont l'objectif était la mise en valeur de l'architecture remarquable du bâtiment de la CCI. «*Il s'en est passé des choses sur cette place…*» Après une brève introduction, le président Jean-Louis Hoerlé a donné la parole à Gutenberg, puis aux deux lions qui surplombent la façade.

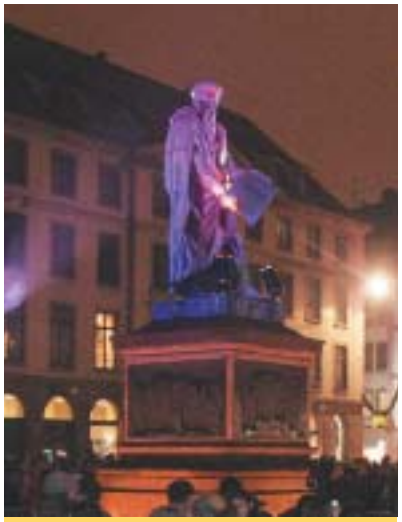
[Jean-Louis Hoerlé]

Ces lions avaient été démontés en mai dernier pour un coup de lifting. Le premier, original en grès des Vosges, datait de 1585, le deuxième, une copie du XIX[e] siècle. L'original étant trop abîmé pour être exposé aux aléas météorologiques, a été mis au chaud, dans le bureau du président, alors que sa copie, réalisée par le sculpteur Christian Fuchs de Niederhaslach, a pris place à côté de son voisin.

Mettre en lumière le bâtiment à partir de sa propre façade : une condition imposée par la réglementation, qui impliquait un respect de l'ordonnancement monumental de l'édifice par mise en lumière des colonnes. La technique retenue permet d'éclairer les fresques en allèges, afin d'atténuer la verticalité des colonnes et de redonner de la surface et du volume à la façade. Les lucarnes, éclairées à l'intérieur, donnent une lecture en relief de la toiture.

Animer la ville

Le résultat, qui a nécessité un investissement de 250 000 € pour l'éclairage (2 M€ pour la façade) est à la hauteur de la qualité architecturale du bâtiment, réalisée avec des sources peu énergivores et des dépenses de maintenance maîtrisées. La technique utilisée autorise un choix infini de couleurs, de manière individuelle par source, pour une adaptation de l'éclairage au sujet éclairé et la réalisation d'éclairages événementiels à partir des mêmes sources – 163 points lumineux au total. De quoi animer notre ville à l'occasion des fêtes nationales, de réceptions, des fêtes de Noël… Car si la CCI révèle une présence active, dynamique et vivante sur la place Gutenberg le jour, de nuit le bâtiment du Neubau doit également révéler et affirmer sa présence dans la vie nocturne strasbourgeoise. <



[21 NOVEMBRE]

Carmina Burana en apothéose

19h… en dépit d'un vent glacial, le parvis de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin est bondé et une curiosité ravie règne dans l'attente du spectacle orchestré par Pierre Bardet, le directeur des Vitrines de Strasbourg. Lorsque le président Jean-Louis Hoerlé donne la parole à Gutenberg, le public entre dans le jeu et pivote au gré des échanges théâtraux autour de la place. Les lions, témoins pas si muets des siècles derniers, retracent l'histoire du bâtiment dans un jeu de lumières exaltant et ultra-moderne. Les couleurs éclaboussent, rampent, lèchent la façade, éclatent au gré d'une musique magistrale et dévoilent l'édifice dans toute sa splendeur. La Ville a retrouvé l'un de ses joyaux.

[Détail de la fresque en relief]

[MEAZZA – L'AMOUR DE LA PIERRE]

Une belle restauration est une restauration qui ne se voit pas

Premier intervenant dans le cadre des travaux sur la façade, l'entreprise Meazza emploie une trentaine d'ouvriers spécialisés et son dirigeant, Olivier Meazza, dresse un fier bilan de l'opération… à juste titre. «*10 000 heures de travail, 11 mois de chantier, 80 tonnes de pierres changées et un volume d'affaires de 700 000 € sans compter les lions. Le chantier sur la façade de la Chambre est le second que nous réalisons à la CCI. Nous avons travaillé très méthodiquement en faisant tout d'abord un relevé de chaque pierre à changer puis en rénovant étage par étage en partant de la corniche. L'équipe de démolition ôtait le matériel abîmé pendant que d'autres ouvriers taillaient les nouvelles pierres dans nos ateliers et sculptaient les moulures que nous avions décalquées méticuleusement car il n'existe guère de plan d'origine auquel on pourrait se rapporter. Nous sommes allés chercher les pierres de taille dans différentes carrières des Vosges du Nord en les choisissant selon leur couleur pour qu'elles se fondent ensuite dans la façade. En termes de savoir-faire, ce travail recquiert évidemment une bonne sensibilité à l'ancien. Ce chantier était passionnant, néanmoins la perception de notre métier nous permet d'apprécier chaque travail quel que soit l'objet à restaurer, du bâtiment historique de cette ampleur à la petite ferme du Sundgau, car pour nous toutes les pierres sont belles. Les travailler est notre art.*»

[**Contact**] Olivier Meazza, 03 88 33 93 55

[DANIEL GAYMARD, ARCHITECTE EN CHEF DES MONUMENTS HISTORIQUES]

Avec les yeux de Louis XV

«Le bâtiment étant classé monument historique, j'ai été chargé des travaux de restauration. Après les recherches laborieuses dans les archives de la Ville car de nombreux témoignages d'époque ont disparu au cours de la révolution, nous avons choisi de nous baser sur la gravure de 1744 représentant la visite du roi Louis XV à Strasbourg. Sur celle-ci, on distingue les fresques qui viennent de réapparaître sur la façade. Le reste, en revanche, a été restauré à l'identique. La substance de l'édifice est en parfait état, seule la vétusté de la façade était flagrante. Notre travail a requis une très grande minutie : chaque tuile du toit a été examinée, mesurée, nettoyée et, le cas échéant, remplacée par une tuile de manufacture semblable. La menuiserie et les pierres ont également été étudiées au cas par cas. Les lions, très abîmés, ont été remplacés par des copies. Nous avons travaillé dans une optique de durée de l'ouvrage, ne négligeant aucun détail afin de faire une restauration en profondeur qui a le mérite d'être pérenne.»

[**Contact**] Daniel Gaymard, 03 88 34 72 28

Nouvelle réglementation

Véhicules de transport de voyageurs ou de marchandises

Le chronotachygraphe numérique

Les nouvelles réglementations européennes adoptées au printemps 2004 sont imparables et le remplacement du disque par des cartes à puces et des boîtiers numériques est désormais une réalité incontournable. Un point sur le chronotachygraphe numérique, obligatoire à partir de janvier 2006.

Le chronotachygraphe numérique semble l'outil idéal pour que soient appliquées les règles de conduite très strictes imposées par les directives communautaires. Cet appareil doit, à terme, faciliter le contrôle des temps de conduite et de repos, contribuer à une concurrence plus juste dans le transport routier européen et simplifier l'archivage obligatoire des données. Dans les faits, cette technologie de pointe pose encore quelques difficultés tant au niveau de l'intégration dans les véhicules que dans les esprits des conducteurs. «*Il faut que les entreprises opérant dans le transport prennent conscience qu'elles n'échapperont pas au chronotachygraphe numérique. La réglementation existe, elle est applicable depuis août 2005 et la période moratoire prendra fin en janvier 2006. À partir de janvier, tout véhicule neuf sera désormais équipé de la sorte et les anciens appareils de contrôle avec disques papier, lorsqu'ils seront hors d'usage, seront systématiquement remplacés par le nouveau chronotachygraphe*», explique Martine Bensa, secrétaire générale de l'Union régionale des transports d'Alsace (URTA). Il est donc essentiel, pour les transporteurs et les conducteurs de prendre conscience d'un certain nombre de réalités.

À la commande d'un nouveau véhicule

«*Il est impératif*, souligne Martine Bensa, *que les entreprises commandent en parallèle les cartes «conducteur» et «entreprise» auprès de Chronoservices (filiale de l'Imprimerie nationale chargée, par le ministère de l'Industrie, de la gestion et de l'exploitation des cartes à puces associées au chronotachygraphe)*». Pour ce faire, il est possible de se procurer auprès de l'URTA, les indispensables formulaires de demande.

Avant de mettre le véhicule en circulation

Il faut, d'abord et avant tout, procéder à l'étalonnage du chronotachygraphe auprès d'un atelier agréé. En effet, ces appareils, fabriqués à la chaîne, ne sont pas spécialisés en fonction de telle ou telle marque de véhicule, telle ou telle dimension de roues etc. Indispensable, l'étalonnage devra être précédé de l'immatriculation du véhicule puisque celle-ci fait partie des données qui devront obligatoirement être intégrées au chronotachygraphe.<

[L'URTA, À LA DISPOSITION DES ENTREPRISES]

L'URTA peut accompagner toutes les entreprises, même si elles ne sont pas affiliées, dans la mise en œuvre du chronotachygraphe numérique. Elle peut être contactée et a d'ores et déjà organisé une série de formations dont la dernière se tiendra le jeudi 15 décembre, dans les bureaux de l'URTA, autoport Sud Alsace, 1 avenue du Général de Gaulle à Sausheim (68).

[Contact URTA]
Maison du transport - 25, rue de Friedolsheim, 67200 Strasbourg - Tél. : 03 88 28 12 12 Fax : 03 88 28 96 84 - urta67@wanadoo.fr

[QUI EST CONCERNÉ ?]

Lors de leur première mise en circulation :
Les véhicules de plus de 3,5 T (marchandises) et de plus de neuf places (transport de personnes).

En cas de panne et de remplacement de l'ancien appareil de contrôle :
Les véhicules de plus de 12 T (marchandises) et de plus de 10 T (transport de personnes) immatriculés depuis le 1er janvier 1996.

Visite-chantier des élus de la CCI

Le 17 octobre dernier, quelques jours avant la célébration de la fin des travaux de génie civil de la ligne à grande vitesse est-européenne, le maître d'ouvrage, Réseau Ferré de France avait invité les élus de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin à une visite de chantier.

La construction de la nouvelle ligne du TGV-Est, longue de 300 km, est «*un chantier impressionnant*», qui a mobilisé 10 000 personnes pour la construction de la ligne, dont 6 000 sur le chantier de génie civil, 2 000 dans les bureaux d'études, 1 500 dans le matériel roulant.

Lignes à grande vitesse – LGV – les nouveaux ouvrages d'art de l'est de la France

Avec plus d'un ouvrage d'art au kilomètre, soit 335 franchissements de voies routières, ferrées, de cours d'eau, de passages à faune, la LGV porte des valeurs de haute qualité et d'esthétisme. Dans l'est de la France, deux viaducs caractérisent le projet : le viaduc de Jaulny en Meuse (602 m de long, 50 m de haut) et celui de Moselle, conçu par l'architecte d'origine strasbourgeoise, Alain Spielmann, de 1 520 m de long, sur 27 piles dont 25 en forme de tulipe, allant de 15 à 20 m de haut. Traversant la Moselle et les nombreuses anciennes gravières, elles ont nécessité l'emploi de 50 000 m³ de béton et 7 000 tonnes d'acier.

Délai tenu : la collaboration sans faille RFF-SNCF

La réussite du projet et la livraison de la plate-forme dans les délais impartis passent par une collaboration quotidienne entre le maître d'œuvre, la SNCF, et le maître d'ouvrage, RFF. Après cette phase de génie civil, le relais est passé à la pose des équipements ferroviaires, une nouvelle ère qui nous amènera à la fin 2006. Objectif d'ouverture de la ligne en juin 2007. <

[Viaduc de la Moselle]

[COÛT TOTAL DES TRAVAUX]

3,2 mds €, dont 800 pour le matériel.

> Maître d'ouvrage

RFF, cofinancement Union Européenne, Luxembourg, régions, villes et départements concernés. 300 km de ligne nouvelle (406 km au total), deux phases de réalisation.

[LES CHIFFRES DU GÉNIE CIVIL]

- 64 millions de m³ de déblais, soit neuf fois le volume des déblais extraits pour la construction du tunnel sous la Manche
- 40 millions de m³ de remblais, soit l'équivalent d'environ… 15 pyramides de Kheops
- 25 millions de m³ de dépôts, soit l'équivalent de… 25 Empire State Building
- 100 tonnes, c'est le poids des engins de terrassement les plus imposants

[**Contact CCI**] Didier Kahn, 03 88 75 25 54

[L'arrivée du TGV-Est mobilise les élus de la CCI, qui se sont inscrits à différents groupes de travail CCI-SNCF pour contribuer à la réussite de son arrivée : services et commerces en gares, capacité et qualité d'accueil des nouveaux publics, accessibilité de la gare de Strasbourg et stationnement, information et mobilisation des entreprises sur l'offre TGV. La CCI est également partie prenante dans les réflexions engagées par la Ville de Strasbourg, pour renforcer l'image de Strasbourg et du Grand Est, et le rayonnement européen et international de Strasbourg.]

Nous reviendrons sur ces travaux dans un prochain numéro du Point Éco.

Air France à Entzheim

Pari lancé sur la qualité de l'offre et des horaires

À quelques mois de l'arrivée du TGV-Est, qui devrait amputer la compagnie de quelque 500 000 passagers sur la ligne Strasbourg-Paris, Air France mise sur le développement des liaisons transversales et renforce sa présence sur les vols internationaux, avec notamment Amsterdam, via sa filiale Regional.

Correspondant à la mise en place du programme hiver 2005-2006, la liaison Strasbourg-Amsterdam complète les deux liaisons internationales opérées par Air France, Londres et Copenhague. Cette liaison est assurée par sa filiale Regional, à raison de deux vols quotidiens aller-retour sur des avions du type Embraer 135, d'une capacité de 37 sièges. Les départs programmés en début et fin de journée, sont susceptibles d'évoluer, «*dans la recherche permanente de la meilleure connectivité*», soulignait Gilbert Lalanne, directeur régional d'Air France. D'ores et déjà, ces deux vols quotidiens permettent aux passagers de profiter des correspondances offertes par le hub de KLM à Amsterdam, qui fait partie de l'alliance Skyteam. À noter le prix de lancement de la liaison à 178 € TTC l'aller-retour, hors frais d'agence, jusqu'au 31 décembre, pour un billet acheté quatorze jours à l'avance. Air France a également opté pour une baisse des prix sur ses liaisons transversales vers Clermont-Ferrand, Marseille, Nice, Lille, Lyon, Toulouse et Rennes, «*en guise d'anticipation de l'arrivée du TGV*».

Gilbert Lalanne, directeur régional d'Air France, avait convié Jean-Louis Hoerlé, président de la CCI, à sa conférence de presse. Une manière d'illustrer la qualité des relations nouées entre «*le client principal de l'aéroport et la CCI*», observait Jean-Louis Hoerlé, dont l'objectif a été clairement affiché : «*Travailler en collaboration et mettre tout en œuvre pour trouver des destinations nouvelles, notamment transversales*».

Air France en Alsace, c'est 700 salariés et un CA annuel de 269 M€.

> **Strasbourg-Amsterdam**
6h25-7h40 et 19h45-21h
du lundi au vendredi

> **Amsterdam-Strasbourg**
8h10-9h25 et 21h30-22h45
du lundi au vendredi

Le programme hiver 2005-2006 au départ de Strasbourg permet de bien irriguer, en dehors de Paris, l'ensemble du territoire : neuf destinations offrent 5 006 sièges par semaine et par sens sur Lyon, Clermont-Ferrand, Bordeaux, Lille, Marseille, Toulouse, Nantes, Nice, Rennes. <

[**Renseignements**] www.airfrance.fr

[STRASBOURG-MILAN AVEC ALITALIA]
2 fois par jour

Alitalia, partenaire de l'alliance Skyteam, exploite la ligne Strasbourg-Milan depuis le 17 octobre. Opéré par Air Alps, le vol d'une heure vingt permet de rejoindre la capitale de la mode italienne, et ce deux fois par jour, en Dornier 328 (31 sièges).

Nombreuses correspondances

Le centre-ville est à environ 40 minutes de l'aéroport mais Milan-Malpensa, 13e aéroport européen et hub de la compagnie Alitalia, permet aussi de continuer vers les principales villes d'Italie, d'Europe du Sud et d'Europe de l'Est. Ainsi, parmi les correspondances particulièrement efficaces, il faut noter :

- **En Italie :** Ancona, Bari, Bologne, Brindisi, Catania, Florence, Gênes, Lamezia Terme, Naples, Palerme, Perugia, Pise, Rome, Trieste, Venise.
- **Dans l'Union Européenne :** Athènes, Belgrade, Budapest, Cracovie, Larnaca.
- **Au sein des pays candidats :** Bucarest, Timisoara.

Alitalia, la compagnie aérienne italienne, est née en 1946. Avec une flotte de 189 appareils, elle opère aujourd'hui 804 vols quotidiens vers 101 destinations dans 49 pays. Ce sont plus de 22 millions de passagers qui ont été transportés en 2004.

> **Strasbourg – Milan**
Du lundi au dimanche
11h25 > 12h45
18h30 > 19h50

> **Milan – Strasbourg**
9h15 > 10h35
16h00 > 17h20

[**Contact Aéroport**] 03 88 64 67 67

Le 1% logement

Un versement utile

Le 1% logement est une taxe sur la masse salariale que les entreprises doivent verser auprès d'un organisme habilité. Née dans une France d'après-guerre en pleine reconstruction, cette taxe a aujourd'hui évolué et ses objectifs se sont diversifiés. Collecteur agréé, la Chambre de commerce et d'industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin a une vision dynamique de son rôle axé sur l'entreprise.

La CCI n'est pas le seul collecteur au niveau départemental. Il est cependant judicieux pour les chefs d'entreprise de s'en remettre à elle pour utiliser au mieux l'argent récolté, ne serait-ce que parce qu'elle leur garantit que les sommes collectées restent dans le Bas-Rhin. Par sa nature aussi, intimement liée au tissu économique de la région et gérée par des chefs d'entreprise qui s'élisent entre eux, la CCI fait naturellement siennes les priorités de ces derniers. C'est ainsi qu'elle accorde désormais une attention particulière à la mobilité professionnelle. Pour être plus efficace encore en la matière, le Pôle logement CCI adhère désormais à une plate-forme présente sur toute la France : Eurocil. Si, par exemple, une entreprise bordelaise cherche à installer des salariés dans le Bas-Rhin, le CIL transfèrera le dossier au Pôle logement CCI qui peut également aider une entreprise alsacienne cotisante lorsque celle-ci doit gérer une mutation hors du département.

[Molsheim, «La Royale Bugatti» 1993]

[31 DÉCEMBRE DERNIER DÉLAI]

Souscrire au 1% logement CCI : le bon réflexe

Il vous suffit de :

> demander un bulletin de versement auprès de la CCI,

> remplir soigneusement le formulaire,

> le renvoyer avant le 31 décembre 2005.

Vous collaborez ainsi avec un collecteur proche des préoccupations des chefs d'entreprises, qui opère des investissements 100 % régionaux et fait travailler les entreprises alsaciennes.

[Pour en savoir plus]

0 810 67 67 00

www.pole-logement-cci.org

Recherche d'un nouveau logement : la solution SICI

La Société immobilière du commerce et de l'industrie (SICI) est une filiale de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin. Véritable opérateur immobilier, la SICI est totalement indépendante sur le plan juridique et financier comme l'explique son directeur, Jacques Bon, qui précise : «*La CCI procède à la collecte et octroie les prêts. La SICI est son opérateur : elle crée des logements depuis 1954 et gère aujourd'hui un parc de 1 377 logements sur tout le département. Cette fonction assurée par la SICI est un véritable plus que n'offrent pas forcément les autres collecteurs. La SICI gère des immeubles de très bon niveau à des prix comparables à ceux des parcs sociaux, certains logements sont conventionnés, c'est-à-dire qu'en fonction d'un accord avec l'État qui*

[DES LOGEMENTS RÉNOVÉS]

Les chantiers menés par la SICI sont impressionnants. Ainsi, après avoir procédé à la rénovation de 130 logements à Schiltigheim en 2004, elle termine, cette année, celle de 32 autres logements à Cronenbourg. Des travaux ont lieu sur l'ensemble des 158 logements de la Meinau et deux autres programmes sont à l'ordre du jour : La Montagne Verte (89 logements) et Bischheim (250). Il s'agit de rénovations lourdes (mise aux normes électriques, carrelages, salles d'eau, etc.) qui sont financées par les fonds propres de la SICI, des emprunts au 1 % logement et l'aide de l'Anah. Toutes sont confiées à des entreprises de la région. «*99 % de ces habitations sont louées à des ressortissants d'entreprises cotisantes*», précise Jacques Bon.

participe à leur rénovation, la SICI s'engage à les réserver à des personnes qui ne dépassent pas un certain niveau de revenus. Les appartements peuvent compter jusqu'à cinq pièces et nous constatons un turn-over de 10 par mois, ce qui est très peu pour un parc de cette importance. C'est un bon indice de satisfaction.» Pour Jacques Bon, les choses sont claires : «*Un salarié qui rentre dans un bon logement dont il sait qu'il sera entretenu a l'esprit en paix. Et cela ne peut que bénéficier à son entreprise.*» <

> Le Pôle logement : une large gamme de services

Le Pôle logement de la CCI propose une série de prêts à taux exceptionnels, destinés à répondre à chaque problème de logement rencontré par le salarié d'une entreprise adhérente.

> En matière d'achat, **le prêt accession** peut se greffer au prêt principal.

> **Le prêt relais** permet d'apporter le montant de l'achat d'un nouveau bien immobilier dans le cas où le précédent ne serait pas encore vendu.

> **Le pass-travaux** peut aller jusqu'à 9 600 € à 1,5 % et contribue à financer les dépenses engagées pour des travaux.

> **Le surcoût temporaire** est un prêt relais destiné à couvrir le coût supplémentaire d'un nouveau logement pendant un an ou à combler le différentiel de coût entre l'ancien et le nouveau loyer en cas de baisse de revenus.

> **Le loca-pass** représente une avance de fonds sous la forme d'un prêt sans intérêt qui permet de financer le dépôt de garantie lors d'une location. De plus, la CCI peut apporter sa garantie pour le paiement des loyers et charges pour un montant égal à 18 mois.

> **Le mobili-pass** intervient dans le cadre de la mobilité professionnelle. Il peut aller jusqu'à 3 200 € et couvrir un double loyer, les frais de notaire et ceux d'agence.

[La Robertsau, «Amélie de Bergheim» 1997]

La SICI gère un parc de 1 377 logements répartis sur la Montagne-Verte, la Meinau, Cronenbourg, Schiltigheim, Bischheim, Bischwiller, Wissembourg, Illkirch-Graffenstaden, Saverne, Molsheim, Koenigshoffen, Holtzheim, la Robertsau, Sélestat, Niederhaslach.

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr
Magazine de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin

Annonceurs cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

Musées de Strasbourg

Appel au mécénat d'entreprise

Un très beau et très rare tableau de Canaletto «Vue de Venise depuis la Salute» peint en 1727 fait l'objet aujourd'hui d'une vaste mobilisation de la municipalité de Strasbourg, du monde scientifique et des médias.

« *Le tableau a été acheté de bonne foi par la ville en 1987 aux deux grands collectionneurs strasbourgeois Othon Kaufmann (1905-1993) et François Schlageter (1904-1997) qui l'avaient eux même acquis en 1949*», explique Fabrice Hergott, directeur des musées. *Ils ne s'étaient jamais doutés qu'il avait été dérobé en 1938 par les autorités autrichiennes nazies à Bernhard Altmann, un industriel viennois de confession juive. Ce n'est que récemment, après l'ouverture des archives autrichiennes, que les héritiers de Bernhard Altmann nous ont signalé ce fait et nous ont demandé la restitution. Les preuves de la spoliation étant indiscutables, un accord a été conclu entre la Ville de Strasbourg et les héritiers de Bernhard Altmann sur le versement d'une compensation permettant de conserver ce tableau majeur dans les collections du Musée des Beaux-Arts de Strasbourg. Une expertise par deux des plus grandes maisons de vente avait permis de définir une première estimation s'élevant à 3,5 M€. Après discussion, cette somme a été ramenée à 2,5 M€. Pour preuve de la bonne foi de la Ville, les héritiers ont accepté de soustraire la somme de l'achat en 1987.»*

Aujourd'hui, la Ville de Strasbourg a réuni cette somme sur les crédits d'acquisition courants des musées, et grâce à des subventions à compléter par voie de mécénat, de façon à limiter les incidences sur le budget courant de la Ville. Favorisé par les récentes dispositions de la loi Musées permettant des déductions fiscales jusqu'à 60 % des sommes versées, un appel au mécénat d'entreprise vient d'être lancé.

Le nom des entreprises qui participeront à cette acquisition sera associé à ce chef d'œuvre présenté en permanence dans les salles du Musée des Beaux-Arts de Strasbourg, au Palais des Rohan. En fonction du montant de leurs participations, elles pourront disposer, en plus de l'avantage fiscal, d'un accès privilégié aux musées de Strasbourg pour elles et leurs personnels. <

[Contact]
Direction des Musées, 03 88 52 50 31

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr
Magazine de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin
Annonceurs cet espace vous est réservé !
performance MEDIA
Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

En France, on constate une croissance fulgurante (bien que tardive) des transactions conclues par le biais du Net. Deux paramètres jouent un rôle important dans cette évolution : le changement des comportements d'achat et l'engagement plus prononcé des entreprises.

Le « must » absolu d'une économie dynamique

En 2004, on comptait plus de six millions d'abonnements au haut débit soit une augmentation de +2,4 millions en seulement un an. En Alsace, un effort technique réel a été fourni avec la mise en place d'une infrastructure dense permettant d'atteindre deux objectifs importants : la réduction de la fracture entre les zones rurales et urbaines et le soutien de l'économie régionale dans l'optique de l'orientation technologique mondiale.

Le comportement des usagers

Si 90 % des usagers du Net se servent du réseau pour rechercher de l'information, 13,9 % l'utilisent aussi pour acquérir des produits ou des services. La progression du commerce en ligne français, qui devrait atteindre un CA global de 7 mds € pour 2005, est éclatante. Et cette dynamique ne reste guère l'apanage des grands groupes : bien au contraire, elle est répercutée à tous les niveaux et les petits commerçants ont vu leur CA sur Internet multiplié par 4,7.

Les paramètres de cette tendance

Face à une maturité plus affirmée des usagers (BtoC*), on observe aussi un gain considérable de respectabilité des marques en ligne et une amélioration notable de la logistique autour des achats en ligne : paiements plus sécurisés et gestion des envois améliorée – quoiqu'il soit opportun de rappeler ici que les problèmes rencontrés dans le cadre de transactions en ligne restent encore souvent des problèmes de livraison… postale. Côté BtoB**, le taux de connexion des PME augmente et 84 % d'entre elles utilisent le courrier électronique comme outil de communication. Toutefois, elles prennent aussi conscience du potentiel commercial lié à une présence sur le web : 35 % utilisent leur présence virtuelle à des fins mercantiles, en l'occurrence la réception, la gestion et le règlement de commandes. Et la tendance de croître, car la prépondérance future de la vente en ligne grâce au développement véloce des équipements électroniques fait l'unanimité des pronostics économiques mondiaux. Ne pas opter pour cette orientation, c'est hypothéquer sévèrement les chances de pérennité de l'entreprise.

> Le nombre d'acheteurs en ligne croît trois fois plus vite que le nombre d'internautes.

La pertinence d'un site e-commerce

La création d'une boutique virtuelle nécessite une réflexion similaire à

Les intentions d'achat ont augmenté de 70 % entre fin 2004 et fin 2005.

l'ouverture d'une boutique traditionnelle. Le concept, les objectifs et l'identification de la cible doivent être fixés clairement en amont du projet. Une cohérence entre le décor, en l'occurrence design, et la ligne de produits offerts est capitale et l'agencement doit répondre à une logique accessible à tout utilisateur. Tout comme dans une boutique classique, l'offre doit être dynamique, les modes de paiements sécurisés et la livraison facile. L'intérêt d'une solution en ligne est situé au niveau des fonctionnalités supplémentaires qu'elle propose et des avantages qu'en tirent à la fois l'usager et le commerçant. Une boutique e-commerce est ouverte 24 heures sur 24, aucun effort particulier n'est requis pour s'y rendre. L'entreprise qui opte pour une solution en ligne agrandit son champ d'opportunités d'affaires en atteignant des clients qu'elle n'aurait guère pu toucher avec une méthode classique. Elle dispose également d'un outil de gestion des clients inestimable et a la possibilité de présenter ses produits de manière extrêmement exhaustive grâce à des services satellites comme des hyperliens, le multilinguisme ou des fiches d'utilisation.

Construire son offre en ligne

Les astuces pour réussir une telle entreprise sont multiples : nom de domaine, supports accompagnant cette démarche (voir encadré ci-contre sur formations IECS, séminaires TIC à la CCI), choix du système de paiement, solutions électroniques à envisager (magasins en ligne clés en main, boîtes à outils, packages paramétrables, etc.), référencement pointu. Les témoignages suivants vous permettront de visualiser concrètement le pari du e-commerce. <

[Contact CCI]
Jean-Marc Kolb, 03 88 75 25 95

[LE COMMERCE ÉLECTRONIQUE EN FORMATION]

- **Master e-business (DESS Commerce électronique) à l'IECS de Strasbourg**
  Formation continue ou en apprentissage
  [Contact] Jérome Gollner, 03 90 41 42 51

- **Séminaires et formations TIC à la CCI de Strasbourg**
  [Contact CCI] Christiane Burel, 03 88 75 25 92

* Business to Consumer
** Business to Business

> suite p. 18

Guillaume Toma-Pizette – www.accessoiriste.fr

20 fois sur le métier, remettez vos mots-clés !

[Guillaume Toma-Pizette]

Le parcours de ce chef d'entreprise en ligne, autrefois chef de vente salarié sans rapport avec les TIC, révèle une large ouverture d'esprit et une implication personnelle intensive. *«En 2004, j'ai présenté mon projet de vente en ligne d'accessoires de jeunes créateurs à l'IECS afin d'intégrer le Master de Commerce électronique. Avec l'équipe pédagogique, j'ai pu affiner mon projet et acquérir de solides notions de TIC. En parallèle, je rencontrais les créateurs sur les salons professionnels avec un objectif bien en tête : faire de mon espace virtuel leur magasin pour le BtoC puis à long terme pour le BtoB. Dès juin 2004, quelques pages du site étaient accessibles. Pour le référencement, il est important de mettre à profit les possibilités existantes : au-delà des listes de mots-clés très élaborées, je me suis inscrit sur une plate-forme d'affiliation et j'ai fait travailler en trois langues. Le site est opérationnel depuis août 2005 et les résultats sont positifs : entre 8000 et 10000 visiteurs chaque mois et un taux de conversion encourageant*. Je pense atteindre mon objectif de vente dès la mi-2006. Les difficultés rencontrées ? La période de test imposée par les banques pour le paiement en ligne. La logistique ? Bureau, atelier de photos et stock sont au même endroit. C'est simple ! Face à la création d'une boutique classique, les coûts sont semblables mais répartis différemment. Par contre, mes clients sont régionaux et internationaux.»* <

[**Site**] www.accessoiriste.fr

* moyenne nationale des taux de conversion : boutique classique : 90 à 95 % site : 0,3 à 2 %

Pour plus d'infos sur cette entreprise : www.strasbourg.cci.fr/entreprises N° Siren 481578854

Thomas Riegert – Cafés Reck

«La boutique web est une boutique classique...

... Avec le loyer en moins et l'amplitude géographique et horaire en plus. Elle répond à l'évolution du mode de vie et de consommation et il est primordial d'adopter cette nouvelle attitude qui déterminera le monde économique de demain. À Cafés Reck, nous avons eu une démarche anticipatrice dans notre réflexion et le site était opérationnel dès 2000. Notre chance a été d'être très bien conseillés par un professionnel : après avoir acquis toute une liste de domaines autour du nom et de l'activité, nous avons «médité» sur les mots-clés et leur référencement car les moteurs de recherche changeant régulièrement leur méthode, une remise en question fréquente est inéluctable. Côté design, l'ensemble du site est actuellement retravaillé : toujours dans l'optique d'être en correspondance avec l'évolution de la société, nous venons d'opter pour un système plus dynamique offrant toute une palette d'options rendant la visite plus vivante et permettant une gestion quotidienne aisée. Il faut planifier un certain budget e-marketing tout comme lorsqu'on décore un magasin. La nouvelle boutique sera en ligne début janvier et l'offre sera amplement étoffée avec beaucoup de nouveaux produits. Enfin, les entreprises apprécient particulièrement ce service sur le net. Il faut également noter que les usagers consultent souvent pour se renseigner sur les produits plus consistants comme la machine à café et viennent ensuite dans nos boutiques pour les acheter. Une complémentarité évidente, alors pourquoi hésiter !» <

[Thomas Riegert]

[**Site**] www.cafesreck.com

Pour plus d'infos sur cette entreprise : www.strasbourg.cci.fr/entreprises N° Siren 578506339

[L'ÉVOLUTION DES ACHETEURS EN LIGNE]

2e semestre 2003 : 7,5 millions
2e semestre 2005 : 12,6 millions
… et la croissance s'accélère.

[LA CONFIANCE DES INTERNAUTES DANS L'ACHAT EN LIGNE]

2e semestre 2003 : 39,4%
2e semestre 2005 : 55,1%

[LES SECTEURS LES PLUS RECHERCHÉS SUR LA TOILE]

		Progression 2004/2005
• Culture et loisirs (dvd, cd, cinéma, tickets...)	22 %	+ 35 %
• Tourisme-Voyages (locations, voyages...)	13 %	+ 68 %
• **Services financiers (crédits, assurances...)**	12 %	+ 138 %
• Informatique (ordinateur, logiciels...)	12 %	+ 38 %
• Rencontre-Astrologie (rencontre, amour...)	9 %	+ 65 %

> À noter :

- Transports (auto, moto, occasion…) **+ 203 %**
- Vêtements – accessoires **+ 161 %**
- Alimentation **+ 77 %**

[**Source**] ACSEL – Association pour le commerce et les services en ligne.

> suite p. 20

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr
MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

Annonceurs
cet espace vous
est réservé !

performance MEDIA

Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

Jean-Louis Crema – Pneumax

Une entreprise sans site a perdu d'avance

Spécialisée dans la construction de composants pneumatiques destinés à l'automatisation industrielle, la société Pneumax dispose d'une kyrielle de composants hautement élaborés, dont le nombre augmente régulièrement. Pour les présenter, la solution papier était devenue onéreuse et peu réactive. Jean-Louis Crema, membre titulaire à la CCI a donc opté pour un catalogue en ligne et ses avantages : le client ou le prospect peut, après inscription, télécharger gratuitement les composants en 3D, ce qui lui permet de travailler sans devoir recréer chaque élément au préalable. «*Lorsque l'on sait qu'une machine peut comporter de un à plusieurs centaines de composants et que la réalisation en 3D d'un seul composant prend entre 10 et 15 minutes, le gain de temps pour nos clients et la valeur ajoutée que notre service en ligne leur apporte sont évidents. De plus, cela augmente l'exactitude pour l'élaboration de devis. La mise en place du système a été lourde avec la modélisation paramétrique et pluridimensionnelle de 13000 références. Actuellement, nous observons l'incidence de ce type de produit dans le monde industriel. Avec huit à dix nouveaux contacts par jour, les répercussions sont très positives. Au-delà du temps de travail, nous avons investi environ 40000 € dans les prestations. Le gain en réactivité et en performance, lui, est inestimable. Notre CA a augmenté de 12 % en 2004 et nous avons déjà atteint +11 % à la fin septembre. Aujourd'hui, les TIC doivent obligatoirement rentrer dans les mœurs en France !*» <

[**Site**] www.pneumax-france.fr

[Jean-Louis Crema]

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 378201040

Jérôme Anna – Hôtel Hannong

Offrir le rêve immédiatement

Internet a révolutionné la distribution hôtelière. Face aux portails touristiques qui énumèrent succinctement les possibilités d'hébergements en les agençant généralement selon leurs prix et en mettant ainsi la concurrence à un clic, chaque maison a aujourd'hui un véritable outil de communication directe à l'échelle planétaire avec la possibilité de se positionner par la qualité de son offre et de son service. «*Grâce au Net, nous pouvons faire découvrir notre produit en temps réel. La qualité de ce service est primordiale et la réactivité à chaque demande essentielle. Nous avons entièrement refait notre site il y a un an en le rendant davantage vendeur grâce à beaucoup de visuels d'une part et un module de réservation en ligne d'autre part. Le voyageur savoure dès son premier clic la visite et peut anticiper son voyage en rêve. Il consulte nos disponibilités et nos prix à une date déterminée et peut, s'il le désire, immédiatement réserver sur le site. Le Net est pour nous un moyen supplémentaire de nous présenter et de vendre des chambres. Sans pour autant renier le fax ou le téléphone, nous avons fait de la solution web tout simplement un plus dans notre philosophie du service au client.*» <

[**Site**] www.hotel-hannong.com

[Jérôme Anna]

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 588502427

La vente en ligne n'est plus une question mais une évidence

En Allemagne, l'ancrage d'Internet dans les mœurs est indéniable : on recense près de 30 millions d'internautes et le nombre de domaines enregistrés avec l'extension «.de» (deutschland) a dépassé la barre des 8 millions en octobre 2004, ce qui représente la seconde extension au monde après «.com». Une étude récente du BVDW* a révélé que les deux tiers des sites germaniques concernent le domaine économique et que 500 000 d'entre-eux sont destinés à générer un chiffre d'affaires.

Sur ces 495 741 sites, 47 % proposent un magasin en ligne propre, 15 % renvoient vers un magasin en ligne externe, 34% proposent des surfaces de publicité et 4 % publient des petites annonces.

BtoC : combiner le magasin classique et le magasin électronique

La tendance au magasin électronique complémentaire est ancienne. René Reiche et Bettina Willberg, artistes et distributeurs de maquillage pour théâtre** à Fribourg, ont reconnu dès 1997 le gain que pouvaient leur apporter une présence et une vente en ligne. «*La flexibilité offerte par le Net est immense. Nos catalogues imprimés n'étaient pas toujours en phase avec les nouveaux produits et nous passions un temps fou à renseigner nos clients au téléphone. Depuis que nous pratiquons la vente en ligne, il suffit de consulter rapidement le site pour avoir l'information recherchée et la possibilité de commander en même temps. Cependant, nous n'avons pas supprimé complètement le support papier qui nous permet de rester sous forme de plaquette sur le bureau de nos clients. Pour réaliser un site pertinent, il faut d'abord connaître le comportement du client dans un magasin classique pour pouvoir agencer agréablement le site, puis savoir utiliser quelques astuces comme plusieurs adresses alias, des mots-clés mal orthographiés etc. pour augmenter le taux d'indexation dans les moteurs de recherche. Si la vente en ligne est un outil absolument indispensable pour le succès de notre affaire, la présence de notre magasin classique nous a permis de gagner plus facilement la confiance des nouveaux clients qui arrivent de tous les pays germanophones. Quant au nombre de nos collaborateurs, il est resté le même, les compétences ont juste évolué. Internet fait ici partie intégrante du monde des affaires.*»

BtoB : le marketing gère les sites

Selon le WVIB***, les industries badoises sont toutes sans exception présentes sur le Net. Suivant le produit proposé, la présentation est plus ou moins développée au-delà de la fonction de carte de visite. On constate de plus que ce n'est guère la taille de l'entreprise mais la logique commerciale qui est décisive pour la mise en place d'un magasin en ligne. Un fait significatif est que, si autrefois les informaticiens géraient le commerce électronique, ce domaine est aujourd'hui sous la responsabilité des spécialistes en marketing. Il est également important de souligner qu'une entreprise sur cinq proposant un service de e-commerce affirme vouloir s'orienter par ce biais vers les marchés extérieurs.

Ouverture vers l'étranger

Au sein de l'union européenne, l'Autriche et la France sont les cibles principales. Toute la zone anglo-saxonne est également un marché extrêmement attrayant. Ces velléités d'internationalisation sont certes encore quelque peu freinées par un manque d'informations sur les contraintes régionales mais les structures de soutien se mettent actuellement en place. La tendance est donc claire et l'enracinement ancien de la pratique du e-commerce Outre-Rhin permet la concrétisation prochaine de ces projets d'export. Un tiers des entreprises travaillant ainsi à l'international agissent depuis le sol allemand mais ont d'ores et déjà trouvé des coopérations avec des sociétés établies dans les pays cibles. Et ce n'est qu'un début. <

* Bundesverband Digitale Wirtschaft - Fédération nationale de l'économie électronique. Étude «Kommerzielle Webseiten 2004»

**www.schminktopf.de

*** Wirtschaftsverband der Industrie in Baden – Fédération des industriels du Pays de Bade

> Fin du dossier

Lathéral, 74 Grand-Rue à Strasbourg

Thés et chocolats : le haut du pavé

Nouveau décor, nouveau concept : la boutique Lathéral de la Grand-Rue à Strasbourg a pris ses aises. D'un magasin majoritairement dédié à la dragée, Gwenn Bauer a créé, en septembre 2005, un espace de découverte et de dégustation résolument design, axé sur deux produits phares : le thé et le chocolat haut de gamme.

Dans la boutique entièrement rénovée, le maître des lieux est devenu le thé. Un choix que Gwenn Bauer a voulu marqué d'une signature prestigieuse, «Mariage Frères». Dont la centaine de variétés est présentée pour une diffusion en vrac dans des boîtes «marchands de thés» de toutes les couleurs, marquées à la calligraphie du pays d'origine du thé. Également disponible en mousselines, le thé, véritable achat-plaisir, peut être associé à différents objets cadeaux : tasses, bols, théières, produits à base de thé (gelées et sablés) et ouvrages dédiés comme *La cuisine au thé*. Côté chocolat, le choix est vaste : assortiments de chocolats noir, au lait, fourrés, en sachets, ballotins, boîtes griffées de la marque Michel Cluizel, chocolatier réputé qui a notamment pignon sur la rue Saint-Honoré à Paris. «*Ce sont des premiers crus de plantations situées au Vénézuela, à Madagascar, en Papouasie, à Saint-Domingue...*», précise Gwenn Bauer, qui vous suggèrera l'achat d'un recueil qui retrace l'histoire du chocolat, depuis le cacaoyer jusqu'à sa fabrication, *Il était une fève*.

Noir, vert, rouge, les thés de Noël

Pour Noël, la boutique donne également la part belle à des gâteaux à base de pains d'épices et des thés noir, vert et rouge aux noms enchanteurs : «Esprit de Noël, Noël nouveau et Noël blanc». Ils côtoient l'offre en dragées de la marque Médicis que le jeune patron a voulu conserver, en privilégiant les formes colorées et sobres, aux lignes épurées. Chez Lathéral, les amateurs de café ne sont pas en reste : une gamme de sept cafés gourmets leur est proposée, qu'ils peuvent également déguster au bar ou dans l'espace salon situé au fond du magasin. Prochaine étape envisagée par Gwenn Bauer : une terrasse à l'arrière, place des Meuniers, qui sera vraisemblablement aménagée au printemps prochain. La boutique Lathéral est ouverte le lundi de 14h à 18h et du mardi au samedi de 10h à 12h30 et de 13h30 à 19h. <

[Gwenn Bauer]

[**Contact**] www.latheral.com

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 477734131

Pays de Bruche-Mossig-Piémont

Fédération des associations des professionnels : un savoir-faire

La Fédération des associations des professionnels du pays de Bruche-Mossig-Piémont (FAP) a pour but de «fédérer pour dynamiser», comme l'explique son président Laurent Schmidtenknecht, artisan coiffeur à Schirmeck. «*Il était important, à l'échelle du territoire, de faire comprendre que le temps de la concurrence pure et dure était révolu,* explique-t-il. *Nous avons les mêmes défis à relever : les ventes par correspondance, celles qui passent par Internet, les ventes et prestations à domicile etc. Ce qui compte c'est de montrer le «plus» que peut offrir la proximité.*» Laurent Schmidtenknecht cite notamment une grande opération prévue en mai dans sa ville où commerçants et artisans locaux ainsi que vignerons du pays joueront la carte de la complémentarité. Les 21 et 23 octobre derniers, c'est le pays Bruche-Mossig-Piémont tout entier qui s'est exporté vers le Sud à l'occasion de l'opération «Des cigognes à la

[Laurent Schmidtenknecht]

Un commerce 100 % nature

Aujourd'hui partie prenante des grandes chaînes de distribution bio, Eco Idées avait pourtant démarré modestement. La passion de son propriétaire a fait merveille.

L'aventure a commencé sous des auspices radieux : «Lumière de sel», du nom d'un sel de l'Himalaya extrait de manière parfaitement naturelle et commercialisé en France par Pierre-Alexandre Huber dans son entreprise d'Hunspach. Et puis, les petits ruisseaux faisant les grandes rivières, l'entreprise s'est diversifiée, a élargi son champ d'activité, recruté cinq personnes et changé de nom : Éco Idées, comme «idées écologiques». Elle touche désormais aux cosmétiques, avec des sels de bains venus du Japon et des huiles de beauté importées de Hollande, à l'alimentation en proposant du millet brun cultivé en Autriche ainsi qu'à la décoration avec, notamment, des lampes marocaines fabriquées dans une roche blanche appelée sélénite. Autre produit original, des noix de lavage importées du Pakistan. «*Tout s'est fait à la faveur de rencontres sur des salons professionnels*, explique Pierre-Alexandre Huber qui tient plus que tout à sa philosophie : *amener sur le marché français les produits naturels qu'offre le monde.*» Éco Idées est aujourd'hui entrée dans le réseau des grandes chaînes bio, telles que Biocoop, La Vie Claire, Croq'nature, etc., mais son fondateur tient à garder ses priorités : «*un esprit de travail chaleureux et le goût des sentiers inattendus*». Cet ancien professeur de saxophone au Conservatoire de Strasbourg, vient ainsi de sortir un disque de «World jazz music» dont les bénéfices seront reversés à l'association «Médecins aux pieds nus» qui agit de par le monde pour que les populations locales recultivent les herbes médicinales et se réapproprient leur pharmacopée.

[**Site**] www.selhimalaya.com

[Pierre-Alexandre Huber]

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 480725738

qui s'exporte

rencontre des cigales» organisée à Saint-Cyr-sur-Mer dans le Var. «*C'est notre savoir-faire que nous avons mis en valeur autour du thème de Noël*», explique Laurent Schmidtenknecht. Forte de cinq cents membres, sa fédération inclut des représentants de la grande distribution existante sur le territoire. «*Ils sont nos partenaires pour empêcher que soit fait tout et n'importe quoi en matière de grands centres commerciaux*» explique-t-il, en insistant sur le fait que la FAP n'a pas pour objet de ne faire que de l'animation. «*C'est une structure qui relie des associations de commerçants mais aussi des indépendants. Elle veut les aider, mutualiser les coûts et également établir un relais avec les chambres consulaires*», conclut-il. <

[**Contact**] 06 07 03 34 99

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr
MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

Annonceurs cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

Gérer les risques, une préoccupation qui doit devenir prioritaire

Prévoir et gérer les risques est vital pour les entreprises. Celles-ci en sont de plus en plus conscientes comme le prouvent deux enquêtes et l'émergence des Risk Manager. Rencontre avec Marc Kuhl qui exerce cette fonction à Électricité de Strasbourg.

Une enquête menée au niveau européen par Marsh, le plus gros courtier d'assurance au monde, permet de dégager la manière dont les entreprises françaises de taille moyenne appréhendent la gestion des risques qu'elles encourent. Ceux-ci ont été classés en quatre grandes catégories : risques financiers, risques stratégiques, risques aléatoires et risques opérationnels. Les 600 entreprises françaises sondées se révèlent davantage concernées par la première rubrique mais la moitié d'entre elles n'identifient même pas certains risques en tant que tels. Cela n'empêche qu'un nombre croissant de ces sociétés définissent le risque comme un sujet de préoccupation prioritaire, refusent de rester passives et revendiquent un «Risk Management», au même titre que les grandes structures.

Profession Risk manager

Pour Marc Kuhl, Risk manager à Électricité de Strasbourg, la première chose à faire, lorsque l'on exerce cette fonction, est de connaître l'entreprise afin d'analyser les risques opérationnels qu'elle encourt. «*Ceux-ci ne sont pas nécessairement assurables*», explique-t-il en citant le cas d'un fabricant de yaourts. «*Lors d'une discussion avec le Risk manager de cette entreprise, nous avons réalisé alors que si elle disposait de plusieurs sites de fabrication, elle ne comptait qu'un seul établissement d'emballage, ce qui la mettait à la merci d'un incendie, par exemple. Plutôt que de multi-assurer ce dernier, mieux valait en construire un autre, ce qui a été fait.*» Bon sens, anticipation et vigilance peuvent souvent faire merveille, selon Marc Kuhl. Reste que pour protéger ce qu'il appelle «*la colonne vertébrale de l'entreprise*», c'est-à-dire tous ces secteurs essentiels qui ne peuvent encourir de risques graves sans mettre en péril le maintien de l'activité, il faut s'en référer aux assurances. «*Une des solutions est à mon avis, dans la mesure du possible, de négocier avec l'assureur un contrat Tout Sauf ; il s'agit en l'espèce d'un document contractuel par lequel sont couverts tous les risques exceptés ceux qui sont nommément exclus. Une démarche qui évite de se retrouver confronté à un sinistre non garanti car provoqué par une cause non détectée lors de l'analyse des risques*». Pour Marc Kuhl, la fonction de Risk manager est tout sauf statique, *a fortiori* dans un marché aussi évolutif que celui de l'énergie. <

[Marc Kuhl]

«Parfois, plutôt que de multi-assurer un site, mieux vaut en construire un autre»

[**Contact**] 03 88 20 67 81

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 558501912

[PRÉVENTION DES RISQUES]
Les prestations de la CCI

Une enquête menée par la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin entre janvier 2004 et mars 2005 a permis de dresser un état des lieux de la sensibilisation des entreprises de trois secteurs d'activité (industrie, commerce de gros et services aux entreprises) à la gestion des risques. 500 entreprises ont été interrogées et il apparaît que plus de 71 % d'entre elles ont mené une démarche d'identification des risques opérationnels. Celle-ci reste cependant inaboutie, notamment en ce qui concerne les risques liés au marché ainsi que ceux afférant à un sinistre et qui ne sont pas obligatoirement couverts par les assurances. Il faut préciser que les entreprises basant leur développement sur des innovations sont largement sensibilisées au problème et adoptent, notamment, une série de mesures pour limiter les risques d'espionnage industriel.

La CCI dispose d'un large panel de prestations d'information, de formation et de conseil pour une meilleure gestion des risques opérationnels.

[Contact CCI]
Alban Petit, 03 88 75 25 90
a.petit@strasbourg.cci.fr

Des idées innovatrices et un accompagnement efficace

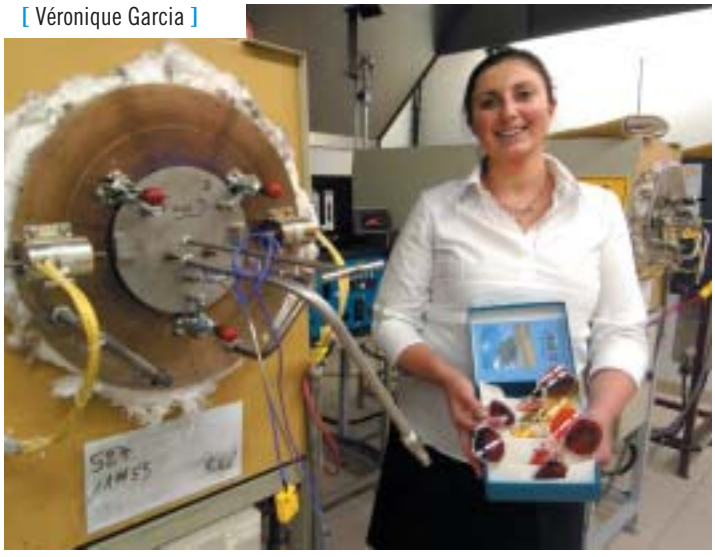
Un laboratoire ophtalmique alsacien, la société Verbal à Brumath, vient d'entrer avec audace dans la cour des grands : après avoir racheté l'activité CPF® à Corning en février dernier*, elle a réussi en seulement huit mois à en doubler le CA. Cette réussite est d'autant plus spectaculaire que l'entreprise ne possédait à l'origine aucune expérience à l'international.

Pour relever ce challenge et être à même de développer un potentiel fort à l'exportation, Véronique Garcia, responsable produits CPF® chez Verbal, s'est adressée au service international de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin. Après avoir exposé les données du problème à son conseiller, elle a pu bénéficier d'un accompagnement sur mesure de cinq jours destiné à favoriser la prise de contact avec les distributeurs locaux existants, à en rechercher des nouveaux dans les pays cibles et à connaître l'aspect administratif, comptable et juridique de l'export. «*Le conseil sur mesure m'a permis de bien cerner le marché international et de voir ce qui est adaptable dans les différents pays. J'ai découvert comment comment positionner notre produit face à une concurrence établie dans un contexte mondial. Mettre en place une gestion pertinente de nos distributeurs à l'étranger était également un point important. Je travaille aussi beaucoup avec les supports papier locaux et via Internet. Il faut savoir oser tirer toutes les ficelles existantes.*» Soutenue entièrement sur ce plan par la CCI, la société Verbal a su mettre à profit ses propres atouts : des ressources et un savoir-faire technologiques de pointe, une souplesse et une réactivité extrême grâce à une petite taille face à une concurrence certes renommée mais aux structures lourdes et un marketing audacieux.

Avoir envie de relever un challenge

Selon Éric Schorp, directeur commercial et marketing du laboratoire, Verbal n'est qu'au début de son offensive sur le marché international et la porte que l'entreprise vient de franchir avec les verres filtrants thérapeutiques CPF® est aussi une porte d'entrée pour ses propres produits. «*Il est important que les acteurs locaux montrent que les entreprises alsaciennes ont de réelles chances dans des domaines de technologies très pointues. D'ailleurs, notre participation au Trophée Régional Export. illustre un nouveau défi à l'international que nous voulons relever.*» <

[Véronique Garcia]



* Fabrication et distribution exclusive des verres filtrants thérapeutiques CPF® sur le marché mondial, hors Amérique du Nord.

[Contact Verbal]
Véronique Garcia, 03 88 59 31 21

[Contact CCI]
A Mui Paquin, 03 88 76 42 49

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 384258620

Entreprises... en un clic...

Accédez directement aux marchés publics d'Alsace par internet à l'adresse :

www.alsace-marches-publics.fr

Vous y trouverez les appels d'offres de la Région Alsace, des Conseils Généraux, des Villes de Sélestat, Lingolsheim, Niederbronn-les-Bains, Colmar et Mulhouse, de la Communauté Urbaine de Strasbourg, des Communautés de communes de la Vallée de la Sauer et de Pechelbronn, des Chambres de Commerce et d'Industrie d'Alsace, de la Chambre de Métiers d'Alsace, de la Caisse Primaire d'Assurance Maladie, de l'Union pour la Gestion des Etablissements des Caisses d'Assurance Maladie d'Alsace (UGECAM), de l'ENA, de l'Université Marc Bloch, Base aérienne 901 de Drachenbronn et d'autres établissements et collectivités à venir.

[Contact CCI] **Jean-Marc Kolb, jm.kolb@strasbourg.cci.fr**

Hoerdt

Tschoeppé : à la pointe du thermolaquage

Avec la mise en service de sa nouvelle usine à Hoerdt, le fabricant de portails et clôtures en aluminium Tschoeppé a inauguré une toute nouvelle unité de thermolaquage. Un outil qui lui permettra d'accroître sa capacité de production en interne, mais aussi de développer une prestation de sous-traitance pour les serruriers et menuisiers de la région.

Construit sur quelque 4 500 m² à Hoerdt, le nouveau bâtiment de la société Tschoeppé abrite un centre d'usinage ultra-moderne, où quasiment toutes les opérations sont automatisées. En fonction depuis l'été 2005, il vient en complément du site de Niederroedern – 1 800 m² dédiés à des produits de haute technicité.

L'unité de thermolaquage de Hoerdt, avec ses huit prétraitements possibles, constitue, selon les dirigeants de l'entreprise, une installation avant-gardiste pour le Grand Est. «*Comme notre clientèle est pour beaucoup située en bord de mer, il nous fallait une qualité irréprochable*», confirme Christian Lienhart, qui au-delà de son souci constant d'amélioration des produits et services, devait également gérer une demande en augmentation.

Un peu d'histoire

La maison Tschoeppé existe depuis 1956. De la menuiserie bois, l'entreprise – aujourd'hui dirigée par la famille Tschoeppé (Jean-Jacques, le père et Philippe, le fils) et Christophe Lienhart, «*pièce rapportée*» sourit le gérant –, a connu plusieurs évolutions. 1970 correspond à une orientation vers le portail, les fermetures, les volets, battants, portails et clôtures vendus aux particuliers. 1997 marque un nouveau tournant avec la revente aux professionnels.

[Jean-Jacques et Philippe Tschoeppé et Christophe Lienhart]

Laquage sous 48 heures

2005 : les dirigeants décident de mettre leur outil de thermolaquage à la disposition des professionnels œuvrant dans le domaine du traitement de l'aluminium. Point fort affiché : la proximité et la réactivité, pour un laquage sous 48 heures, quelle que soit la teinte. Une palette de 300 coloris, jusqu'aux pailletés et martelés est accessible. Capacité de l'outil : des objets de 6 m de long à 2,10 m de haut, avec tous les bains nécessaires à une qualité optimale. À souligner, la préoccupation environnementale de l'entreprise, qui a sa propre station d'épuration, utilise une eau déminéralisée et une conversion non chromique. Tschoeppé, c'est 50 salariés, 10 intérimaires, un CA de 4,4 M€ en 2004, 5,2 M€ prévus en 2005. Portails (80 % de la demande), clôtures, garde-corps et automatismes sont vendus aux niveaux local (20 % du CA), national, international, principalement en Allemagne, Belgique et Suisse. <

[**Site**] www.tschoeppe.fr

Pour plus d'infos sur cette entreprise :
www.strasbourg.cci.fr/entreprises
N° Siren 388890840

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr
Magazine de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin
Annonceurs cet espace vous est réservé !
performance MEDIA
Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

9e édition Trophée Régional Export

La consécration des exportateurs alsaciens

Soirée attendue le 15 décembre prochain à l'Illiade : tous les acteurs régionaux seront réunis pour honorer les entreprises exportatrices alsaciennes. Leurs savoir-faire, leurs qualités d'innovation et de développement à l'international seront récompensés dans le cadre du Trophée Régional Export, créé en 1997 par les CCI d'Alsace. Au fil des années et face à l'enjeu économique que représentent ces entreprises, de nombreux partenaires sont venus soutenir activement cet événement.
Ce sont eux et leurs motivations que nous voulons vous présenter aujourd'hui.

[LES PARTENAIRES DU TROPHÉE]

Francis Hirn – DNA

Directeur des services commerciaux et marketing

Susciter une réelle émulation

« *Les DNA sont partenaires de l'opération depuis 2004. En tant que premier support de communication de la région, nous nous devons de donner le rayonnement qu'elle mérite à cette manifestation qui met en évidence les entreprises performantes et exemplaires d'Alsace. Afin d'être encore plus présents, un partenariat commercial est venu s'ajouter l'année dernière au partenariat rédactionnel et à l'implication personnelle d'Antoine Latham, le directeur du service économique des DNA. Ce service, reconnu comme l'un des plus performants de la presse quotidienne régionale et lu par la quasi-totalité des entrepreneurs alsaciens, couvrira cette année l'événement avec un cahier spécial de quatre pages distribué en avant-première sur le site de la cérémonie puis encarté par la suite dans nos éditions normales.* »

[**Contact**] 03 88 21 55 00

Jacques Bigot – Mairie d'Illkirch-Graffenstaden

Maire

Tradition, continuité et avenir

« *L'accueil de la cérémonie du Trophée Régional Export sur le territoire de notre commune s'inscrit dans la continuité de notre politique : Illkirch-Graffenstaden a une longue histoire industrielle avec la présence de nombreuses entreprises exportatrices, actives autrefois dans le domaine de la machine-outil et aujourd'hui dans la haute technologie. Notre ville s'engage également résolument vers le développement durable. En chiffres, Illkirch-Graffenstaden compte 25000 habitants et 14000 emplois. Notre soutien est donc indiscutable. D'ailleurs, la ville vient d'être nommée par le gouvernement «Pôle de compétitivité à vocation mondiale en innovations thérapeutiques». Nous participons à l'opération en mettant à disposition les locaux de l'Illiade pour la remise des prix, un lieu remarquable qui est lui-même une ancienne grande friche industrielle.* »

[**Contact**]
03 88 66 80 66

Philippe Staehly – Crédit Agricole Alsace-Vosges

Responsable du service international

Experts à l'international

Le Crédit Agricole Entreprises, qui sponsorise le Trophée Régional Export pour la 4e fois, dispose à Strasbourg d'un véritable pôle d'expertises avec un regroupement de filiales spécialisées dans les métiers-clés de l'entreprise tels le crédit-bail, la gestion des clients, l'épargne salariale, la gestion du patrimoine ou bien encore le marché, l'investissement et le financement. «*Nous tenons non seulement à accompagner les entreprises dans la préparation de leurs projets export mais également à être à leurs côtés dans le pays d'exportation. Nous sommes présents dans le monde entier et accompagnons en outre les entreprises dans des événements ponctuels comme la Foire d'Alger. Une autre partie de notre mission est plus pragmatique avec le conseil et la sécurisation des paiements, l'ouverture de comptes sur place ou l'optimisation des opérations de change.*»

[**Contact**] 03 88 25 42 72

Fabrice Coppola – Lufthansa Directeur commercial Alsace, Lorraine, Franche-Comté

Une entreprise qui exporte est une entreprise qui gagne

« *En 2004, Lufthansa a dépassé les 50 millions de passagers. Notre force d'innovation face à l'évolution du marché mondial nous permet d'être aujourd'hui la compagnie européenne qui offre le plus de destinations vers les marchés clés de l'Asie et des pays de l'Est. Nous voulons être un partenaire actif et efficace pour les exportateurs. Notre philosophie est également celle de la continuité et du suivi : dans une démarche export, il faut la fiabilité et la régularité d'une logistique sans faille tout comme une bonne dose d'innovation. Pour encadrer les entreprises à l'international, nous proposons également un service sur mesure avec des vols privés de Strasbourg à Hanovre, Turin ou Poznan et une réactivité vitale en cas de besoin urgent d'un transport aérien.*» [**Contact**] 03 88 21 01 21

Henri Lehmann – Transports Woehl

Dirigeant

Vivre et soutenir l'export

« *En tant que commissionnaire en transports, nous organisons des transports en départs journaliers sur toute l'Europe. Notre entreprise qui compte 110 personnes en Alsace réalise 60 à 65 % de son CA (40 ME) à l'export. Nous avons des partenaires dans tous les pays. Autrement dit, nous vivons de l'export et nous soutenons par principe les entreprises alsaciennes dans leurs efforts à l'international. Avec notre participation au Trophée Régional Export, nous voulons les encourager à faire de l'export. Pour nous, l'enjeu n'est pas uniquement de se faire connaître mais également de soutenir l'Alsace dans un domaine absolument primordial pour le développement futur de l'économie régionale.*»

[**Contact**]
Henri Lehmann,
03 88 65 65 94

Bernard Saunier – Société Générale

RAM – Responsable Animation Marchés

Avec les entreprises, ici et ailleurs

« *En tant que grande banque internationale, nous sommes naturellement amenés à financer des opérations dépassant les frontières du territoire national. Notre réseau, qui a tissé sa toile dans 90 pays, est un atout essentiel. À Strasbourg, 60 % de nos clients d'affaires sont des entreprises qui travaillent à l'export et il est important que nos professionnels soient à même de les accompagner dans leurs efforts. Notre partenariat avec le Trophée Régional Export nous permet d'affirmer notre image de marque et de confirmer notre prépondérance sur le marché. Nous soutenons cette manifestation depuis plusieurs années et en apprécions la coordination ainsi que les contacts informels qui se nouent au cours de la soirée.*»

[**Contact**] 03 88 13 57 15

Si on en parlait ?

Bernard Nicaise – Oséo

Directeur régional d'Oséo Bdpme

L'international, le cœur de notre mission

« *Conquérir un marché à l'étranger constitue une étape délicate à franchir pour les PME : prospection, cautions sur marchés, investissements lourds – notamment incorporels –, autant d'engagements et de financements qui présentent un risque souvent élevé pour les banques. Ce risque, Oséo Bdpme propose de le partager avec ses partenaires financiers et facilite l'accès des PME aux banques car, pour nous, le développement à l'international est essentiel pour la création de valeurs dans le tissu de nos PME. Nous cherchons constamment à améliorer et à adapter notre offre en repérant les freins financiers que rencontrent les entreprises à l'export. Dans la suite logique des choses, nous soutenons le Trophée Régional Export depuis plusieurs années et participons au comité de sélection des dossiers.*»

[**Contact**]
03 88 56 88 50

Luc Julien-Saint-Amand – Ernst & Young Avocat associé, Conseiller du Commerce extérieur de la France

Soutenir l'export en Alsace : un devoir de citoyenneté

« *Dans un contexte d'accélération des échanges internationaux, l'économie alsacienne doit intensifier ses exportations pour stimuler la croissance. Se développer au sein de la zone euro et se tourner vers les marchés asiatiques et du continent américain constituent plus que jamais la stratégie gagnante pour nos industries et nos secteurs de pointe.*
Nos entreprises exportatrices se voient pourtant confrontées à de nombreux défis réglementaires, économiques, humains ou culturels, auxquels il faut répondre sans délai de façon pertinente et justifiée. Avec 100 professionnels sur les places de Strasbourg et Nancy, Ernst & Young est partie intégrante d'un réseau international de premier plan regroupant 100 000 personnes dans 140 pays. Nous conjuguons des compétences en droit, fiscalité, audit et finance portées par des professionnels qui s'engagent à fournir à ces entreprises un accompagnement de qualité sur un plan international, pour les aider à relever ces nombreux défis. Notre soutien au Trophée Régional Export s'inscrit ainsi comme un devoir naturel de citoyenneté que nous avons choisi d'assumer pour contribuer au rayonnement de l'Alsace.» <

[**Contact**] 03 88 15 24 66

Carine Kast – Berlitz

Directrice de l'agence

Le défi de la compréhension culturelle

« *Oublier le facteur interculturel de l'export est une erreur fatale : un comportement apprécié dans une certaine culture peut être abhorré dans une autre. Notre entreprise, présente dans le monde entier, propose des prestations destinées à sensibiliser les entrepreneurs sur ce sujet. Aujourd'hui, on observe une prise de conscience réelle. Au-delà de la pure formation linguistique, nous proposons aussi la formation des collaborateurs qui sont envoyés à l'étranger. Arrivés sur place, ils sont repris en charge par nos antennes locales. Notre travail soutient donc chaque jour les possibilités de développement des entreprises à l'export. Être partenaire du Trophée Régional Export était donc une démarche évidente.* »

[Contact]
03 88 32 66 66

Jean-Luc Jaeger – Effervescence

Directeur

Graviter autour de l'export

« *À vrai dire, nous sommes nous-mêmes relativement peu présents à l'export bien que nous commençons à organiser ponctuellement des actions à l'étranger ou dans le cadre d'événements européens, ce qui nous permet d'aborder doucement ce domaine. Pour le Trophée Régional Export, nous sommes passés du statut de prestataire à celui de partenaire à part entière avec une participation conséquente à l'orchestration de la réception. Nous soutenons cette forme de rencontre entre les entreprises qui sont, du reste, nos clients. Bien encadrer les entreprises alsaciennes sur le plan événementiel est aussi un service important, surtout si leurs clients sont étrangers !* »

[Contact]
03 88 83 82 82

Philippe Godin – Mosaïques

PDG

Un trophée idéal

« *Notre structure existe depuis 1994 et compte 30 personnes. Notre mission est de répondre aux problématiques immobilières des entreprises, de la planification, la construction jusqu'à l'équipement. Dans un tel projet, nous sommes l'interlocuteur unique, ce qui en simplifie considérablement le déroulement. Pourquoi le Trophée Régional Export ? Nous ne sommes pas des exportateurs. En revanche, toute entreprise qui construit en Alsace peut être un exportateur et est un client potentiel.* »

[Contact] 03 88 15 53 53

LE POINT ÉCO
www.strasbourg.cci.fr
Magazine de la Chambre de Commerce et d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin

Annonceurs
cet espace vous
est réservé !

performance MEDIA
Contactez Patrick Duspeaux
Tél. 03 88 78 47 73
Fax. 03 88 78 87 50
contact@performance-media.fr

Producteurs laitiers

640 producteurs, 48 850 vaches à lait, 1 % de la production nationale de lait

4 000 producteurs de lait en 1983 en Alsace, 640 en 2004 : voici les chiffres affichés par la FDSEA, pour une production quasiment identique. «*C'est l'instauration des quotas laitiers qui a contribué à changer la donne du marché*». Proches de la retraite, certains agriculteurs ont cessé leur activité, indemnisés par l'État. D'aucuns se sont diversifiés, d'autres enfin se sont développés, parfois en se regroupant. Regard sur un marché contrasté.

Pierre-Paul Ritleng, conseiller technique à la FDSEA, Fédération départementale des syndicats d'exploitants agricoles, et animateur du CRIEL (Centre régional interprofessionnel de l'économie laitière), a suivi cette évolution, considérant l'arrivée des quotas comme une chance, de même que le phénomène associatif qui permet de se regrouper* et de mutualiser les investissements. «*Le travail du lait est très contraignant, les jeunes ne souhaitent plus être mobilisés 365 jours par an, en s'unissant ils deviennent plus efficaces et réalisent des économies d'échelle. Parallèlement, la réforme de la Politique agricole commune (PAC) qui sera en phase active en 2006, va imposer de nouvelles contraintes aux producteurs, déjà soumis à un durcissement de la réglementation, notamment en matière d'hygiène*». Alors que les agriculteurs arrivant sur le marché devront intégrer une fonction administrative plus importante, les «anciennes générations», seront obligées de renouveler leur outil pour rester performants. Autre problème évoqué par Pierre-Paul Ritleng et qui concernera également les repreneurs d'exploitations, la nécessité de sortir des villages pour se mettre aux normes et s'agrandir. Or, les terres à bâtir sont très prisées et la forte concentration de la population marque un obstacle à l'implantation, du fait des nuisances liées aux exploitations : bruit des machines, odeurs, etc.

Actuellement 640 producteurs adhérents sont recensés par la FDSEA, qui représente environ 95 % de la profession. Avec 48 850 vaches à lait (30 000 dans le Bas-Rhin), ils affichent quelque 260 Ml de lait collectés, dont 160 environ concernent le Bas-Rhin (61,5 % de la production régionale). «*Dans le Bas-Rhin*, observe Pierre-Paul Ritleng, *Alsace-Lait représente près de 70 % de la collecte régionale, suivie d'Unicolais* (basée à Sarrebourg, l'entreprise collecte essentiellement sur le Bas-Rhin) *et Calas*».

Alors qu'en 2001, le prix du lait avait atteint les 306,85 € les 1 000 litres, une baisse progressive a marqué les dernières années : «*le lait est acheté par les transformateurs au prix de 282,92 € pour 1000 litres en 2004*», indique Pierre-Paul Ritleng. «*Pour compenser cette baisse, une aide directe a été versée aux producteurs. Mais malheureusement, la baisse des prix ne se retrouve pas dans les rayons*», regrette-t-il, affichant clairement qu'il milite pour une répartition équitable de la valeur ajoutée. La consommation des produits à base de lait alsacien représente environ 30 % de la consommation régionale, l'export est inexistant, tout comme pour le lait de chèvre, une part infime est transformée en fromage et vendue sur les marchés. <

[**Contact**] 03 88 19 17 70

*GAEC : groupement agricole d'exploitation en commun

Raymond Durr, producteur résolument bio

Ferme Durr : «la vraie nature du lait»

Boofzheim. À moins de 30 kilomètres de Strasbourg, au cœur du Ried, la ferme Durr s'inscrit dans le paysage de l'agriculture biologique. Raymond Durr y élève une cinquantaine de vaches laitières, nourries selon un cahier des charges précis, 65 % d'herbes provenant des prés de l'Ill. 320 000 litres de lait bio sont produits chaque année. Le lait cru entier et les produits laitiers transformés sont vendus à la ferme et dans des magasins spécialisés. La ferme Durr produit également des yaourts, crèmes desserts, boissons rafraîchissantes, fromages, issus d'une fabrication artisanale bio.

Ingénieur en laiterie, Raymond Durr travaillait dans l'industrie laitière lorsque son père a pris sa retraite, en 1980. «*Il avait alors un petit élevage de sept vaches laitières. Et moi,* sourit l'exploitant, *j'étais devenu une victime de la maladie bio, difficile à guérir… J'ai eu envie de produire du lait bio dans une filière artisanale*». À 29 ans, le jeune homme a donc investi dans un bâtiment pouvant accueillir 50 vaches et permettre la transformation du lait sur place. Il a également adhéré au projet d'Alsace Nature, qui visait à empêcher le retournement des prairies naturelles du Ried, contribuant à la sauvegarde des paysages.

Hygiène et traçabilité

Aujourd'hui, la Ferme Durr fournit l'ensemble du réseau de distribution alsacien – magasins spécialisés et bio, supermarchés et hypermarchés disposant d'un rayon bio (partenaire privilégié, le Rond-Point Coop). Sa gamme variée englobe l'ensemble des produits laitiers, y compris les fromages, yaourts, crèmes, etc. autant de produits certifiés d'agriculture biologique (Labels Alsace Bio, AB). La ferme Durr vend également ses produits sur place et sur les marchés – deux sites, boulevard de la Marne à Strasbourg et à Furdenheim. Le lait cru conditionné en bouteilles plastique est distribué quotidiennement dans le Haut-Rhin et le Bas-Rhin. La moitié du chiffre d'affaires de la ferme Durr est réalisée avec des grossistes en France et en Allemagne et quelques magasins spécialisés à Paris. «*J'ai créé deux structures juridiques séparées, la ferme Durr (deux salariés attachés à la culture, l'élevage) qui produit le lait et la viande, et la société Biolacte, gérée par mon épouse (10 salariés) qui transforme et commercialise le lait bio. Biolacte rachète un complément de lait bio auprès de deux autres producteurs afin de fabriquer des tommes au lait cru.*»

[Raymond Durr]

Ce développement de l'affaire est venu tout naturellement : «*Nous avons dû répondre à la demande du marché, en même temps qu'aux contraintes liées aux normes européennes*». À la ferme Durr, de nombreux aménagements ont été réalisés pour répondre aux critères d'hygiène et de traçabilité. «*La nécessité d'acheter des emballages à des conditions correctes – 50 000 pots imprimés au minimum – nous a également poussés à grandir*», reconnaît Raymond Durr.

Garder la vocation artisanale

Convaincu que l'industrie agro-alimentaire est prise dans un étau de mondialisation, celui-ci a préféré rester sur sa niche. Et continue de fabriquer 40 produits différents, sans machine performante. «*Je veux garder ma vocation artisanale. Ma clientèle est informée de la qualité de mes produits, elle est consciente de leur coût. Je vends des produits santé et plaisir, issus d'une nouvelle relation à la terre, préservant le bien-être de l'animal et son environnement*». Sur quelque 80 clients réguliers du magasin de la ferme, la moitié sont des amis. Convivialité oblige, Raymond Durr accueille chaque année sept ou huit stagiaires, qui logent à la ferme et mangent avec les patrons. <

[**Contact**] 03 88 74 87 80

[CONSOMMATION]

- le Français boit 70 litres de lait par an
- l'Irlandais 158,4 litres
- le Finlandais 153,7 litres
- l'Anglais 118,7 litres
- l'Allemand 67,1 litres
- le Grec 62,5 litres

[**Source**] www.maison-du-lait.com

> suite p. 50

Alsace Lait : coopérative laitière indépendante

La maîtrise de la filière

Alsace Lait a été créée en 1979, regroupant quatre coopératives préalablement situées à Molsheim, Riedseltz, Haguenau, Berstett, puis la Laiterie de Strasbourg. Aujourd'hui, elle regroupe 400 adhérents, producteurs et propriétaires de quelque 20 000 vaches laitières, assurant une collecte de près de 108 Ml de lait par an.

À Hoerdt, sur une emprise de 10 hectares, 170 salariés d'Alsace Lait sont répartis dans plusieurs bâtiments dédiés à la collecte, à la transformation et à la commercialisation du lait et des produits à base de lait. Seul le transport est une fonction réalisée en sous-traitance. Le lait représente environ 38 % des 74,6 M€ du chiffre d'affaires de la coopérative, il est vendu frais, fermenté et pasteurisé. Le lait UHT (entier et demi-écrémé) représente 35 Ml, alors que le frais atteint les 9 Ml.

[Michel Debes]

30 000 tonnes de lait par an

Également fabriqués dans l'usine, le fromage blanc frais, battu nature et aromatisé, véritable cheval de bataille d'Alsace Lait, et des spécialités laitières à base de fromage blanc, yaourts à boire et brassés, nécessitent le traitement de 30 000 tonnes de lait par an. Les trois axes de vente sont la GMS (60 % du chiffre d'affaires), la restauration hors foyer (25 %) et l'industrie (15 %). Un pan qui inclut la fabrication de mélanges pour la préparation de la tarte flambée. Le noyau dur de la clientèle d'Alsace Lait se situe en Alsace, mais l'entreprise démarche également en région parisienne, à Lille et à Lyon. «*De même que nous sommes les seuls à produire un lais frais haute qualité (répondant à des critères rigoureux définis dans un cahier des charges fixé par décret, imposant notamment des seuils bactériologiques à la collecte, une transformation et un conditionnement spécifique), nous sommes également les seuls à détenir le Label Rouge pour la crème fluide, ce qui nous vaut une clientèle de grands restaurants parisiens*». S'il aime à souligner le bien-être de l'animal dans ses cheptels, Michel Debes, producteur et président de la coopérative depuis douze ans, tient aussi à relever «*l'importance de l'équilibre à trouver pour l'éleveur. Le métier de producteur de lait nécessite beaucoup de contraintes, il faut savoir évoluer, avoir des structures adaptées, investir dans des automatismes pour faire de la qualité. Les conditions de vie deviennent aussi importantes que le revenu, d'où l'évolution des producteurs vers les regroupements du type GAEC* (voir p.48). *Il faut gérer au mieux les investissements pour rester compétitif. On ne peut préjuger d'un maintien des quotas ni des aides dispensées pour compenser les baisses de prix. Chez Alsace Lait, les cinq dernières années ont été difficiles, du fait du sinistre subi en 2000-2001*». Depuis, une orientation clairement affichée vers les produits frais devrait pouvoir doper les ventes. De même que l'obtention de la certification IFS permettra de se développer à l'international.

Une traçabilité totale

L'entreprise, certifiée Iso 9001 et 9000, version 2000, se targue d'une maîtrise complète de la filière laitière dont la zone de collecte, soigneusement identifiée, se situe dans un rayon de 50 km, ce qui autorise un ramassage quotidien d'une durée inférieure à cinq heures dans chacune des exploitations. 100 % des coopérateurs, adhérents ou en cours d'homologation, respectent la charte des bonnes pratiques d'élevage (CBE). Leurs cheptels bénéficient d'une alimentation régulière tout au long de l'année, dont 2/3 de l'alimentation produite sur la ferme, 1/3 en compléments de rations. Des contrôles systématiques au chargement et déchargement du lait sont validés par un laboratoire indépendant interprofessionnel. <

[**Contact**] 03 88 69 22 04

[LA FÉDÉRATION NATIONALE DES PRODUCTEURS DE LAIT]

Syndicat professionnel créé en 1946, ses adhérents sont les sections laitières des fédérations départementales ou régionales des syndicats d'exploitants agricoles. La FNPL est constituée en association spécialisée de la FNSEA (Fédération nationale des syndicats d'exploitants agricoles). Elle représente les producteurs de lait auprès des pouvoirs publics français et européens.

[**Contact**] 01 49 70 71 90

La ferme Adam

Un robot pour respecter les rythmes biologiques des vaches

Près de 80 vaches laitières, 690 000 litres de lait par an, 150 ha de terre, voici les caractéristiques de la ferme Adam à Wahlenheim. Cette exploitation familiale en GAEC (voir page 48) est dirigée par trois frères, Christian, Didier et Benoît, dont le père, Paul Adam, avait lui-même repris l'exploitation de son père en 1964. Une affaire qui n'a eu cesse d'évoluer, d'adapter ses équipements pour augmenter ses capacités de production, se mettre aux normes CEE et autres certificats et labels de qualité et de traçabilité. C'est ainsi que la ferme a mis en place la méthode HACCP, qu'elle adhère au réseau Bienvenue à la ferme, au Buerehof.

[Didier Adam]

Le dernier investissement en date est la création d'un bâtiment de 3 600 m², dans lequel a été installé un robot de traite. «*Nous respectons ainsi le rythme biologique de la vache, qui prend l'initiative de se faire traire lorsqu'elle en a envie, à n'importe quel moment de la journée*», explique Benoît Adam, qui s'occupe plus particulièrement de la partie administrative et commerciale de la ferme, à côté de sa fonction d'enseignant au lycée agricole d'Obernai. La ferme Adam livre environ 30 % de sa production à la coopérative Alsace Lait, 70 % étant transformés à la ferme pour une vente directe auprès des particuliers qui achètent dans le magasin attenant à la ferme ou sont livrés à domicile, mais aussi en circuit GMS, auprès des grossistes et des industriels. Le lait pasteurisé est vendu en briques avec bouchons plastique, entier, demi-écrémé, écrémé. La ferme produit également de la crème fraîche, des crèmes desserts, du fromage blanc également intégré dans des garnitures complètes pour tartes flambées (fonds de tarte, préparations assaisonnées, lardons) et vendu à des particuliers, restaurants et associations. Parmi les objectifs de la Ferme Adam : un projet d'ouverture de magasins, dont le premier en mars 2006, près de Huningue. <

[**Contact**] 03 88 51 02 11

[DOCUMENTATION]

> **L'économie laitière en chiffres**
C'est un recueil de statistiques qui présente un panorama complet du secteur laitier en France, dans l'Union européenne et dans le monde. Vous y trouverez notamment la structure de la production laitière, la production et la collecte du lait, la structure de la transformation, les fabrications de produits laitiers, les prix de vente, les mesures d'intervention. CNIEL, édition 2005, 214 pages, 9,50 €

[**Contact**] 01 49 70 71 71
[**Site**] www.maison-du-lait.com/chiffres/ecochif.html

> **Étude Xerfi :**
Produits laitiers (négoce et fabrication)
Collection État du Marché, 5-IAA-02

[**Contact CCI**]
Monique Siffert, 03 88 75 25 50

[REVUES SPÉCIALISÉES]

> LSA – www.lsa.fr
> Faire Savoir-Faire www.fairesavoirfaire.com
> Points de Vente www.pointsdevente.com
> Agia Alimentation www.sediac.fr

[COMMERCE EXTÉRIEUR]

Structurellement excédentaire, le solde commercial du secteur des produits laitiers s'est contracté en 2004, pour atteindre 631 M€. Alors que les exportations reculaient de 1,8 %, les importations progressaient de 2,4 %.

[TISSU DES ENTREPRISES]

Pour la 5e année consécutive, le nombre d'établissements spécialisés dans la fabrication de lait liquide et de produits frais s'est contracté en 2003 (- 4 unités), alors que dans le même temps les effectifs salariés progressaient de près de 1 %.

40 % de la collecte de lait étaient assurés par trois groupes en 2002 : Lactalis, Sodiaal et Bongrain-CLE. Ils étaient suivis par quatre coopératives (Laïta, Eurial-Poitouraine, Unicopa et le GLAC) et quatre groupes privés (Entremont, Danone, Nestlé et Bel).

Les géants des industries agro-alimentaires sont bien représentés sur le marché des produits laitiers. Néanmoins, ils doivent faire face à la concurrence des spécialistes. À leurs côtés interviennent de nombreuses coopératives en aval de la filière.

Danone, c'est aussi Taillefine, Bio et Actimel.

Nestlé, c'est aussi Sveltesse, La Laitière, Yoco.

[ET L'ALSACE ?]

En Alsace, l'équilibre apparent est dû à la présence d'un secteur de la glace important, qui génère de l'emploi dans la transformation, alors que la transformation laitière, au sens traditionnel, est assez peu représentée.

La production alsacienne est de 1,2 % de la production nationale, d'après Onilait/SCEES. La production de lait pasteurisé est présente dans les groupes également impliqués dans la production de lait UHT : Sodial, Lactalis et Alsace-Lait, marque de renommée locale.

> Noël, le sens du partage

Strasbourg tout entière illuminée

Depuis la fin novembre, le centre-ville s'est doté d'une parure de lumières qui lui donne un aspect féerique. Outre la porte de lumières de la rue du Vieux-Marché-aux-Poissons créée par l'association des commerçants Les Vitrines de Strasbourg, une deuxième porte a fait son entrée place d'Austerlitz, face au marché aux bredele qui s'est installé sur la place laissée disponible par les cars. Et, comme chaque année, le marché de Noël prend ses aises place de la Cathédrale, place Broglie, place Benjamin-Zix et du Marché Neuf, place Kléber, écrin du Village du partage. Quant à la place Gutenberg, elle est dédiée à l'artisanat et aux spécialités bulgares du pays invité d'honneur. Dans le bâtiment de la CCI, le hall d'exposition accueillera à nouveau les bouquinistes, installés derrière les superbes vitrines à la décoration signée Pierre Bardet, directeur des Vitrines de Strasbourg. Jusqu'au 24 décembre 2005.

[Contact CCI]
Christine Hansmann, 03 88 75 24 09

> Les courts séjours de Noël en Alsace

Pour vos familles et amis

Un catalogue de l'ADT (Agence de développement touristique du Bas-Rhin) propose une offre complète (nuitées, petits déjeuners, repas gastronomiques, visites ou dégustations). Histoire de découvrir les traditions authentiques dans sept pays de Noël.

[Site] **www.tourisme67.com**

Noël approche....

La 4e édition des Noëlies

Jusqu'au 6 janvier

24 manifestations culturelles et spirituelles à travers 14 lieux situés sur l'ensemble de l'Alsace, pour nourrir et renforcer un courant spirituel séculaire, à côté du courant festif… et séculier.

L'objectif de l'association «Noël en Alsace» est, depuis quatre ans, de renouer avec les origines et le sens de Noël. D'Aspach à Grendelbruch, ce sont des enfants venus de Lettonie, de Pologne et de Hongrie qui auront convergé vers l'Alsace. De Haguenau à Rouffach, leur message sera repris tantôt par de grands orchestres, tantôt par des sculpteurs et des photographes. Et les nativités de nos deux plus grands musées d'Alsace (Unterlinden à Colmar et Beaux-Arts à Strasbourg) seront commentées au cours d'exceptionnelles visites. Parmi les moments forts, le spectacle «Plume d'Ange» par les Élastonautes le 15 décembre à Barr, les concerts du 18 décembre au Palais des fêtes (trois chœurs de jeunes de la nouvelle Europe), la conférence Gutenberg le 15 décembre en l'Église Saint-Pierre-le-Jeune : «Noël, je crois, Noël j'achète», un débat animé par Jacques Fortier autour d'un sujet qui pose la question du sens de Noël (un site dédié accueille les réactions du public : www.noeljachete-noeljecrois.com), les expositions de sculptures à l'Église Saint-Thomas et au CIAL (jusqu'au 31 décembre et au 10 janvier).

L'opération Noëlies est financée à 55 % par la Région Alsace, le restant par des partenaires institutionnels et privés. L'entrée est libre pour les chœurs et les expositions, les spectacles et les concerts sont à 9 € pour les adultes et 4 € pour les enfants.

[Site] www.noelies.com

LOISIRS

> Jusqu'au 8 janvier

Europa-Park revêt son manteau blanc

Après les festivités de Halloween, son potiron de 417 kg, ses attractions terrifiantes et sa parade nocturne, Europa-Park revêt des habits de fête. Des centaines de sapins décorés de milliers de boules étincelantes et multicolores, des kilomètres de guirlandes lumineuses, des spectacles dédiés au thème de l'hiver et de Noël. Comme chaque année, un authentique marché de Noël se tiendra dans le quartier allemand, exposant une multitude d'objets d'artisanat. Dans le Dôme, la grande revue de cirque proposera un spectacle audacieux. Et puis, le célèbre dîner de gala réalisé par Émile Jung, Le Crocodile.

[Contact] **03 88 22 68 07** [Site] **www.europapark.fr**

Du 12 au 15 mars 2006 au Parc des expositions à Strasbourg

Egast 2006 – 11e édition

Créé en 1986, ce salon professionnel de l'équipement, de la gastronomie et des services fêtera ses vingt ans sous le signe de la diversification et de l'innovation. Grâce au dynamisme du président du comité d'organisation de l'édition 2006, Thomas Riegert (Cafés Reck, membre titulaire de la CCI), le salon prend un nouvel envol. Il élargit son offre en matière d'équipements annexes, arts de la table, décoration, vêtements professionnels, services, agroalimentaire. «*Nous avons une légitimité forte en Alsace, où l'industrie agroalimentaire a des atouts à mettre en avant*», souligne Claude Feurer, directeur de Strasbourg Événements, qui espère bien augmenter le nombre des 21 000 visiteurs atteint en 2004. Partenariat a également été noué avec le salon Hogaka de Karlsruhe, débouchant sur une vingtaine d'exposants pour une surface de 250 m².

La fête de la profession, un grand moment de plaisir

Au menu, une inauguration en présence de grands chefs contemporains : Hervé This (F), Heston Blumenthal (GB), Pierre Gagnaire (F), Émile Jung (F), Jean-Georges Klein (F), Denis Martin (CH), Ettore Bocchia (I). Thème : l'innovation culinaire en Europe. Une exposition de savoir-faire culinaires à la fois audacieux et surprenants, animée par l'initiateur et le théoricien de la gastronomie moléculaire, le physico-chimiste, Hervé This.

Le café de la tribune

Lieu de débats et de conférences, le café de la tribune réunira les métiers de bouche, alors que des trophées, concours et dégustations ponctueront le salon où des stands présenteront également les possibilités de formation, de recrutement et de transmission d'entreprises dans le secteur de l'hôtellerie-restauration. À noter sur vos agendas !

[Site] www.egast.tm.fr