

► Dans ce numéro
Une invitation gratuite
à Préventica

INDUSTRIE > Dossier

L'avenir de l'industrie en Alsace

22 L'innovation et la recherche,
moteurs du développement



28 Allemagne
Innovation et transfert de technologie
La réponse à la crise ?

COMMERCE
Observatoire
du commerce

12 Mieux connaître le tissu
commercial et les attentes
des consommateurs

COMMERCE
Ventes
réglementées

16 Promotions, soldes,
ventes-liquidations... :
tout ce qu'il faut savoir

MÉTIERS
Salles de
remise en forme

46 Une clientèle en
recherche de bien-être

SERVICES

[Ouvrage]

> Développement durable et entreprises, un défi pour les managers

Le développement durable associe trois objectifs : efficacité économique, équité sociale, préservation de l'environnement. Cette publication de l'AFNOR s'adresse à tous les dirigeants en quête d'outils stratégiques. Ils y trouveront des repères, des témoignages d'entreprises et une analyse des référentiels existants. Une édition conjointe de l'Observatoire sur la responsabilité sociétale des entreprises et de l'Association Française de Normalisation (AFNOR).

110 pages, 2004, 25 € TTC

[Contact CCI] Blandine Cazaubon
03 88 75 25 53

b.cazaubon@strasbourg.cci.fr

> GHA + HFA = Domial
Une enseigne commune

Groupe Habiter Alsace (GHA) et Habitat Familial d'Alsace (HFA) ont fusionné leurs activités et leurs



moyens pour fonder, sous une même

enseigne, le groupe Domial. Celui-ci propose ainsi tous les métiers de l'immobilier et de l'habitat.

Le siège de Domial est à Horbourg-Wihr (68) et compte quinze agences, du nord au sud de l'Alsace. Il a intégré les 270 collaborateurs des deux anciens groupes et prévoit la création d'une dizaine de postes cette année.

[Contact] 03 89 30 80 80
www.domial.fr

> Sefraco : traductions français coréen

Dirigée par Seun-Kyong Hollender, associée gérante, la société Sefraco (Strasbourg) propose des prestations de traduction dans les deux sens : du français vers le coréen et du coréen vers le français. Une

Le Crédit Agricole s'allie aux écoles pour séduire de futurs collaborateurs

Destiné à renforcer son image auprès des jeunes, un partenariat a été signé par le Crédit Agricole Alsace Vosges avec quatre établissements universitaires.

Première étape de cette opération pilote : l'organisation d'un prix de l'initiative, qui récompensera des projets initiés par des étudiants dans le cadre de leur cursus scolaire. Bernard Lolliot, directeur général du Crédit Agricole Alsace Vosges, vit un paradoxe : «*Nous avons de plus en plus de clients jeunes - 21% ont moins de 25 ans - et en même temps, des difficultés à recruter des jeunes*». Phénomène qui selon lui ira en s'accroissant, puisque d'ici 2008, il devra faire face aux nombreux départs à la retraite. «*Nous avons besoin de personnes ambitieuses et évolutives, capables de suivre des formations en interne*», ajoute-t-il.

La banque qui accompagne les étudiants dans leurs projets
Pour montrer qu'il y a des débouchés possibles dans le secteur de la banque, le Crédit Agricole a décidé de son



programme pédagogique comme un challenge stimulant et formateur. Seront récompensés un projet ou une idée personnelle ou professionnelle mis en œuvre par des étudiants. À la clé un prix de 1 500 € par école, le prix régional étant de 3 000 €. Rendez-vous fixé aux participants : le 11 mai, à l'occasion d'une «nuit de l'initiative». Partenaires : l'École supérieure de Commerce de Strasbourg IECS, l'Institut Universitaire de Technologie IUT de Colmar, l'École nationale supérieure de technologies du bois ENSTB, l'école nationale du génie de l'eau et de l'environnement ENGEES. Gageons que l'IUT de Colmar et l'IECS font déjà partie des sources fiables de recrutement pour la banque.

Le Crédit Agricole prévoit d'ouvrir dix agences d'ici 2008 et d'embaucher 80 à 90 personnes par an dans les dix années à venir. Objectif 2004 : 1500 salariés. 300 embauches par an sont prévues entre 2004 et 2007. Profils recherchés : de Bac +2 à Bac +5. <

indication de coût unitaire pour une page type (800 syllabes par page en coréen, 300 mots de toutes natures, y compris articles, préposition, etc. par page en français) : 40 € HT ; 47,84 € TTC.

Documentation technique : 60 € HT ; 71,76 € TTC.

Pour des documents plus spécialisés (contrat, mode d'emploi complexe), sur devis.

[Contact] 03 88 65 99 53
sefraco@wanadoo.fr

[ANNIVERSAIRE]

> Éléphant Bleu : 17 ans de franchise, 30 ans d'histoire



Créée par Hypromat en 1987, la société alsacienne spécialisée dans les équipements de lavage, Éléphant Bleu, fait partie des réseaux de franchises les plus étendus avec 800 centres en Europe, dont 526 en

France. Historiquement parmi les premières, l'enseigne référence dans la franchise fait partie des plus rentables. Elle vient de fêter ses trente ans d'innovation technologique. Hypromat a en effet introduit le lavage haute pression auprès du grand public et présente la meilleure qualité de lavage en utilisant les systèmes les plus avancés du marché. C'est aussi la première enseigne à s'engager sur l'économie d'eau et le respect de l'environnement.

[Contact] 03 88 69 23 69
www.elephantbleu.com

[Parkings de Strasbourg]
> Un nouveau guide utile et riche en «bons plans»

Gratuit, facile à glisser dans la boîte à gants, le nouveau guide «Parcus» des parkings de Strasbourg donne ses informations en trois langues : français, anglais, allemand. Il s'adapte aux rythmes des sorties en indiquant les tarifs «soirée» (de 20h à 2h) et «nuit» (de 2h à 7h) pour certains parkings. Des indications sont également proposées selon la provenance de l'automobiliste et ce qu'il compte faire

à Strasbourg. Tarifs et conseils intéresseront ceux qui souhaitent utiliser le parking à l'aéroport. Outre le plan de localisation et les capacités d'accueil, le guide révèle aussi quelques petites astuces. Par exemple, certains parkings sont gratuits de 20h à 2h du matin de même que les premières trente minutes dans les parkings Canal, Serres, Porte-de-l'Hôpital et Gare.

[Contact] 03 88 27 09 09
www.parcus.com

[Strasbourg-Casablanca]
> Desserte renforcée

Depuis fin mars, la compagnie Royal Air Maroc assure la liaison Strasbourg-Casablanca les mardis, jeudis, samedis. Et à compter du 27 juin, liaisons supplémentaires les mercredis et dimanches. Royal Air Maroc a également mis en place, dans le cadre du développement de ses dessertes point à point, une liaison régulière hebdomadaire directe Strasbourg-Agadir, assurée tous les samedis.

[Contact] 08 20 82 18 21

> suite p. 4

Promotions, soldes, ventes-liquidations : tout ce qu'il faut savoir

16

La réglementation des ventes est complexe et évolue constamment. Il est important de se tenir bien informé pour éviter les infractions. <



L'innovation et la recherche, moteurs du développement

22

Malgré un recul significatif et une position devenue vulnérable du fait des restructurations et des défaillances d'entreprises, l'industrie joue toujours un rôle prépondérant dans la prospérité économique alsacienne. Sa forte densité de PMI, dynamiques et exportatrices, est un atout. Si certaines activités sont vouées à disparaître, beaucoup d'établissements, de très petites entreprises essentiellement, veulent tirer leur épingle du jeu en misant sur la recherche, le développement et la production de haute technologie. <



1 NOUVELLES

6 INSTITUTION

> Élections à la CCI
Ce qui va changer!



8 COMMERCE

> Commerçants, artisans et industriels de Lingolsheim
Animer et être à l'écoute des adhérents

10 > «Esprit commerce»
12 mai : participez à une rencontre avec les commerçants de Karlsruhe

11 > Interférence
La chemise italienne en vente directe

12 > Enquête novembre 2003
Observatoire du commerce
Mieux connaître le tissu commercial et les attentes des consommateurs

20 INDUSTRIE

> Prévention de la légionellose
Les tours aéroréfrigérantes sous contrôle

30 CRÉATEURS

> Isabelle Horn et Éric Letem
Kéo : objets déco branchés

31 > Christine Vergne-Cordonnier
Cabinet conseil en ressources humaines spécialisé en coaching

32 JURIDIQUE

> Le titre Emploi-Entreprise
Formalités d'embauche simplifiées

33 FORMATION

> Nouveauté
Les offres de places d'apprentissage en ligne

34 > Gestion des clients agressifs

«Nous avons appris à mieux dire NON»

35 > Emploi des cadres
Prudence des employeurs pour 2004

36 SERVICES

> Étoilé Michelin 2004
Le Bistro des Saveurs à Obernai

37 > Comité Régional du Tourisme
L'Alsace cible les marchés anglais, suisse, allemand, américain et polonais

37 > EGAST
Une cuvée 2004 de qualité

38 > Salon Préventica
La maîtrise des risques professionnels et l'optimisation des conditions de travail

40 > Kieffer crée le Bureau Gourmand
La finesse de la gastronomie en coffrets-repas

42 > Gastronomie
Marc Koeniguer, La Belle Vue
Une cuisine traditionnelle et inventive, héritage de Denis Boulanger

«L'innovation et la recherche, moteurs de développement»

Par Richard Burgstahler,
président de la Chambre de Commerce et
d'Industrie de Strasbourg et du Bas-Rhin.

43 > TIC
«.fr» : ouvert
à tous en mai 2004
Les précautions à prendre

36 INTERNATIONAL

> Classe Export
Mieux aborder les
marchés des pays
étrangers

45 > Hoerbiger France
en Algérie
Un projet lancé en
collaboration avec la CCI
de Strasbourg

46 MÉTIERS

> Salles de remise
en forme
Une clientèle en recherche
de bien-être

La généralisation des 35 heures et la place croissante des seniors encouragent le temps libre dévolu à l'activité de remise en forme. Les gestionnaires de salles couvrent désormais de nombreux créneaux (body-building, fitness, sports de défense, aquagym, etc.) pour répondre à des segments de clientèles très variés. Sont également mises en valeur, des activités plus douces où bien-être, relaxation, esthétisme sont recherchés.

47 > La Cour de Honau
Pour les fous de sport
et les amateurs de détente

48 > Magic Fitness
à l'étroit, envisage son
développement à Rosheim

49 > L'eau vive
Ambiance conviviale
et clients fidèles

48 RENDEZ-VOUS

> Jardin des deux rives
Du 23 avril au 10 octobre :
le festival des deux rives

49 > Du 27 avril au 15 mai
«La Lituanie au cœur de
l'Europe» de Saulius Valius
Parc de l'Europe à Vilnius

N° 231 - Avril 2004
Le Point Économique
est édité par la CCI
de Strasbourg et du Bas-Rhin,
10, place Gutenberg
67000 Strasbourg
Tél. 03 88 75 25 25
point-eco@strasbourg.cci.fr
Directeur de la publication :
Philippe Grillault Laroche
(directeur général de la CCI)
Directeur de l'édition :

Philippe Edel (directeur de l'information économique de la CCI)

Rédactrice en chef :

Françoise Herrmann

Secrétariat : Chantal Kolb,

Catherine Slatine-Barusta

Comité de rédaction :

Thierry Bourgeois, Barbara Calligaro, Jocelyne Choukroun, Muriel Ischia-Weber, June Marchal, Marie-Claude Ouvrard, Claude Ribeiro, Sabrina Ripert, Nathalie Rolling, Christiane Sibieude, Loïck Villecourt.

Éditeur délégué :

André Rodeghiero (ADC)

Collaboration au rédactionnel :

Denis Lutz, Florence Baader.

Conception et réalisation :

Art Design et Communication

03 90 41 17 41

Illustrations :

Laurent Kling

Photos : 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 : 2^e trimestre 2004.

Publicité : Performance Média

Nathalie Bohl

Tél. 03 88 78 47 73

Fax. 03 88 78 87 50

n.bohl@performance-media.fr

Une invitation
Préventica liée au
rédactionnel page 38

Pour la deuxième année consécutive, l'emploi industriel a subi une dégradation en Alsace. Les plans sociaux et les délocalisations se sont multipliés en 2003. Pourtant, la région a de nombreuses cartes à jouer, comme en témoigne son tissu de PMI dynamiques et innovantes.

Je veux croire à un scénario optimiste et à une reprise de la croissance d'ici la fin du second semestre. Le gouvernement table sur une progression du PIB de 1,7% en 2004.

La Banque de France annonce une embellie dès l'été 2004, avec une hausse des chiffres d'affaires des industries alsaciennes estimée à 4,6% et une nette reprise de l'investissement.



S'adapter sans cesse

L'imagination, l'innovation, la prise de risques, la combativité à l'export, la formation constituent les lignes de force des initiatives prises par les entreprises. Ce numéro du Point Éco présente quelques expériences réussies, illustrées de coopérations avec les universités, écoles, laboratoires de recherche et les entreprises. Davantage soutenus, ces partenariats contribueront notamment à renforcer la mise en œuvre de nouveaux produits ou procédés qui feront la richesse de notre économie. Aux côtés des acteurs publics, la CCI propose des appuis techniques spécialisés. Le soutien à l'innovation est un axe d'intervention essentiel. Demain, la valeur ajoutée des entreprises dépendra de leurs capacités à mobiliser des ressources en recherche-développement dans leur environnement.

Plus d'Europe

L'amélioration du climat des affaires repose aussi sur la conjoncture internationale. Sur le moyen et le long terme, il faut construire l'Europe. La croissance enregistrée aux États-Unis et en Asie augure de carnets de commandes remplis pour les exportateurs. Il faut donc miser sur l'export. Je suis persuadé que malgré les chocs, la croissance peut revenir. Après le massacre de Madrid, nos États doivent être prêts à gérer une structure permanente de riposte aux crises. Gardons confiance dans notre capacité à réagir positivement dans le développement de nos affaires, pour mettre l'innovation au service de la paix. <

[Observatoire du véhicule d'entreprise]

> Un comparatif des équipements de sécurité des véhicules utilitaires

Les accidents routiers du travail engendrent 15 % des tués sur la route et sont à l'origine de 65 % des accidents mortels du travail. En raison de l'accroissement du trafic des véhicules utilitaires, l'Observatoire du véhicule d'entreprise a décidé de passer au crible plus de 2500 véhicules professionnels des seize principaux constructeurs présents sur le marché français. Cette étude comparative a permis de décerner des «étoiles de la sécurité» selon les équipements de sécurité et de confort. L'enquête a été recensée dans les publications de l'observatoire du véhicule d'entreprise sous le titre «Véhicules utilitaires et équipements de sécurité : pour un véhicule d'entreprise plus sûr».

[Contact] 01 41 14 18 18

www.observatoire-vehicule-entreprise.com

[Communauté urbaine de Lyon]

> Les avis d'appel public à la concurrence mis en ligne

La communauté urbaine de Lyon, souhaite faciliter l'accès à ses marchés et élargir le cercle des candidats à l'achat public. Pour cela, elle a décidé de mettre en



ligne, à partir du 16 février dernier, ses avis d'appel public. Petites ou grandes, toutes les entreprises pourront ainsi prendre connaissance des besoins de la collectivité en matière d'achat de fournitures, de travaux ou de services. L'objectif est de rendre plus efficaces, plus simples et plus transparentes les procédures d'achat public. Au-delà de l'aspect légal, le site propose également un volet pédagogique. Les entreprises pourront y trouver toutes les informations utiles pour «travailler» avec le Grand Lyon dont les achats ont représenté près de 340 M€ en 2002.

[Site] www.entreprendre.grandlyon.com

Armée pour l'ouverture des marchés

A trois mois de l'ouverture des marchés du gaz et de l'électricité aux clients professionnels, entreprises et collectivités locales, Électricité de Strasbourg met en avant ses atouts : enrichissement de l'offre et qualité de service. Forte de ses bons résultats en 2003 – 430 M€ de chiffre d'affaires (+1,4 % par rapport à 2002), un résultat net de 34,4 M€ – Électricité de Strasbourg mise sur de nouvelles offres et de nouveaux services tels que le conseil éclairage, la mise en place d'une gamme d'offres complètes pour le B to B, et une facilité d'accès à ses services, par le biais d'internet et d'un centre de contact entreprises. Autant d'atouts pour faire face aux prochaines étapes de l'ouverture des marchés : aux entreprises en 2004 et aux particuliers en 2007. Sans préjuger de l'avenir, Christian Buchel, directeur général, se montre confiant : «ES aborde le marché dans de bonnes conditions économiques et avec une forte mobilisation des salariés». Celui-ci s'engage à poursuivre la dynamique engagée ces dernières années et confirme son ambition d'un niveau de performance élevé au pro-



fit de l'ensemble de ses parties prenantes, en affirmant ses engagements de professionnalisme. En 2004, ES devrait investir 43 M€ dans le réseau, dans l'informatique et dans la logistique.

ES, 1083 salariés, est titulaire d'une triple certification : Iso 14001 (environnement), OHSAS 18001 (santé sécurité) et Iso 9001. <

OTT Imprimeur

Médaille de bronze du Kalenderschau 2004

Pour la cinquième fois, l'imprimerie Ott à Wasselonne remporte la médaille de bronze au concours organisé par le Kalenderschau de Stuttgart, qui met en compétition, sur près de 700 m² d'exposition, les plus beaux calendriers d'artistes. Cette année, ils étaient 753



candidats, issus de 156 pays du monde, à venir concourir. Le prix du Kalenderschau récompense la réalisation technique du document dans son intégralité : concept, présentation, gravure, fabrication,

etc. «Notre participation est en quelque sorte notre recherche fondamentale de l'année, commente Jean-Claude Ott, directeur de l'imprimerie de Wasselonne : nous testons encre et papiers, impression, couleurs, etc. Ainsi, avec une nouvelle trame, nous avons donné davantage d'éclat aux images. C'est un travail de mise à jour de nos connaissances et pratiques de métier, qui mobilise, au-delà du photographe, l'ensemble de la chaîne graphique : conception

graphique, prépresse et photogravure, impression, reliure, sérigraphie, etc.». Cerise sur le gâteau pour l'imprimerie Ott en 2004, le photographe sélectionné, Patrick Bogner, a obtenu le 1^{er} prix «Kodak Fotokalenderpreis». Sur les douze mois du calendrier intitulé «Le voyage vers Juazeiro», des images hautes en couleurs retracent son périple au Brésil.

Le calendrier, édité à 780 exemplaires, est offert aux clients de l'imprimerie. Histoire d'ancrer une démarche de qualité. <

[Contact] 03 88 59 11 22

> AXA Private Equity entre au capital de KDP Informatique

KDP Informatique (Lingolsheim), édite des logiciels spécialisés dans le domaine de l'application de CRM (Customer Relationship Management) pour le monde de l'entreprise. Elle propose une gamme de solutions qui répondent

aux besoins des entreprises soucieuses d'optimiser à la fois la gestion de la relation client et la productivité des forces de vente. KDP Informatique, c'est 14 ans d'expérience, 2 500 clients, 35 000 utilisateurs dans le monde et de nombreux intégrateurs en France et à l'étranger. La société, qui s'est développée jusqu'à présent en autofinance-

ment, maintient depuis cinq années un résultat d'exploitation autour de 35 % du chiffre d'affaires qui était de 3,3 M€ en 2002. L'investissement d'AXA Private Equity (40 % du capital) a été motivé par la volonté d'accompagner la société dans une nouvelle étape de son développement.

[Contact] 03 88 78 86 50

> K. INVESTIGATIONS étouffe ses prestations

Depuis sept années, le cabinet de conseil K. Investigations, dirigé par Yann Kretz, collecte, analyse et transmet des informations stratégiques à ses clients afin de déceler les opportunités et de réduire les risques liés au commerce. Il accompagne ainsi les entreprises dans leur souhait de protection et de développement économique.



En plus de ses deux pôles (lutte contre la délinquance économique et financière et le contentieux), il s'est entouré d'une équipe pilotée par Céline Debray, spécialisée dans la veille stratégique multiséctorielle, les nouvelles technologies de l'information et la communication.

[Contact] 0388224864
www.k-investigations.com

[TNT Express] > Le transport express international simplifié

TNT Express France lance une nouvelle offre de services simplifiée, «Start Express International», pour les expéditions de colis et documents à l'international, avec des réductions tarifaires et des solutions personnalisées.

De la préparation des documents d'expédition jusqu'à la livraison, les entreprises clientes bénéficient également d'un point de contact permanent.

TNT Express France, filiale à 100% du groupe hollandais TNT Post Group, est leader en France du transport express inter-entreprises. S'appuyant sur un réseau national de 120 sites, elle livre chaque jour plus de 300 000 colis et documents en France et 10 000 à l'international. Avec près de 4 300 collaborateurs, elle a réalisé 539 M€ de CA en 2002.

[Site] www.tnt.fr

[Nouveau au Hilton à Strasbourg]

> Le Churchill bar à vins

Ouvert du mardi au samedi de 17h30 à 22h30, le Churchill bar à vins vient d'ouvrir ses portes, complétant l'offre de restauration du Hilton à Strasbourg : le Jardin du Tivoli, le Bugatti Bar, la Table du Chef. Dans une atmosphère chaleureuse et raffinée, le sommelier Matthieu Villemin propose une sélection de vins au verre entre 4 et 8,50 € et une large palette de grands vins de 20 à 80 € la bouteille. En accompagnement, une large variété de baguettes au foie gras de canard ou rémoulade d'écrevisses aux petits légumes, etc. Formules dégustations.

[Contact] 0388255503

> Samep s'impose dans la sécurité

Le contrôle d'accès des parkings a été l'activité d'origine de l'entreprise créée par Claude Schohn en 1996. Avec ses trois agences (Paris, Nancy, Grenoble) et ses 25 salariés, Samep (société d'automatisation et de maintenance électrique de parkings) développe aujourd'hui «l'intelligence d'un parking». Cette prestation comprend la mise en place et la maintenance de systèmes de vidéo surveillance, de péage-comptage, d'interphonie et de signalisation électronique pour le stationnement public et privé. Lauréat national de la dynamique artisanale en 2002, Samep a élargi ses compétences dans les systèmes informatiques de gestion et de contrôles par badge dans les établissements scolaires.

[Contact] 0388141200, www.samep.fr

INDUSTRIE

[Extenzo, plafonds tendus]

> Le plafond climatisant nommé à Interclima 2004

Extenzo Climatick, plafond tendu climatisant, combine les avantages du plafond tendu (esthétique, choix des teintes et matières, rapidité de pose) avec un système de régulation d'air calibrée. Ce plafond offre une combinaison idéale entre le

Immatriculation des cyclomoteurs

Bientôt la télé procédure

Il est déjà possible de déclarer un achat ou une cession de véhicules via Internet. Dès le 1^{er} juillet 2004, vous pourrez demander un certificat d'immatriculation pour les cyclomoteurs neufs. Les vendeurs de véhicules neufs ou d'occasions seront concernés au 1^{er} janvier 2005.

Avantages de cette dématérialisation :

un service complet et rapide en demandant par Internet le certificat d'immatriculation du cyclomoteur vendu. Le client le reçoit quelques jours plus tard par courrier à son domicile. Téléc@rte grise nécessite une inscription dans votre Préfecture et l'achat d'un certificat d'identité électronique. <

[Pour plus de renseignements sur les télé procédures Téléc@rte et Téléc@rte grise]

Lise Thevenot, 0388752555, chambersign@strasbourg.cci.fr



Dirigeant

> Jean Meyer, Alsatel



Jean Meyer a rejoint le groupe Alsatel à Wolfisheim. Directeur général délégué, il travaille aux côtés de Madame Dominique Danon, PDG. Créée en 1947, Alsatel est une société de services de 300 personnes spécialisée dans l'ingénierie, l'installation et la maintenance dans les domaines des télécommunications d'entreprise, de la radiocommunication, des réseaux informatiques, des systèmes d'impression et de la sécurité. Son chiffre d'affaires se situe à 30 M€.



rayonnement et le déplacement d'air à faible vitesse.

Un jury, composé de représentants d'organisations professionnelles, a nommé ce produit à Interclima, le salon international du génie climatique qui s'est tenu à Paris au début du mois de février. Le choix du jury s'est basé sur plusieurs critères : la performance technique, la facilité de mise en œuvre et de maintenance, l'hygiène et le confort d'utilisation, le design et l'ergonomie. Cette récompense saluait la créativité de cette entreprise qui a remporté, il y a quelques années, le Trophée export de la CCI de Strasbourg.

[Site] www.extenzo.com

COMMERCE

[Boutique]

> Ultra Orange veut séduire les «18-50 ans»

La boutique Ultra Orange, imaginée par Gaston Kopferschmitt, propose des tenues aux formes géométriques et ludiques de jeunes créateurs. Parmi eux «Tim Bargeot» et «Pygmées» en exclusivité. Sobre mais également «glamour», l'esprit se veut contemporain et décalé pour hommes et femmes attentifs à leur apparence. Ultra Orange veut se distinguer par ses lignes de mode devenues des basiques et propose également accessoires design et intemporels, collants londoniens et babouches, T-shirts «tendance» et chapeaux aux formes joyeuses pour l'été.

[Adresse] 8, avenue de la Marseillaise, 67000 Strasbourg

Ce qui va changer !

En novembre 2004 se tiendront les prochaines élections consulaires. Différents textes législatifs et réglementaires ont modifié les règles électorales de manière substantielle. Voici les principaux changements.



Mandat à cinq ans

Jusqu'à présent, les membres titulaires étaient élus pour six ans et l'assemblée renouvelée tous les trois ans pour moitié. Désormais, les mandats seront de cinq ans et l'assemblée renouvelée totalement à chaque élection.

Vote par correspondance

Si, parallèlement au vote physique à la mairie, le vote par correspondance existait déjà, ce dernier deviendra désormais le seul mode électoral. Dans certaines CCI cependant, un vote électronique sera testé, à titre expérimental.

Modification du corps électoral

Pour être électeur, il faudra être commerçant depuis deux ans au moins – et non plus cinq comme précédemment –, représentant légal d'une entreprise qui exerce son

activité également depuis deux ans au moins, ou être désigné par les dirigeants comme électeur supplémentaire pour les entreprises d'une certaine taille.

Réduction de l'âge d'éligibilité à 18 ans

Pour être éligible aux CCI, il faudra être âgé d'au moins 18 ans, et non plus 30 ans.

Extension aux ressortissants de l'Union européenne

Désormais, l'éligibilité sera ouverte aux citoyens des 15 États-membres

de l'Union européenne, à ceux des 10 pays entrants le 1^{er} mai prochain, ainsi qu'à ceux du Liechtenstein, de la Norvège et de l'Islande, car signataires de l'accord de l'Espace économique européen.

Délégués consulaires

Ils n'auront plus de fonction au sein des CCI. Leur seule mission consistera à élire les juges consulaires. <

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com

Annonces cet espace vous est réservé !

performance
MEDIA

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

Commerçants, artisans et industriels de Lingolsheim Animer et être à l'écoute des adhérents

Présidée depuis huit années par Francine Créquer, l'Association des commerçants, artisans, industriels et libéraux de Lingolsheim et environs réunit près de 70 membres. Elle participe avec énergie et enthousiasme à la vie et au développement économique de la commune. Depuis le mois d'octobre, l'association a recruté, à temps plein, une nouvelle permanente, Nathalie de Riz, pour coordonner l'ensemble de ses projets. «*Il s'agit avant tout d'être à l'écoute des membres*» précise la permanente qui rappelle que «*les projets d'animations ne manquent pas*». Le loto organisé en novembre dernier par l'association avait rassemblé près de 800 personnes, un véritable succès dont les bénéfices vont

servir aux futures animations. Le marché de Pâques, par exemple, avec la présence d'une trentaine d'artisans et ses animations à l'attention des jeunes, a, une nouvelle fois, été une réussite. L'attention délicate des commerçants – des roses sculptées en bois remises aux mamans –, à l'occasion de la fête des mères, ainsi que la braderie, le 12 juin prochain, sont autant d'actions pilotées de main de maître par l'association.

«Les projets
d'animation ne
manquent pas».



[Nathalie de Riz]

Mais l'opération phare reste sa participation au salon «Maisons de Printemps» au Wacken, ce mois d'avril. À nouveau, une douzaine d'artisans de Lingolsheim vont pouvoir présenter leurs savoir-faire sur un stand commun de 400 m². Une opération d'envergure où dépliants et informations sur le commerce de la ville vont également être distribués au public.

La communication interne est aussi prépondérante : chaque mois, après la réunion du comité, tous les membres seront destinataires, par fax, d'un petit journal précisant les dernières décisions ainsi que les actions en cours. Communiquer et être à l'écoute : la recette de l'efficacité de l'association. <

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com 

Annonces cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

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

12 mai : participez à une rencontre avec les commerçants de Karlsruhe

Différentes réunions d'information, conférences et autres animations organisées par la CCI de Strasbourg et du Bas Rhin, vont désormais se dérouler sous l'égide d'un label baptisé « Esprit commerce ». Les prochaines rencontres-déjeuners, qui se tiendront de manière régulière les mardis entre 11h et 13h30 à la CCI de Strasbourg, développeront les thèmes suivants : « La fidélisation des salariés » (2^e trimestre), « Événements et communication » (3^e trimestre), « Le bail commercial » (3^e trimestre), « Vos relations avec les organismes publics » (4^e trimestre) et « Optimiser votre informatisation » (4^e trimestre).

Tout au long de l'année, des visites

de sites commerciaux, des voyages ou encore des rencontres à thème seront proposés. Ainsi, une première journée d'échanges franco-allemands, le mercredi 12 mai, est mise sur pied par la CCI de Strasbourg et l'IHK de Karlsruhe.

Croisement d'expériences

L'objectif de ce déplacement en autocar est d'apporter une connaissance plus juste et un état des lieux des sites commerciaux ainsi que des « centre-villes » de l'autre côté de notre frontière. Le groupe de commerçants français pourra découvrir, accompagné de confrères allemands, les infrastructures commerciales du centre de Karlsruhe, le centre commercial en



construction et la zone commerciale à proximité de Baden-Baden. L'après-midi suivant le déjeuner pris en commun sera consacré à l'échange d'informations et d'expériences commerciales diverses.

Cette rencontre permettra aussi

d'évoquer les moyens à mettre en place pour mieux accueillir les consommateurs allemands en Alsace. Des informations sur les médias du pays voisin pour mieux communiquer seront fournies. Cette journée instructive donnera un éclairage sur les différences culturelles entre consommateurs français et allemands. Elle sera l'occasion de réfléchir à une meilleure coopération entre commerçants.

Ces rencontres renforceront la collaboration entre la CCI de Strasbourg et l'IHK de Karlsruhe. <

Participation

Adhérents « Esprit commerce » : 30 €

Autres commerçants : 40 €

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com CCI

Annonces cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

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

La chemise italienne en vente directe

Initiative originale que celle de Benjamin Louis, qui a créé un showroom dans son appartement afin de vendre des chemises italiennes, moyen et haut de gamme, dans un circuit confidentiel et non traditionnel. Sa cible est en effet le particulier qu'il reçoit sur rendez-vous.

Les amateurs d'originalité, adeptes du style italien, sont assurés de trouver une pièce unique chez Benjamin Louis. Depuis son installation en décembre 2003, son concept a réussi à séduire des clients par le bouche à oreille. Deux marques leur sont proposées : Stefano Conti et Cassera, chemises issues de deux PME italiennes qui tissent et fabriquent sur place, dans le nord de l'Italie. De 60 à 130 € pièce, ces chemises en coton double retors sont proposées en modèles uniques, dans une gamme de tissus de qualité aux



[Benjamin Louis]

caractéristiques multiples : coupes cintrées, classiques, modèles classiques avec touche d'originalité, tendance avec des grands cols ou doubles cols, cérémonie, manchettes, double boutonnage... Il est quasiment impossible de ne pas trouver son bonheur.

C'est après plusieurs voyages en Italie, notamment à Milan, à Rome et à Florence, capitales de la mode, que Benjamin Louis, ancien stagiaire MIM à l'IFA, a décidé de se lancer sur ce créneau, pratiquement inexistant en France. Parallèlement à cette vente en

direct, il essaie de développer la vente aux détaillants sur le reste de la région Est, l'Allemagne et la Belgique. Mais il nourrit d'autres projets comme la vente d'accessoires : cravates, ceintures, boutons de manchettes et... chaussures. Pourquoi Interférence? «Parce que j'aime la tonalité du mot, mais aussi sa signification, j'interfère dans le schéma classique de la distribution, mes chemises sortent du conformisme».

Une affaire à suivre. <

[ARCO 16]

Un nouveau guide et une découverte de Francfort

L'Association des artisans et commerçants du pays de Wissembourg, Arco 16, a organisé, les 21 et 22 mars, une visite de Francfort à l'intention de ses membres. Après une première initiative réussie l'an passé (la découverte du ministère des

Finances à Paris), l'association a suggéré un séjour de deux jours dans la capitale économique allemande. Le programme comportait les visites du centre-ville, de la plateforme panoramique du Main Tower, la découverte du siège de la

Banque Centrale Européenne ainsi qu'un dîner dans le cadre superbe de l'Alte Oper. Une rencontre a également eu lieu avec l'Association des Alsaciens à Francfort. Le nouveau guide de l'association ARCO 16 sera édité prochainement. Les commer-

çants et artisans qui souhaitent rejoindre l'association sont les bienvenus.

[Contact CCI]
Luc David, 03 88 75 25 85
l.david@strasbourg.cci.fr

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com CCI

Annonces cet espace vous est réservé !

performance
MEDIA

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

Comment attirer les consommateurs, de plus en plus versatiles ? À quoi ressemble le paysage des commerces de détail et des services aux particuliers dans le département ? Réponses dans ce dossier.

Mieux connaître le tissu commercial et les attentes des consommateurs



Une étude, élaborée et réalisée récemment par la CCI, conclut que la répartition des établissements, par famille d'activité et par surface dans le département, est disparate. Selon l'arrondissement, les établissements ne proposent pas aux consommateurs des offres identiques. L'ensemble de ces résultats devrait permettre d'affiner et d'éclairer les analyses thématiques et sectorielles, sur les comportements des consommateurs, afin d'adapter l'offre à la demande. Et ultérieurement, d'imaginer de nouveaux concepts.



Observer les comportements d'achat des consommateurs selon une méthodologie rigoureuse est une des missions de la Direction du commerce de la CCI. Cet Observatoire de la demande et de l'offre, étoffé régulièrement par des enquêtes diverses, se propose également de donner une idée de l'évolution du secteur commercial, par l'examen des grandes tendances, dans sa globalité ou par secteur. Tous ces indicateurs réunis apportent ainsi une série d'éléments utiles pour les ressortissants de la CCI. Ils arrivent à mieux se situer dans un contexte concurrentiel et à identifier plus précisément les besoins des consommateurs. «L'observatoire, composé de résultats d'enquêtes et de bien d'autres données dont les présentations cartographiques, est un outil indispensable pour une meilleure compréhension du territoire» confirme Jacques Salsac, directeur du commerce à la CCI. Afin de compléter ces collectes régulières d'indicateurs, l'Observatoire du commerce s'est enrichi d'une base de données, plus fine encore, sur l'offre commerciale et les services aux personnes, une radiographie des commerces existants.

Un état des lieux des commerces de moins de 300 m²

Mieux connaître le tissu économique grâce à un recensement rigoureux (essentiellement les commerces de moins de 300 m²) est l'objectif de l'enquête menée en novembre dernier.

Le but est de posséder une représentation plus précise des commerces selon leur surface d'exploitation, leur classification (commerce ou service), leur forme d'exploitation (indépendant, franchisé, succursaliste), leur nombre de salariés, leur famille d'activité et la localisation géographique par arrondissement. Toutes ces informations, directement recueillies auprès de commerçants, permettent ainsi d'a-

voir une «photographie» conforme au tissu économique du département.

9 000 questionnaires ont été adressés à l'ensemble des commerçants du département, à partir du fichier CCI, et complétés par les observations des conseillers CCI de chaque secteur.

673 questionnaires sont exploitables, soit un taux de retour de 7%, et vont servir de base à diverses analyses.



Sur l'ensemble des établissements interrogés, 88% sont des indépendants, 8% des franchisés et 4% des succursalistes. Par contre, si l'on ne tient compte que des grandes surfaces (les + de 300 m² soit plus d'un million de m² dans le Bas-Rhin), ces proportions sont inversées en raison de l'implantation très importante sur le département des enseignes Coop, Atac (tous des succursalistes) et Système U.

Chez les moins de 300 m², la part des indépendants est de 92%. Les commerces du secteur Culture-Loisirs sont à 12% des franchisés; ceux de l'Équipement de la personne le sont à hauteur de 9%. Les commerces de Bricolage-Jardinage-Fleurs sont, pour la plupart, des indépendants.

L'enquête met également en

lumière la proportion plutôt importante de franchisés dans les arrondissements de Strasbourg et de Haguenau (respectivement 9 et 11%).

64% de responsables hommes

En ce qui concerne l'âge moyen du responsable, on relève que, sur l'ensemble des établissements enquêtés, celui-ci est de 45 ans : 36% ont entre 20 et 40 ans et 31% plus de 60 ans. L'enquête établit

également la forte présence masculine à la tête de ces établissements : 64% des responsables sont des hommes, et cette proportion est nettement plus forte dans les commerces de plus de 300 m² où huit responsables sur dix sont des hommes. Dans les commerces traditionnels et les services de moins de 300 m², la présence féminine à la tête des établissements augmente et atteint les 38%. Certes sans réelle surprise, on constate que le secteur de l'automobile compte 93% de responsables masculins tandis que le secteur Bricolage-Jardinage-Fleurs n'en comptabilise que 54%, tous arrondissements confondus.

Autre indicateur intéressant : l'effectif moyen de l'ensemble des structures est de huit personnes (salariés, non-salariés, > suite p. 15

[QUELQUES REPÈRES DANS LE BAS RHIN]

La fiche «habitudes de consommation»

Grâce à l'ensemble de ces données recueillies, une fiche «habitudes de consommation», selon la zone géographique et par produit, peut être élaborée de manière détaillée et rigoureuse, pour mieux appréhender la vitalité et l'équilibre commercial d'un territoire donné. Basé sur une série d'indicateurs tels la population, le comportement des ménages et ses dépenses, la forme de vente privilégiée ou encore l'estimation de l'évasion commerciale, un diagnostic personnalisé peut ainsi être proposé afin de répondre aux interrogations que peuvent rencontrer les commerçants ou associations de commerçants. Un outil d'accompagnement pour gagner en efficacité mais qui ne peut être pertinent sans l'appui de conseiller.

Prix : 59,80 € TTC

[Contact CCI]

Nathalie Rolling, 0388752485
n.rolling@strasbourg.cci.fr

[RECHERCHE PANEL]

L'Observatoire du commerce recherche pour ses études, des commerçants disponibles pour répondre, de manière régulière, à ses différentes enquêtes. L'objectif est d'affiner les analyses et les expertises que la CCI propose pour mieux connaître le tissu commercial. Vos réponses et vos observations régulières apporteront ainsi des connaissances fondées davantage sur l'évolution du secteur commercial dans le Bas Rhin.

[Contact CCI]

Patricia Bouilleaux, 0388752557
p.bouilleaux@strasbourg.cci.fr

Commerces et services par arrondissement
Études commerçants - novembre 2003

Source : Observatoire du Commerce - février 2004

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Haguenau		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	30	187
Automobile/Cycles/Essence	20	94
Bricolage/Jardinage/Flours	25	45
Culture/Loisirs	7	46
Divers	5	54
Équipement maison	18	72
Équipement personne	12	154
Autres commerces	7	0
Services/Santé/Tabac	0	347
Total	124	999

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Wissembourg		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	17	121
Automobile/Cycles/Essence	1	45
Bricolage/Jardinage/Flours	8	29
Culture/Loisirs	0	21
Divers	0	30
Équipement maison	3	26
Équipement personne	1	50
Autres commerces	1	0
Services/Santé/Tabac	0	124
Total	31	446

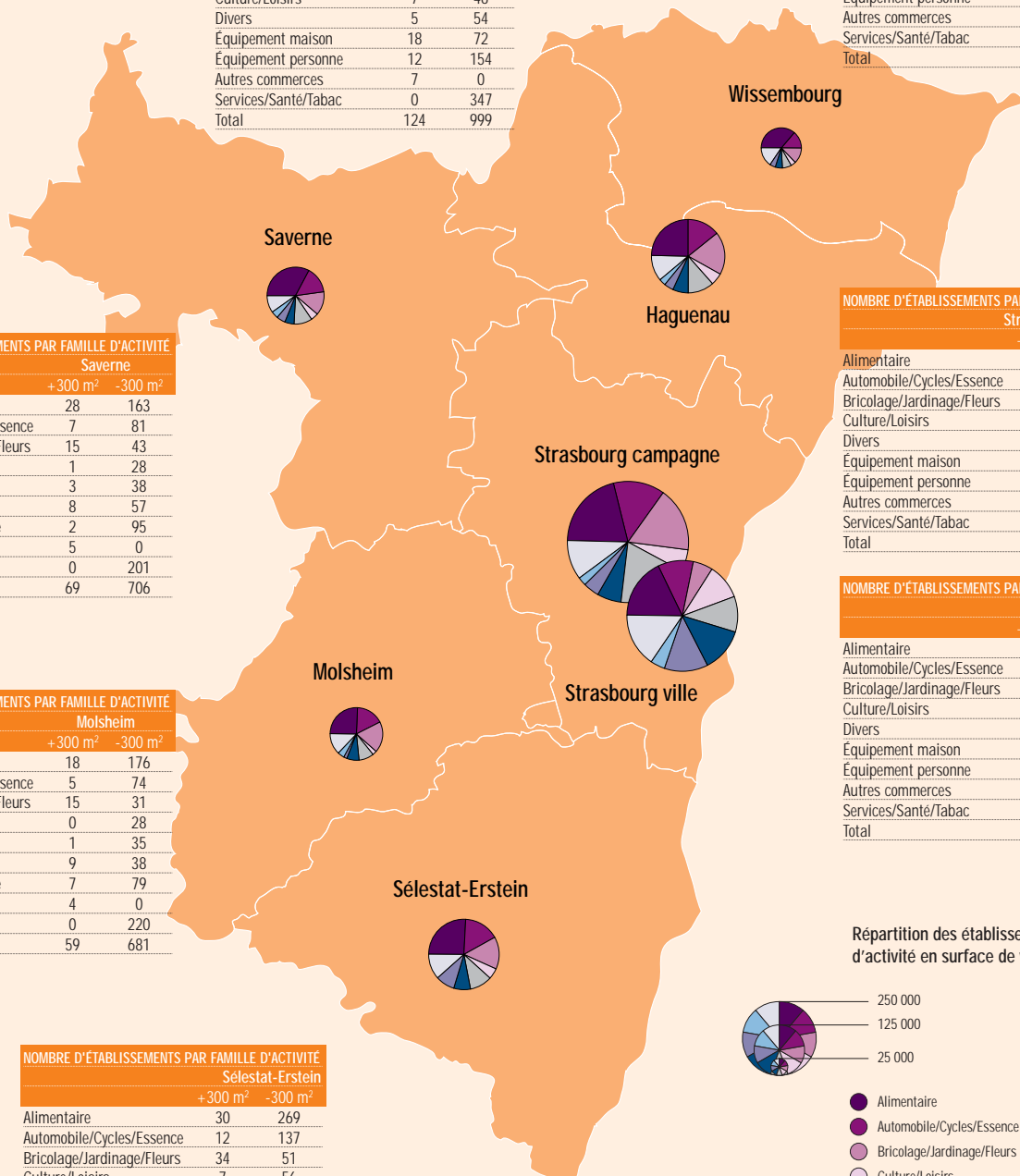
NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Strasbourg campagne		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	53	364
Automobile/Cycles/Essence	27	242
Bricolage/Jardinage/Flours	31	115
Culture/Loisirs	21	74
Divers	7	141
Équipement maison	60	111
Équipement personne	33	138
Autres commerces	12	0
Services/Santé/Tabac	0	640
Total	244	1825

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Strasbourg ville		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	51	507
Automobile/Cycles/Essence	21	140
Bricolage/Jardinage/Flours	10	103
Culture/Loisirs	21	213
Divers	10	262
Équipement maison	18	157
Équipement personne	24	590
Autres commerces	9	0
Services/Santé/Tabac	0	913
Total	164	2885

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Saverne		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	28	163
Automobile/Cycles/Essence	7	81
Bricolage/Jardinage/Flours	15	43
Culture/Loisirs	1	28
Divers	3	38
Équipements maison	8	57
Équipement personne	2	95
Autres commerces	5	0
Services/Santé/Tabac	0	201
Total	69	706

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Molsheim		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	18	176
Automobile/Cycles/Essence	5	74
Bricolage/Jardinage/Flours	15	31
Culture/Loisirs	0	28
Divers	1	35
Équipement maison	9	38
Équipement personne	7	79
Autres commerces	4	0
Services/Santé/Tabac	0	220
Total	59	681

NOMBRE D'ÉTABLISSEMENTS PAR FAMILLE D'ACTIVITÉ		
Sélestat-Erstein		
	+300 m ²	-300 m ²
Alimentaire	30	269
Automobile/Cycles/Essence	12	137
Bricolage/Jardinage/Flours	34	51
Culture/Loisirs	7	56
Divers	7	108
Équipement maison	15	71
Équipement personne	9	174
Autres commerces	5	0
Services/Santé/Tabac	0	323
Total	119	1189



Répartition des établissements par famille d'activité en surface de vente (m²)



- Alimentaire
- Automobile/Cycles/Essence
- Bricolage/Jardinage/Flours
- Culture/Loisirs
- Divers
- Équipement maison
- Équipement personne
- Autres commerces
- Services/Santé/Tabac

[QUELQUES REPÈRES, DANS LE BAS RHIN]

Les commerces de plus de 300 m²

- 810 commerces de plus de 300 m² de surface de vente, pour un total de 1080699 m², sont recensés dans le Bas-Rhin au 31 décembre 2003;
- 28 % de ces grandes surfaces sont à dominante alimentaire;
- le Bas-Rhin compte 20 hypermarchés et 183 supermarchés/hard discount;
- l'ensemble des grandes surfaces recense 17889 salariés, soit une moyenne de 22 employés par établissement. Cette moyenne passe à 40 salariés par établissement pour les grandes surfaces alimentaires;
- 1053 m² est la densité moyenne pour 1000 habitants, celle-ci se monte à 1374 m² dans l'arrondissement de Strasbourg-Campagne.

Les commerces de moins de 300 m²

- 8731 établissements sont répertoriés, au 15 janvier 2004 : 68% sont des commerces traditionnels et 32% des prestataires de services aux personnes;
- 30% des commerces traditionnels sont des commerces alimentaires;
- la densité pour 1000 habitants est de 872 m² dans le département. C'est l'arrondissement de Strasbourg Ville qui possède la densité la plus élevée (1069 m²) et celui de Wissembourg, la moins élevée (707 m²);
- les commerces traditionnels et les services aux personnes ont un effectif total de 35054 salariés : 31% travaillent dans l'arrondissement de Strasbourg Ville et 5% dans celui de Wissembourg.

Les résultats de l'enquête

Une fiche synthétique réunissant, dans ses grandes lignes, les résultats de l'enquête portant sur les commerces et services dans le Bas Rhin est disponible auprès de l'Observatoire du commerce. Vous y trouverez, à l'aide de tableaux et de graphiques, les établissements recensés par famille d'activité, par arrondissement et par surface de vente; les formes d'exploitation, le nombre de salariés et le CA moyen au m² et par famille y sont également présentés.

Prix de vente : 10 €

[Contact CCI]

Patricia Bouilleaux, 0388752557
p.bouilleaux@strasbourg.cci.fr

> suite stagiaires et apprentis), il passe à quatre personnes, dans les commerces et les services pour les surfaces de moins de 300 m². Pourtant l'effectif total est variable selon les domaines d'activités : il est plus faible dans les secteurs Bricolage-Jardinage-Fleurs et Équipement de la personne (trois personnes). Dans le secteur Automobile, l'effectif moyen se situe plutôt aux environs de sept personnes.

Locataires ou propriétaires?

Sur l'ensemble de l'étude, il ressort que 80% des commerçants disposant d'une surface de moins de 300 m² sont locataires de leur local commercial. La disparité est néanmoins importante selon la localisation : c'est dans l'arrondissement de Wissembourg que ce chiffre est le plus faible (54%), pour atteindre

89% à Strasbourg Ville.

La forme juridique de la majeure partie des établissements (44%) est la Sarl, 17% ont adopté le statut de commerçant ou d'artisan-commerçant. On remarque pourtant que la proportion de Sarl est nettement plus importante dans les commerces traditionnels que dans les services : 50% contre 36%.

Autre indication intéressante : 60% des commerces traditionnels sur le département, toujours pour les moins de 300 m², sont des créations, alors que 51%, en ce qui concerne les services, sont des reprises.

En complément de l'Observatoire des compléments d'achats

Tous ces éclairages complètent ainsi l'étude, réalisée en novembre 2002 auprès de 3000 ménages résidant sur 75 zones distinctes et

portant sur 81000 actes d'achat. Même si les modalités de l'enquête ont été différentes (définition des zones d'achat par secteur, communauté de communes ou par pays, par exemple), l'addition de ces données et le croisement de celles-ci, qualitatives et quantitatives, permettent d'avoir une radiographie instantanée satisfaisante. «*Cet Observatoire est une vraie valeur ajoutée qui renforcera les actions de la CCI auprès de ses ressortissants, des collectivités locales et de ses partenaires en général*», ajoute Jacques Salsac. Dans le secteur du commerce plus qu'ailleurs certainement, le besoin d'informations est vital. Il est indispensable de se situer face à l'évolution de la consommation et à la concurrence. Il faut aussi se repositionner et s'adapter, rapidement et en connaissance de cause. <

Trois questions à Nadège de la Conté, Développement Marketing Conseil

Nadège de la Conté réalise des études, quantitatives et qualitatives, sur la distribution et le commerce (elle intervient notamment en tant que «conseil marketing» pour la Place des Halles à Strasbourg)

Quel est, selon vous, l'apport de l'Observatoire du commerce pour un commerçant ou pour un futur commerçant ?

C'est un outil fondamental, un véritable baromètre, pour appréhender le marché et se situer face à la concurrence et face au comportement des consommateurs. Certes, l'Observatoire du commerce ainsi que les récentes données recueillies sur le commerce et les services aux particuliers sont une mine d'informations mais celui-ci ne peut pas être présenté sans explications ou sans argumentaires au commerçant ou futur commerçant. Il s'agit d'en extraire les lignes directrices avec des commentaires approfondis.

Quels éléments retiendriez-vous pour conseiller un commerçant qui souhaite se repositionner vers un nouveau cœur de cible ou une nouvelle activité ?

Grâce à tous ces éléments que la CCI détient, le commerçant dispose d'un maximum d'informations, un tableau de bord précis. C'est assez rare de posséder un tel instrument aussi performant, mais, si celui-ci n'est pas régulièrement enrichi et actualisé, il ne sera plus d'aucune utilité. Ces indications peuvent également inciter le commerçant à parfaire son analyse en tenant un fichier clients plus performant pour aboutir à des analyses moins fragiles et à les vérifier sur son territoire. Cela me semble plus judicieux avant d'envisager toute évolution ou toute restructuration de son offre.

Le consommateur est aujourd'hui, de toute évidence, davantage versatile que fidèle. Quels outils, autres que ces types d'enquêtes, peuvent intervenir pour accompagner le commerçant dans sa quête d'information pour adapter ses offres et ses produits à la demande ?

Il est clair que l'aide et l'accompagnement que propose la CCI sont fort utiles. Cet observatoire peut également révéler des opportunités de marché, évaluer les manques sur un territoire donné et aider à la prise de décision pour les enseignes qui cherchent à s'implanter.

La réglementation des ventes est complexe et évolue constamment. Il est important de se tenir bien informé pour éviter les infractions.

Promotions, soldes, ventes-liquidations : tout ce qu'il faut savoir

[LE GUIDE DES VENTES RÉGLEMENTÉES]



Édité par la Chambre Régionale de Commerce et d'Industrie d'Alsace, ce *Guide des ventes réglementées* contient, sous forme de fiches théma-

tiques, l'essentiel de la législation. Sont abordés les soldes, les ventes-liquidations, les ventes promotionnelles, les ventes jumelées, les ventes avec primes et cadeaux, les loteries et concours, les ventes au déballage, les revendeurs d'objets mobiliers, les ventes sur le domaine public, le commerce non sédentaire, les foires et salons, la vente à domicile, la vente à distance.

Existe en version papier ou en téléchargement à partir du site de la CCI : www.strasbourg.cci.fr/ rubrique Prestations CCI-juridique

[Contact CCI]

Monique Triponel, Laurence Roesch,
03 88 75 25 24
juridique@strasbourg.cci.fr
permanences tous les jours
de 10h à 12h et de 14h à 16h.



Faire de «bonnes affaires», voilà ce que recherchent les consommateurs tous les jours ! Le commerçant, quant à lui, cherche à promouvoir ses produits et à «faire du chiffre». Pour répondre à ces besoins légitimes, les outils de promotion des ventes sont nombreux : ventes à prix réduits, organisation de loteries et concours, soldes, ventes au déballage, sur un marché de plein air ou encore démarchage des clients à leur domicile. Mais attention, dans le souci de préserver une concurrence saine et loyale entre les commerçants, ces ventes sont strictement réglementées. L'objet de ce dossier est de vous rappeler la procédure à suivre et la nécessité de vous tenir informé.

Respect de la réglementation

La mission de prévention et de contrôle de la DGCRF

« **N**ul n'est censé ignorer la loi, mais tout le monde a le droit de se tromper », observe Éric Lavoignat, inspecteur principal à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCRF) à Strasbourg. « Parfois, les lois sont tellement complexes, que même certains praticiens se trompent dans l'analyse des textes », reconnaît-il. Dans son équipe, une cinquantaine d'enquêteurs sillonnent le Bas-Rhin pour informer les professionnels et traquer les infractions. Trois d'entre eux sont plus particulièrement chargés des pratiques commerciales dans le secteur non-alimentaire.

« Bon nombre de réglementations devraient être connues de tous, observe-t-il, d'autant qu'elles ont été votées à la demande des professionnels, en 1995. Depuis, nous avons multiplié les communications, via les associations de commerçants, lors de réunions d'information, par des annonces presse, etc. indique Philippe Recous, chef de service départemental de la DGCRF. Or, on estime que sur la forme, près de 70 % des professionnels sont dans l'irrégularité. Par contre, ceux qui trompent véritablement le consommateur représentent 15 % des contrôles ».

Constante : les soldes, liquidations

et ventes au déballage. La plupart du temps, les enquêteurs repèrent les publicités dans les journaux, les annonces sur les vitrines, en s'attachant effectivement à leur forme. Leur souci est de protéger le

consommateur. Un exemple qui se reproduit tout particulièrement est l'annonce de réductions pendant la période de soldes. Souvent, la communication ou l'annonce ne stipule pas la période en question (celle-ci est fixée par le Préfet après que la répression des fraudes ait consulté les professionnels et trouvé un terrain d'entente). De même qu'il est obligatoire d'énumérer les diffé-

rents produits en solde. Un oubli fréquent... et pas forcément lié à une volonté de nuire au consommateur. Et Éric Lavoignat d'ajouter : « Il faut toujours justifier les réductions de prix qui sont annoncées.

sur le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 derniers jours, et il faut justifier qu'on est propriétaire de la marchandise depuis plus d'un mois. « Ce sont des règles formalistes, mais moins connues, indique Philippe Recous, certains commerçants sont excusables, mais dans les franchises c'est inadmissible. En début de soldes, nous avons été surpris par certaines annonces à -60%, nous avons procédé à des vérifications. En fait, certains commerçants voulaient se débarrasser le plus vite possible de leurs marchandises, d'autres utilisaient la réduction comme action marketing, destinée à générer un afflux de clientèle. En réalité, la réduction n'était appliquée que sur une sélection infime de produits. Nous avons vérifié les pratiques, et surtout celles



[Éric Lavoignat]

consommateur. Un exemple qui se reproduit tout particulièrement est l'annonce de réductions pendant la période de soldes. Souvent, la communication ou l'annonce ne stipule pas la période en question (celle-ci est fixée par le Préfet après que la répression des fraudes ait consulté les professionnels et trouvé un terrain d'entente). De même qu'il est obligatoire d'énumérer les diffé-

rents produits en solde. Un oubli fréquent... et pas forcément lié à une volonté de nuire au consommateur. Et Éric Lavoignat d'ajouter : « Il faut toujours justifier les réductions de prix qui sont annoncées. C'est apporter des preuves (factures) attestant que le prix initial était bien celui sur lequel la réduction est appliquée. Attention aux confusions fréquentes lorsqu'on annonce -50% supplémentaires, la réduction doit être pratiquée sur le montant déjà soldé ». D'où les difficultés de certains commerçants qui ont fait des promotions en fin d'année. La réduction doit s'appliquer

qui risquaient d'induire le consommateur en erreur ». S'il y avait un conseil à prodiguer aux professionnels, celui d'Éric Lavoignat est clair : « Exprimez-vous clairement et loyalement auprès du consommateur ; trouvez un arrangement à l'amiable en cas de contestation. Nous ne pénaliserons jamais parce qu'il y a trop d'infos ; c'est l'info manquante qui est traquée. <

[LA DGCRF]

La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes exerce, au sein du ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, une mission essentielle de régulation à l'égard de l'ensemble des acteurs économiques, entreprises, consommateurs et élus locaux. Basée à Paris, elle dispose de 101 directions

départementales, dont celle située dans le bâtiment de l'Avancée à Strasbourg. À ce titre, elle veille au fonctionnement loyal et sécurisé des marchés. Elle s'emploie à assurer le respect de la concurrence, à garantir la qualité des produits et des services et la loyauté des transactions et à protéger le consommateur. Elle vérifie aussi, souvent en

liaison avec d'autres partenaires, que les règles d'hygiène, de traçabilité et de sécurité soient appliquées sur certains produits, alimentaires ou non. « Nous ne faisons aucune sélection par rapport aux cibles, enseignes ou petits commerces ; la même pratique aboutit à la même sanction » précise Éric Lavoignat. Un domaine pour lequel la DGCRF est

souvent interpellée mais n'intervient pas : les questions d'ouverture le dimanche ou en nocturne. C'est du ressort de la Direction du Travail.

[Contact DGCRF]
0388143210

GLOSSAIRE

OPÉRATIONS PROMOTIONNELLES : COMMENT LES QUALIFIER ?

[DÉSTOCKAGE]

Un déstockage ne peut être réalisé qu'à l'occasion des soldes (deux périodes limitées dans l'année) ou d'une vente liquidation précédant par exemple des travaux, un changement ou une cessation d'activité (opération soumise à autorisation). En dehors de ces hypothèses, aucune opération promotionnelle ne peut avoir pour objet de liquider un stock, (cf. p. 4 et 7 du guide ou notes «Soldes» et «Liquidations»).

[PROMOTION]

Une promotion est une réduction de prix sur une période donnée en dehors des périodes de soldes. Le but d'une promotion est d'augmenter le chiffre d'affaires et en aucun cas d'écouler un stock. C'est pourquoi une opération promotionnelle ne sera possible que si vous pouvez vous réapprovisionner pour satisfaire les clients, (cf. p. 12 du guide ou note «Ventes promotionnelles»).

[DÉMARQUE]

Une démarque est une réduction du prix. Ce terme est généralement utilisé pendant les périodes de soldes pour annoncer les réductions de prix successives. Il faut impérativement veiller à respecter la règle selon laquelle le pourcentage de réduction annoncé doit toujours être calculé sur le prix le plus bas pratiqué au cours des 30 derniers jours (donc sur le prix soldé), (cf. p. 7 du guide et note «Soldes»).

[SOLDES]

Le terme «Soldes» fait référence à des opérations limitées à deux périodes dans l'année (soldes d'hiver et soldes d'été) dont les dates sont fixées par arrêté préfectoral. Son utilisation est interdite en dehors de ces périodes, notamment à l'occasion de ventes promotionnelles. (cf. p. 7 du guide et note «Soldes»).

[PUBLICITÉ]

«**Tout doit disparaître**» : ce type de publicité fait croire au lecteur qu'il peut s'attendre à faire des affaires exceptionnelles. En outre, elle vise manifestement un écoulement accéléré d'un stock. Elle doit donc être réservée aux soldes et aux liquidations (surtout si elle indique en outre «avant transformation» ou «avant travaux», etc.). (cf. p. 4 et 7 du guide et notes «Soldes» et «Liquidations»).

[PUBLICITÉ]

«**Les chaussettes offertes pour tout achat d'une paire de chaussures**» : cette opération est qualifiée de vente avec prime. À partir du moment où le client doit acheter un produit ou un service pour bénéficier d'un cadeau, l'opération est réglementée. Par contre, les cadeaux offerts sans obligations d'achat sont toujours valables. (cf. p. 17 du guide et note «Ventes avec primes»).

[JEU]

La nature du jeu proposé (tirage au sort ou gains attribués selon les résultats des candidats) fait qu'il sera qualifié soit de loterie, soit de concours. Or, la réglementation applicable est tout à fait différente. Les concours sont généralement autorisés alors que les loteries sont très encadrées, (cf. p. 20 du guide et note «Loteries et concours»).

Nota : Toutes les conditions ne peuvent pas être indiquées pour chaque terme. Pour plus d'infos, reportez-vous au *Guide des ventes réglementées* ou aux notes d'information concernées sur le site de la CCI :

http://www.strasbourg.cci.fr/web/services/if_juri/index_if_juri.html

[Contact CCI]

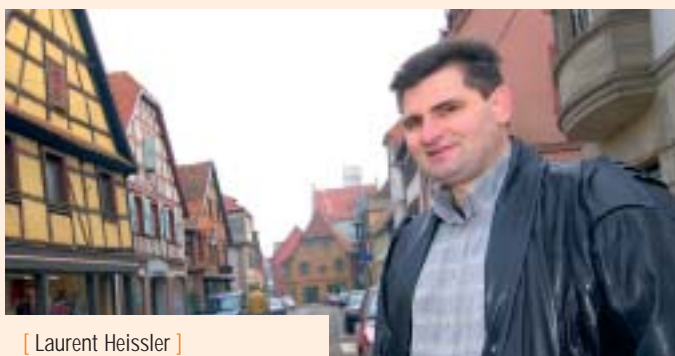
Monique Triponel, Laurence Roesch,
03 88 75 25 24
juridique@strasbourg.cci.fr

Opérations promotionnelles et jeu-concours

«Stimuler les ventes, en toute légalité»

L'exemple d'une association de commerçants, l'Assodev

Président de l'Assodev (Association des commerçants, artisans, industriels) de Pfaffenhoffen, Laurent Heissler mène à ce titre plusieurs opérations de promotion chaque année. Ainsi, en octobre dernier, pendant dix jours, une trentaine de commerçants et artisans se sont rassemblés autour d'une communication commune : un dépliant publicitaire annonçant des remises sur tout ou partie de leurs produits. Ainsi, le fleuriste proposait une remise de 20 % sur les orchidées, le magasin Maxibrico -10 % sur certains de ses articles, le «Point P» sur le seul carrelage. À l'occasion de la fête des mères, les consommatrices ont eu droit à une rose en cadeau, et profité d'un jeu-concours. À la



[Laurent Heissler]

clé, un grill diététique, dont le prix avait été négocié par l'association qui avait acheté l'appareil à prix coûtant. Le président de l'Assodev avait vérifié que la réglementation liée à la participation au jeu était bien appliquée, donc non liée à un acte d'achat ou à une quelconque

contrepartie financière. Bien sûr, les résultats en termes de chiffre d'affaires sont inégaux selon les commerces, mais chacun en est sorti gagnant. Pour toutes ces opérations, les commerçants n'ont pas été contrôlés, mais Laurent Heissler se montre vigilant : «On n'est jamais

trop informé, il y a beaucoup de choses qui changent au niveau de la loi, ou que tout simplement on ne connaît pas. Quelquefois, on fait abstraction de certains éléments de précision, pourtant indispensables, comme l'origine des aliments. Et d'illustrer : «*Personnellement, un inspecteur de la Répression des Fraudes m'a fait une remarque sur l'une des compositions de pizza affichées sur ma carte : était indiqué jambon d'épaule. Or, il s'agit de deux produits différents : le jambon ou l'épaule. L'erreur a été rectifiée. C'est important de ne pas se réveiller avec une mauvaise surprise*». Au sein de l'association, il est prévu une information commune pour les soldes. La vigilance est de mise! <

Ventes soumises à autorisation : la procédure à suivre

Ventes en liquidation et ventes au déballage sont les principales opérations soumises à autorisation préalable. Une vente en liquidation est une vente tendant à écouler un stock avant une cessation, une suspension, un changement d'activité ou une modification substantielle des conditions d'exploitation. S'agissant des ventes au déballage, ces opérations de ventes de marchandises ont lieu dans des locaux ou sur des emplacements non destinés à la vente au public ainsi qu'à partir de véhicules spécialement aménagés à cet effet. Cela vise notamment les marchés aux puces, les ventes sur des parkings, dans des salles communales, etc. D'un point de vue formel, l'organi-

sateur de l'opération doit déposer une demande d'autorisation auprès de la préfecture ou de la sous-Préfecture compétente (pour les ventes au déballage, auprès de la mairie si la vente est envisagée sur une surface inférieure à 300 m²) **entre trois et cinq mois** avant la date de début de l'opération. Avant de se prononcer sur la demande d'autorisation, cet organisme doit saisir la CCI ou la Chambre de Métiers **pour avis**. Au-delà des conditions légales laissées à l'appréciation de la préfecture ou de la mairie, la CCI doit prendre en compte l'impact de cette vente sur le commerce et la concurrence. Pour pouvoir formuler un avis averti, elle est amenée à réclamer des documents ou des informations complémentaires à

l'auteur de la demande et à tenir compte d'éléments d'appréciation particuliers à certaines branches professionnelles. Forte de cet avis, l'autorité décisionnaire (préfecture ou mairie) peut conclure au refus d'une demande d'autorisation même si les conditions légales sont respectées en raison de l'impact qu'aurait une telle vente en liquidation ou au déballage sur le secteur d'activité, le commerce avoisinant, etc. Une réforme de ces procédures est à l'étude. À suivre. <

[Contact CCI]

Nassira Lazzali, 03 88 75 24 76

[Contact Préfecture]

Direction de la réglementation générale
03 88 21 61 04 (sur rendez-vous)

[RÉUNIONS D'INFORMATION]

Vos questions, nos réponses...

Pour en savoir plus sur une réglementation qui évolue constamment, participez à l'une des trois réunions d'information organisées par la Direction Juridique de la CCI en partenariat avec la Direction Départementale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes

- Strasbourg : mardi 4 mai 2004, à 17h30 à la CCI, salle Wenger-Valentin
- Molsheim : mardi 8 juin 2004 à 17h30 à l'Hôtel de la Monnaie
- Haguenau : mardi 15 juin 2004 à 17h30 au CAIRE

Participation : 15 €

[Inscriptions]

Monique Triponel, Laurence Roesch,
03 88 75 25 24
juridique@strasbourg.cci.fr

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com

Annonces cet espace vous est réservé !

performance
MEDIA

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



[CHAUDIÈRES, POMPES À CHALEUR ET CAPTEURS SOLAIRES]

Les nouveaux modèles De Dietrich

À l'occasion du salon Interclima à Paris, le groupe De Dietrich a présenté ses nouveaux modèles de chaudières à condensation et à haut rendement, Elidens et Elitec, commercialisés dès le mois de mai. L'entreprise alsacienne vient également de développer de nouvelles pompes à chaleur et des capteurs solaires. Ces nouvelles offres s'inscrivent dans le cadre réglementaire de la Directive européenne du 16 décembre 2002 pour «l'amélioration de la performance énergétique des bâtiments».

De Dietrich, deuxième employeur du Bas-Rhin, dispose de trois sites de productions à Mertzwiller, à Niederbronn-les-Bains et à Thann (68).

[Contact] 03 88 20 27 00
www.dedietrich.com

[AVRIL 2004]

Un nouveau système de transit informatisé (NSTI)

Tous les opérateurs de transit commun et communautaire doivent, à partir du 1^{er} avril, se connecter au nouveau système européen informatisé, dénommé NSTI. Cette application devra accélérer la circulation des flux de marchandises et réduire les risques de fraude. Le transit est un régime douanier permettant la circulation des marchandises en suspension de droits et taxes, sous couvert d'une garantie, dans l'Union européenne et les quatre pays qui y entreront en mai 2004 (Hongrie, Slovaquie, Pologne et République tchèque), en Suisse, en Norvège et en Islande. Tous les opérateurs de transit de l'AELE et de VISEGRAD devront également utiliser ce nouveau système de transit informatisé. La CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin a proposé un stage de formation, afin de maîtriser ce nouvel outil informatique.

[Contact CCI]
Marie-France Stéglé, 03 88 76 42 17
mf.stegle@strasbourg.cci.fr

Les tours aéroréfrigérantes sous contrôle

Les principales sources de contamination et de prolifération de la légionellose, infection respiratoire provoquée par des bactéries appelées légionelles, sont les réseaux d'eau chaude sanitaire et les systèmes de refroidissement par voie humide. Ils font l'objet de vérifications particulières.

L'actualité (l'épidémie dans le Pas-de-Calais, la contamination à l'hôpital Georges Pompidou et les alertes récentes à Niederbronn-les-Bains, Saverne, Schiltigheim et Strasbourg) a mis en lumière l'impérieuse nécessité d'améliorer la prévention de ce risque, lié plus particulièrement aux tours aéroréfrigérantes dans lesquelles l'eau à refroidir est en contact direct avec l'air ambiant. Un appel à la vigilance auprès des responsables d'entreprises est lancé afin qu'ils assurent l'entretien et la surveillance de ces équipements dans les règles mais également qu'ils en vérifient la conformité. Un guide de bonnes pratiques a été élaboré à leur usage. Ce risque concerne également les installations classées : les tours aéroréfrigérantes sont des équipements présents dans certains procédés industriels (installations de combustion, agroalimentaire, chimie, papeterie).

La DRIRE est habilitée à faire des contrôles à tout moment. Un recensement national de ces tours doit être réalisé avant mai 2004 afin de compléter l'inventaire existant. Les responsables de ce type d'équipement doivent, dès à présent, en informer la préfecture.

Maladie à déclaration obligatoire

La légionellose n'est cependant pas contagieuse et, diagnostiquée rapidement, se soigne par des antibiotiques. Pourtant elle peut devenir une infection pulmonaire grave, entraînant le décès dans un peu plus de 15 % des cas, appelée ma-



Les bactéries prolifèrent dans l'eau chaude et se retrouvent dans les tours de refroidissement en contact direct avec l'air ambiant.

Institut de veille sanitaire). La réduction de ce risque repose avant tout sur un bon entretien et un contrôle des circuits (entartrage, corrosion, stagnation d'eau) et des installations d'eau, en particulier d'eau chaude. <

Un guide de bonnes pratiques de surveillance et d'entretien des tours aéroréfrigérantes a été élaboré à l'usage des exploitants. Il est téléchargeable, ainsi que d'autres informations sur les sites :
• Drire Alsace (www.alsace.drire.gouv.fr)
• ministère de la Santé (www.sante.gouv.fr)
• ministère de l'Écologie et du Développement durable (www.environnement.gouv.fr)

La CCI propose une gamme d'outils (recherche d'informations, réglementations, etc.) pour aider les entreprises dans leur démarche sur la qualité, la sécurité et l'environnement).

ladie du légionnaire. Maladie à déclaration obligatoire depuis 1987, plus de 1 000 cas ont été signalés en 2002 en France, un chiffre multiplié par plus de dix en l'espace de cinq ans. En Alsace, vingt et un cas de cette maladie ont été déclarés en 2001 et 2000, quarante-deux en 2002 et six au 1^{er} juin 2003 (source DDASS et

Formation-action marketing managérial

Une formation destinée au chef d'entreprise, décideur et responsable de la fonction commerciale, composée de trois modules de deux journées, ainsi qu'une journée en entreprise, est proposée par l'équipe «Jeunes et petites entreprises» de la Direction Industrie et Commerce International de la CCI. Elle s'adresse au dirigeant qui conduit et assure un

nouveau programme de croissance de son entreprise en phase de repositionnement, afin de mieux maîtriser les principes marketing et commerciaux. La prochaine session se déroulera au mois de mai. <

[Contact CCI]
Sylviane Kleimberg, 03 88 76 42 57
s.kleimberg@strasbourg.cci.fr

[AGROALIMENTAIRE]

ARIA : bientôt dix ans

La fête est annoncée pour le 27 septembre. Pour ses dix ans, l'Association Régionale des Industries Alimentaires (ARIA) organisera une assemblée générale festive au Lycée hôtelier d'Illkirch. La nouvelle édition de l'annuaire des adhérents (120 membres) sera distribuée à cette occasion.

Parmi les projets 2004, de nouvelles opérations de promotion se tiendront à Moscou, après la quinzaine alsacienne organisée dans trois supermarchés Auchan en octobre-novembre derniers. Une délégation de l'ARIA s'est rendue sur place afin de rencontrer d'autres distributeurs et obtenir de nouveaux référencements. D'autres contacts sont en cours pour organiser une mini-exposition à Vienne, vraisemblablement en juin.

Actions collectives et salons

En France, l'ARIA sera présente au Salon International de l'Alimentation, le SIAL, qui se tiendra du 17 au 21 octobre à Paris Villepinte. Quelque 700 m² accueilleront une trentaine d'entreprises, fleurons de l'alimentaire et de la gastronomie.

Du 22 au 26 janvier 2005, l'ARIA participera pour la première fois au Salon International de la Restauration, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation (SIRHA) à Lyon. Salon de référence pour les produits alimentaires et les équipements professionnels, le SIRHA est réputé pour la qualité de sa fréquentation. L'Alsace y aura une représentation collective de dix entreprises sur 200 m². Avant cela, les producteurs alsaciens se retrouveront à la gare de l'Est pour présenter leurs produits festifs. 23 entreprises exposeront leurs spécialités en vins, foie gras, charcuterie, chocolats et pains d'épices.

[Contact] Hélène Heimburger, présidente, Gilbert Grasser, secrétaire général, 03 88 35 40 63

L'année des matériaux

Plusieurs manifestations, destinées à favoriser la collaboration entre laboratoires de recherche et PME/PMI alsaciennes, sont organisées par la CCI et ses partenaires, le 6 mai à Strasbourg et le 13 mai, à Mulhouse.

Consacrées aux matériaux de surface, les rencontres «Médiales» proposent aux responsables d'entreprise de dialoguer avec des chercheurs pour leur soumettre les problèmes auxquels ils sont confrontés en matière de traitement de surface, d'assemblage, de recyclage ou de prototypage rapide.

Un salon de laboratoires ainsi qu'une série de conférences, d'une durée de 20 minutes chacune, sont prévus afin de prendre connaissance de l'évolution importante de la réglementation ou des technologies. Des témoignages de partenariats réussis entre laboratoires et entreprises sont également au programme de ces rencontres. <

Les 6 mai et 13 mai (accès libre)

[Contact CCI]
Doris Pfeiffer, 03 88 76 42 42
d.pfeiffer@strasbourg.cci.fr

[Site] www.mediales-alsace.com

Le 22 avril à la CCI

[QUALITÉ SÉCURITÉ ENVIRONNEMENT]

Les pièges de l'assurance : améliorer la couverture de vos responsabilités

[Contact CCI] Alban Petit, 03 88 76 42 06 - a.petit@strasbourg.cci.fr

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO
www.point-eco.com

Annonces cet espace vous est réservé !

performance
MEDIA

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

Malgré un recul significatif et une position devenue vulnérable du fait des restructurations et des défaillances d'entreprises, l'industrie joue toujours un rôle prépondérant dans la prospérité économique alsacienne. Sa forte densité de PMI, dynamiques et exportatrices, est un atout. Si certaines activités sont vouées à disparaître, beaucoup d'établissements, de très petites entreprises essentiellement, veulent tirer leur épingle du jeu en misant sur la recherche, le développement et la production de haute technologie.

L'innovation et la recherche, moteurs du développement



Deux réalités décrivent la situation, souvent qualifiée d'exceptionnelle : en 2000, l'industrie en Alsace réalise 28,2% du PIB régional (sept points de plus que la moyenne nationale) et représente 26,5 % de l'emploi régional, environ 170 000 emplois, sept points de plus également que la moyenne nationale (chiffres Insee). Fortement manufacturière et diversifiée, l'industrie alsacienne se caractérise par son ouverture à l'international. « Cette ouverture a constitué et constitue un atout », relève Yves Lavoine, président du Pôle universitaire européen de Strasbourg. Près de 42 % du chiffre d'affaires ont été réalisés à l'exportation en 2002, soit environ dix points de plus que la moyenne nationale.

L'accueil des investissements étrangers est aussi une de ses originalités : entre 1997 et 2001, près de 150 investissements étrangers sont recensés dans la région. Cette situation a des conséquences directes sur l'emploi : 40% des emplois créés ces vingt dernières années sont liés aux implantations d'entreprises étrangères et 43 % des salariés de l'industrie en Alsace travaillent dans des établissements contrôlés par des capitaux étrangers (soit 25 points de plus que la moyenne nationale).

Une crise d'adaptation structurelle

La situation de l'industrie régionale se trouve aujourd'hui à un véritable tournant, après des mutations accélérées et parfois douloureuses. Une enquête de la Banque de France, auprès des entreprises industrielles régionales, relève, en moyenne, un recul de 1,9% du chiffre d'affaires, une baisse de 3,3% des exportations et de 0,7% de la rentabilité d'exploitation. Ces mauvais résultats peuvent être imputés, partiellement, à la crise que connaît l'Allemagne ces trois dernières années.

L'emploi industriel régional a connu un repli cette dernière décennie, en raison essentiellement de l'externalisation d'activités vers le tertiaire. Cette situation s'est aggravée en 2002 (- 2,9%) et en 2003 (- 2,7%). Le nombre important de restructurations dans les branches traditionnelles (chaussure, textile) mais

L'industrie alsacienne se caractérise par une forte présence de structures de taille moyenne : l'effectif moyen des entreprises industrielles est de 96 personnes en Alsace

(moyenne en France : 67).

aussi dans les secteurs plus modernes (électronique, électromécanique, sous-traitant automobile) démontre la vulnérabilité de la région. Exposée à la concurrence des pays à main d'œuvre peu qualifiée et à faibles salaires, l'industrie subit une crise d'adaptation structurelle. Pourtant, si des transferts d'activités vers l'Europe centrale ou vers l'Asie ont bien eu lieu récemment, « nous n'assistons pas en Alsace à un véritable mouvement de délocalisation », analyse Alain Vautravers, directeur régional de la Banque de France.

Plusieurs handicaps entravent également l'essor de l'industrie régionale. Malgré des démarches engagées dans les biotechnologies, l'automobile et le textile, l'industrie n'est pas encore suffisamment organisée en filières et en pôles

industriels forts. Elle accuse une trop faible présence de cadres (8%, alors que la moyenne nationale se situe à 11%), ainsi que d'insuffisants investissements dans la recherche et le développement.

Tirer son épingle du jeu

Face à cette mutation, l'Alsace semble peut-être mieux préparée que d'autres régions. Les prévisions optimistes de la Banque de France annoncent, pour 2004, un bond de 20% des investissements dans le secteur de l'industrie ainsi qu'une hausse du chiffre d'affaires de 4,6%. Le développement et la réorganisation de l'industrie en difficulté exigent de nouvelles productions, la création d'emplois qualifiés et une capacité d'innovation accrue. Si certaines activités sont vouées à disparaître, beaucoup d'établissements, des PME et surtout de très petites entreprises, veulent tirer leur épingle du jeu, grâce à la recherche, au développement et à la production de haute technologie. Des aides et des conseils aux entreprises, ainsi que des outils divers, ont été mis en place, par la Région Alsace avec l'appui de la CCI de Strasbourg et du Bas Rhin, pour favoriser l'innovation et le développement technologique.

Des coopérations davantage soutenues avec les universités, les centres de recherche et les laboratoires publics sont nécessaires, de même que le renforcement des secteurs de l'information (veille, diagnostic, prospective). La mise en œuvre de nouveaux produits ou procédés suppose la création et le développement de plateformes technologiques ainsi qu'une amélioration des transferts de technologies. Le dispositif d'aides et de conseils aux entreprises, déployé en Alsace depuis plusieurs années, devra être conforté et développé pour être encore plus proche des entreprises. Des moyens plus importants seront donc utiles pour que l'Alsace, dans cette compétition nouvelle, se distingue. <

[QUELQUES CHIFFRES]

Données économiques

(source L'Alsace industrielle, INSEE)

– L'Alsace est la 3^e région industrielle de France avec un PIB de 41,7 Mds €, soit 3 % du PIB national et environ 3% de l'emploi national

– La répartition du PIB : agriculture (2,4%), industrie-BTP (32,3%) et services (65,3%)

– La proportion d'entreprises en Alsace de plus de 200 salariés (2,8%) est supérieure à la moyenne nationale (1,5%)

Répartition

(Source INSEE 1997)

– Mécanique, automobile, équipements mécaniques : 36%

– Industrie agroalimentaire : 13%

– Chimie, caoutchouc, plastique : 11%

– Équipement du foyer (meubles, appareils domestiques, etc.) : 7%

> 35,5% des salariés travaillent dans des établissements contrôlés par des capitaux étrangers (18% en France).

> 29,9% des achats des entreprises alsaciennes sont réalisés à l'étranger (7,6% moyenne nationale). (Source Banque de France, 2001) (L'Alsace industrielle, INSEE)

> L'Alsace s'est placée au troisième rang des régions françaises pour la croissance du nombre de créations d'entreprises, soit une augmentation de 20%. Dans le Bas-Rhin, 3994 unités ont vu le jour contre 3605 en 2003.

> suite p. 24 <

Pour que l'industrie en Alsace continue de jouer un rôle important, elle doit rechercher la valeur ajoutée et donc innover. Témoignages de PME qui veulent tirer leur épingle du jeu en misant sur la recherche, le développement et la production de haute technologie.

[LA CCI ET LE DÉVELOPPEMENT DE L'INDUSTRIE]

Vous avez besoin de connaître l'état de la technique dans un domaine, vous recherchez des solutions techniques, vous voulez disposer d'outils d'aide à la décision : rendez-vous sur le site Internet.

[Site] www.strasbourg.cci.fr/web/prestations/dev/index_w_prest_dev.html

[QUELQUES PRESTATIONS]

Les recherches d'information-territoires sur mesure

Fournitures d'information économique

[Contact CCI]

Évelyne Clauss-Jehl, 03 88 75 25 51
e.claussjehl@strasbourg.cci.fr

Transfert technologique

Vous souhaitez accéder aux produits, aux technologies innovantes, développer ou promouvoir vos compétences grâce au partenariat technologique européen.

[Contact CCI]

Loïck Villecourt, 03 88 76 42 43
l.villecourt@strasbourg.cci.fr

Intégration de l'innovation

Intégrez des technologies innovantes dans les phases de «développement produit».

[Contact CRCI]

Didier Wehrli, 03 88 76 45 22
d.wehrli@alsace.cci.fr

Senstronic, Saverne

«Il s'agit de s'adapter aux règles de la mondialisation»

Rémy Kirchoeffer dirige son entreprise spécialisée dans la fabrication de matériels de détection et de connectique pour les automatismes en milieu industriel.

Senstronic, qu'il a créée en 1986 à Ingwiller. Elle emploie aujourd'hui 80 personnes à Saverne, essentiellement du personnel féminin. Ce fabricant de composants d'automatismes développe plusieurs types de technologies : la microélectronique, la micromécanique, la plasturgie ainsi que la fabrication de moules.

Ses produits, conçus en petites ou grandes séries, sont destinés aux industries automobile, agroalimentaire, pharmaceutique, chimique ainsi qu'à la robotique. 40 % de sa fabrication est destinée à l'exportation. La société évolue selon la norme ISO 9001, version 2000, une «démarche qui a, paradoxalement, facilité notre installation en Hongrie» rappelle Rémy Kirchoeffer. Senstronic fait partie de cette vingtaine d'entreprises alsaciennes ayant investi récemment dans l'un des dix pays qui intégreront, le 1^{er} mai, l'Union européenne. «Nous avons développé, en joint-venture, une société en Hongrie employant 25 personnes. Notre objectif a été de produire au plus près de nos zones de commercialisation et de nos clients des pays de l'Europe centrale et orientale, précise le pdg. En effet, nous fournissons l'industrie automobile qui s'y développe fortement. Mais nous voulons également y prendre de nouvelles parts de marché».



[Rémy Kirchoeffer, pdg de Senstronic]

«Nous envisageons des travaux d'extension sur notre site de Saverne et une nouvelle implantation au Brésil.»

Pourtant, d'autres raisons ont pesé sur cette décision. «Bien sûr, face à la compétitivité accrue, les prix sont aujourd'hui fortement négociés à la baisse. Ce que nous recherchons c'est la meilleure compétitivité du lieu d'accueil, c'est-à-dire un pays où les contraintes douanières et administratives sont moins pesantes. Cette délocalisation, malgré tout proche de l'Alsace, va permettre de préserver l'emploi à Saverne où l'entreprise connaîtra cette

année une importante extension, un investissement non négligeable. Il est clair que nous souhaitons préserver notre identité savernoise».

Ce jeune patron ne compte pourtant pas se limiter à cette seule implantation hors de sa région d'origine. Rémy Kirchoeffer envisage d'installer une unité de production à São Paulo, au Brésil, afin de se rapprocher également de ses clients, constructeurs automobiles. «En produisant en Amérique du sud, je règle aussi une importante problématique fiscale». Toujours pour être compétitif et pour s'adapter aux nouvelles règles de la mondialisation. Car, selon lui, «la mondialisation posera rapidement le problème crucial du financement de nos formes de société, si nous souhaitons maintenir notre niveau de vie». <

[Contact]
Senstronic, 03 88 71 26 33

Écoles-entreprises

L'INSA Strasbourg apporte sa contribution à la modernisation et au développement du tissu industriel

L'Ensis-Strasbourg, (devenue INSA - institut national des sciences appliquées - en 2003), est une des plus importantes écoles d'ingénieurs de l'Est de la France. Elle entretient des relations suivies avec les entreprises alsaciennes. Celles-ci peuvent depuis 1981 soumettre un projet d'études (faisabilité technico-économique, pré-développement d'un produit, réalisation d'un prototype, organisation et gestion de la production, expertises), en début d'année scolaire. Un comité de sélection en retient dix et une convention est alors établie avec l'entreprise qui accueillera l'étudiant (seul ou en binôme) en 5^e année, du début du mois d'octobre à fin janvier, durant une journée par semaine.

La contribution de l'école

«On essaye de retenir des projets qui vont permettre également à l'étudiant d'appréhender la réalité complexe de la conception, de la production, du management et de la sécurité au travail» précise Gilbert Galisson, responsable du service École-entreprises et du dispositif OARA*. Le coût de cette intervention pour l'entreprise n'est pas rédhibitoire (1790 € HT en 2005 pour les frais de participation), car deux enseignants encadrent et conseillent l'étudiant-ingénieur tout au long de l'étude. «L'école apporte ainsi sa contribution à la modernisation et au développement du tissu industriel, notamment des PME», souligne Gilbert Galisson. C'est l'occasion également pour l'entreprise de repenser à un nouveau système

* Opération aide, réalisation, avant-projet



[Gilbert Galisson, responsable du service École-entreprises à l'INSA]

«L'école apporte sa contribution à la modernisation et au développement du tissu industriel, notamment des PME».

de production, de réfléchir à l'amélioration d'une organisation, projet couramment abandonné par manque de temps ou de personnel. Très souvent l'étude réalisée par l'étudiant se concrétise par un projet de fin d'études mis en œuvre durant le deuxième semestre. Ce travail est effectué à plein-temps au sein de l'entreprise qui peut bénéficier pour cela de différentes aides d'organismes publics.

Toutes ces interventions, afin de répondre aux besoins des PME en Alsace, qui ne disposent pas toujours d'un bureau d'études, s'effectuent dans des champs de compétences très diversifiés : l'automatisme, la robotique, la sécurité, les méthodes de conception, les transferts de technologie, l'optimisation d'un process, etc.

Les partenaires de ce programme de développement sont l'Anvar, l'ADEPA, la Région Alsace, les CCI de Strasbourg et de Mulhouse, l'association Alsace-Technologie et la Drire, l'Union des industries du Bas-Rhin, la Cram (prévention et gestion des risques professionnels). <

[Contact] Insa, 03 88 14 47 23
www.insa-strasbourg.fr

[CONFÉRENCE-DÉBAT, LE 14 AVRIL À MOLSHEIM]

«L'industrie et la mondialisation : quel impact pour l'économie régionale ?»

La prochaine réunion décentralisée, organisée par la CCI à l'attention de ses élus et de ses adhérents, se déroulera à Molsheim, salle de la Monnaie, le 14 avril :

– de 18h à 19h15 : réunion avec les élus CCI ;

– de 19h30 à 21h : rencontre avec les chefs d'entreprise du secteur.

La conférence-débat sera animée par Alain Vautravers, directeur régional de la Banque de France, et Jacques Le Dosseur, délégué régional de la fédération des industries mécaniques d'Alsace.

[Contact CCI]

Didier Kahn, 03 88 75 25 54
d.kahn@strasbourg.cci.fr

[À LIRE, À CONSULTER]

«L'industrie dans les régions»

Un panorama complet des industries régionales, réalisé par les Drire. Toutes les données détaillées par régions, départements et bassins d'emploi avec des informations statistiques sur l'industrie et ses performances. Éditions de l'Industrie (28,20 €)

«La situation de l'industrie»

L'enquête annuelle de la situation détaillée de l'industrie, réalisée auprès de 22 000 entreprises de plus de 20 salariés sur l'exercice 2002. Une des principales sources de connaissance de l'industrie française avec tableaux synoptiques des secteurs et statistiques.

Éditions de l'Industrie, trois tomes, (30 € le volume)

[Contact CCI] 03 88 75 24 14
espaceinfoeco@strasbourg.cci.fr



> suite p. 26

Alsace Technologie

La recherche à la portée de tous les chefs d'entreprises

Créée en 1995, à l'initiative de la Région Alsace et de l'État, l'association Alsace Technologie que préside Philippe Chican a pour mission d'inciter et de soutenir le transfert de technologie vers les entreprises en développant les relations entre les laboratoires de recherches publics ou parapublics et les centres techniques. «*Cet accompagnement des PME, grâce à notre équipe d'ingénieurs, a pour vocation d'intégrer la dimension technologique dans leur stratégie de développement, mais aussi de rompre l'isolement du chef d'entreprise en le mettant au contact d'un réseau d'experts*», poursuit Carmen Muller, directrice d'Alsace Technologie.

Il s'agit dans un premier temps d'assister l'entreprise dans sa



[Carmen Muller]

démarche, en situant les objectifs de l'entrepreneur et en identifiant les technologies nécessaires, puis, dans un deuxième temps, de la mettre en relation avec d'autres compétences et ressources technologiques en lui présentant les éventuelles aides publiques disponibles.

«*Cet accompagnement permet d'éviter les dérives pouvant intervenir dans la conduite et la finalisation d'un projet technologique*», rappelle Carmen Muller qui traite une trentaine de dossiers chaque année.

Accompagnement d'entreprises

Des prestations (pré-études, études de faisabilité, etc.) sont proposées pour aider les entreprises dans leur première démarche de recherches et d'innovations technologiques. Des financements, notamment pour les dépôts de brevet, peuvent être trouvés.

Cet accompagnement d'entreprises peut conduire à des aides à l'embauche de techniciens. Ainsi les conventions «CORTECHS» (convention de recherche pour les

techniciens supérieurs) permettent d'intégrer dans l'entreprise l'aide d'un technicien supérieur pour mettre en œuvre, sur un an, des projets de développement technologique ou d'innovation. Ces conventions sont financées par l'État et la Région Alsace. Une autre aide, la convention «Prisme», permet de bénéficier d'un stagiaire, élève ingénieur ou DESS-maîtrise, sur une durée de quatre à six mois, avec un encadrement scientifique et technique, afin de mener à bien un projet de recherche ou d'innovation. Près de quarante conventions de ce type aboutissent chaque année. <

[Contact] 03 88 65 54 68
alsace-technologie@alsace-technologie.fr

Naturembal - Naturalvi

L'innovation au cœur du développement de l'entreprise

L'entreprise est le leader mondial de la fabrication d'alvéoles en papier biodégradable, un emballage particulier qui protège et cale judicieusement pommes, tomates et poires dans les caisses. Son client le plus important se trouve en Argentine mais «Naturalvi» distribue son produit exclusif à travers le monde entier : «90% de notre production est destinée à l'exportation» souligne Théodore Baumuller, pdg de l'entreprise située à Schweighouse-sur-Moder. Ce patron a fait ainsi revivre les anciens ateliers d'une entreprise disparue mais dont il fut le directeur technique durant près de 20 années. Un nouveau produit est en phase de développement : un

habillage en papier personnalisé de caisses de fruits.

La mise au point des machines réalisant cet habillage est en train d'aboutir. «*Il a fallu beaucoup d'heures pour mettre au point cette chaîne de production, mais nous sommes arrivés à notre fin car nous disposons d'un atelier technique et d'un savoir-faire performant*». La mise au point de ces procédés de fabrication a permis l'embauche d'un technicien grâce au dispositif CORTECHS. Pour Théodore Baumuller, l'innovation technologique est au cœur du développement de son entreprise qui emploie actuellement 32 personnes, toutes activités confondues et qui réalise près de 5 M€ de chiffre d'affaires.

Car d'autres activités sont abritées dans ces vastes locaux : la fabrication de machines à transformer des rouleaux de papier kraft en bandes de rembourrage. Ce procédé ingénieux de calage a pris une véritable ampleur depuis l'essor de la vente par correspondance sur l'Internet. «*Sur les 5 000 machines fabriquées dans cet atelier, 2 000 ont été expédiées aux États Unis*». Avec une vingtaine de brevets déposés, un trophée de l'INPI (1996), Théodore Baumuller, en technicien averti qui privilégie sa table à dessin à l'ordinateur, poursuit sans répit ses recherches et imagine de nouvelles machines qu'il compte commercialiser. Ainsi, dans son laboratoire, il peaufine les ultimes réglages d'une



[Théodore Baumuller]

machine qui va broyer, fondre et comprimer les emballages en polystyrène et en polyéthylène en les réduisant de cent fois leur volume. Innovation toujours... <

[Contact] Naturembal - Naturalvi
03 88 07 27 70 / 80

Laboratoire Lem

L'expérience réussie du chercheur qui crée son entreprise

Chercheur et enseignant à l'Institut de Chimie de Strasbourg, Pierre Muller crée l'entreprise Lem (laboratoire d'étude des matériaux) en 1989. Mettre à la portée des industriels, des bureaux d'études et des collectivités locales les techniques d'analyses les plus performantes a

d'anticiper les problèmes. «*Nous tenons à avoir des relations privilégiées avec nos clients en anticipant les problèmes qu'ils peuvent rencontrer par exemple dans le respect des normes ou encore dans le processus de fabrication*», précise Pierre Ringelstein, directeur du marketing. De la contamination



été l'ambition de son projet. Avec une centaine d'échantillons analysés chaque jour à ses débuts, aux 2000 traités quotidiennement en moyenne aujourd'hui, le groupe LEM dont le siège se situe à Saverne, connaît une progression exponentielle de ses activités. Sur les 180 collaborateurs, 160 sont des chercheurs et des scientifiques.

Plusieurs départements structurent le groupe privé, divisé en plusieurs entités basées à Paris, à Saverne et à Illkirch : l'environnement (analyse des eaux naturelles et résiduelles, des sols et déchets, des boues, de la qualité de l'air), les matériaux (analyse de l'amiante, du plomb, de la silice, des poussières, du béton, des granulats, etc.) et l'agroalimentaire (analyse de produits agroalimentaires et pharmaceutiques, OGM, dioxines, bactériologie, etc.). Le laboratoire souhaite accompagner les entreprises à tous les niveaux du processus industriel afin

Installé à Saverne depuis 1997, le laboratoire LEM a investi près de 3 Me dans ses équipements.

bactérienne à la pollution accidentelle en passant par la sécurité d'un bâtiment et l'analyse de légionelle (d'actualité...) : la diversification ainsi que les différentes et indispensables accréditations COFRAC (reconnaitances officielles et agréments) ont permis un positionnement reconnu du Groupe LEM dans le créneau très étroit de la haute technologie. <

[Contact] Groupe LEM
03 88 91 19 11 - www.llemlabo.com

> suite p. 28

MAGAZINE
DE LA CHAMBRE
DE COMMERCE
ET D'INDUSTRIE
DE STRASBOURG
ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO
www.point-eco.com

**Annonces
cet espace vous
est réservé !**

performance
MEDIA

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

Innovation et transfert de technologie

La réponse à la crise ?

En Allemagne, la crise des trois dernières années semble enrayée. Le Bade-Wurtemberg ose même pronostiquer une croissance de 2 % pour le premier trimestre 2004. Cependant, la prudence est de rigueur : la foi absolue en la «New Economy» qui avait caractérisé la dernière période de croissance a disparu et les entreprises se concentrent à présent sur l'élaboration de stratégies moins vulnérables.

Avec des exportations représentant 43,4 % du chiffre d'affaires total de l'industrie du Land (soit 104,9 Mds €) et une ouverture prochaine sur les pays de l'Est, la dépendance des entreprises régionales face aux fluctuations de la conjoncture internationale est évidente. Parallèlement, selon le WVIB, la fédération des industriels du Pays de Bade, l'industrie doit faire face à plusieurs gageures : un vieillissement sensible de la population, une frilosité flagrante quant aux investissements envisagés, une réticence certaine des banques à fournir les crédits nécessaires à l'innovation. S'y ajoute une politique gouvernementale hésitante à l'égard des entreprises et des frais de production trop élevés face à la concurrence.

Responsabiliser les entreprises

Dans la région badoise, les pronostics d'investissements pour 2004 illustrent la réserve des entreprises : 42 % investiront pour rationaliser et plus de la moitié pour remplacer du matériel. Au-delà de ces investissements «réactifs», on assiste à une volonté affirmée de baisser les coûts de production. Un nombre croissant d'entreprises ont délocalisé leur production vers les pays à bas salaires ou bien sont en passe de le faire. Tout en compre-



nant ce raisonnement, les CCI allemandes dénoncent les risques liés à une telle évolution. La responsabilité de l'industrie pour le marché du travail est évidente, délocaliser équivaut à hypothéquer le développement économique régional. D'ailleurs, les chiffres de l'emploi ne sont guère revus à la hausse pour 2004.

La qualification de haut niveau

Cette délocalisation n'est cependant pas l'unique solution envisagée et on assiste à une «restructuration» de l'économie

locale : beaucoup d'entreprises externalisent certaines tâches afin de se concentrer sur l'optimisation par excellence de leurs produits. De nombreuses petites entreprises de services «satellites» sont actuellement créées. L'amélioration de la qualité et de la vitesse de production est devenue une priorité absolue afin de pouvoir faire face à la concurrence internationale. Or, optimiser un produit ou bien un processus nécessite des qualifications de haut niveau et un transfert de compétence effectif. Afin de permettre ces échanges et de pro-

téger à long terme le développement endogène de la région, il s'agit à présent de créer à l'arrière-plan une logistique idéale sur laquelle peuvent se reposer les entreprises.

Innovation et échanges

Les structures locales d'encadrement et les IHK ont déjà reconnu cette orientation et misent résolument sur l'innovation, la communication et le transfert de technologie. Le site de la «TechnologieRegion Karlsruhe» est un modèle dans le domaine de l'aide au développement économique : soutien des instituts de recherches dans une optique de concrétisation industrielle immédiate, création de réseaux de compétences entre les centres de recherches – instituts et universités – et l'industrie, conception et prise en charge du travail de relations publiques. Ce projet consolide nettement la position de la région dans le contexte mondial et le nombre de création d'entreprises innovantes est ici largement supérieur à la moyenne nationale. Plus au sud, on retrouve le même esprit avec la création de plateformes d'échange dans le domaine des technologies du futur et de sites réservés aux entreprises novatrices tels le projet trinational de «BioValley» ou bien le «BioTechPark» près de Fribourg. <

Kéo : Objets déco branchés

Rendez-vous au 5 de la rue des Charpentiers à Strasbourg. Du lundi après-midi au samedi, Isabelle Horn et Éric Letem vous accueillent dans leur boutique d'objets de décoration en style contemporain, Kéo.

Chez Kéo, les murs sont blancs mais les spots du plafond leur donnent des reflets roses, rappel de l'une des couleurs du logo de l'enseigne, rose et vert. Des niches et étagères sur picots servent de supports à quelque 150 références d'objets de décoration destinés à l'aménagement de la maison. Le petit mobilier trouve également sa place, avec des objets peu encombrants, comme des guéridons ou des poufs en berlingot vinyle, appréciés des amateurs de décor «tendance». «Ce que vous ne trouverez pas chez Kéo, ce sont les produits imposants de design italien», avertit Isabelle Horn, associée dans l'entreprise.

Des objets qu'on ne trouve pas ailleurs

«Nous avons choisi des objets qui n'existent pas à Strasbourg», explique-t-elle. «Notre sélection a porté sur des marques découvertes sur des salons, notamment à Paris ou à Francfort. Nos fournisseurs sont aussi de jeunes créateurs, dont un strasbourgeois, spécialisé en luminaires». L'ensemble des objets distribués par Kéo se décline dans un style unique et contemporain. Vous cherchez à faire plaisir



[Isabelle Horn et Éric Letem]

«150 références d'objets de décoration»

en offrant un vase? Vous avez le choix entre 15 modèles différents, laqués, en plastique souple ou en bois, du soliflore au contenant de grande capacité. Indécis quant au choix du cadeau? En fonction de votre budget, de 10 à 299 €, vous accédez à une panoplie de tasses, boîtes, corbeilles de fruits, bougeoirs, chemins de tables et sets

avec ronds amovibles à usage de dessous de verres.

Déco et design

Facilement repérables par leurs couleurs acidulées, les «range tout» et cache-pots, les cache ampoules et les luminaires en silicone. «C'est une matière sympa au toucher», observe Éric Letem. Au-delà des objets de la maison, la boutique propose quelques accessoires comme des bagues, des colliers et des sacs en feutre à la ligne épurée. Soyez assuré de l'effet de votre cadeau, il sera emballé en papier de soie rose ou vert, recouvert de papier transparent.

Cela fait un an qu'avec Éric, son copain de classe, Isabelle nourrissait le projet de création de magasin. Après leurs études, chacun avait suivi sa voie, Éric dans la comptabilité et Isabelle dans le commercial. Leurs emplois respectifs ne les satisfaisaient pas, ils étaient attirés par la déco et le design. Sur les conseils d'amis actifs dans le domaine, ils se

sont lancés sur ce marché en expansion. «Les Français sont de plus en plus sensibles à leur environnement intérieur, ils aiment le valoriser». Isabelle et Éric ont repéré le local strasbourgeois en octobre 2003, un ancien restaurant qu'ils ont remis en état avec l'aide d'un architecte. 55 m² sont exploités pour la vente.

Pour se faire connaître, Kéo crée l'événement durant deux samedis au mois d'avril. Une animation qui sera reconduite deux fois par an, lors de rentrées de nouveautés. Cible : tous clients en quête d'originalité ou sensibles aux évolutions de la mode.

Kéo est ouvert le lundi de 14h à 19h et du mardi au samedi de 10h à 19h. <

[L'AGENDA] Le 14 mai 2004 au Jardin des deux rives Créer et céder sans frontières «Vis-à-vis Grenzlose Chancen für Unternehmen»

Au programme de cette journée d'accueil et de conférences organisées par les IHK du Südlicher Oberrhein et la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin :

- la création de son entreprise en Allemagne
- les possibilités de partenariats/coopération transfrontalière
- la cession et reprise d'entreprise en Allemagne

- les aspects juridiques et fiscaux
- débat contradictoire entre des dirigeants français installés en Allemagne et des dirigeants allemands installés en France.

De 9h à 17h, entrée libre. Pendant la journée, infos complémentaires à la Caserne du Grand-duc Friedrich (Kehl) et à l'hôtel Mercure (Strasbourg).

[Contact]

• Pour les Allemands
Frank Saier, 00 49 (0) 7821 2703-641
frank.saier@freiburg.ihk.de
www.suedlicher-oberrhein.ihk.de
www.gruenderoffensive-ortenau.de

• Pour les Français
Contact CCI : Espace Entreprendre
03 88 75 24 82
entreprendre@strasbourg.cci.fr

[CE QUE LEUR A APPORTÉ LE PASSEPORT CCI ?]

Une trame leur a été proposée pour les démarches à effectuer : documentation, statistiques, observation de la concurrence. «Nous avons appris à gérer nos lacunes au niveau commercial et à présenter notre projet aux banquiers».

Cabinet conseil en ressources humaines Spécialisé en coaching

Besoin d'améliorer sa pratique professionnelle, de clarifier un projet, de prendre du recul ? Quel dirigeant ou cadre n'a jamais eu besoin d'une aide à la réflexion pour entamer sa propre démarche de progrès ? Ce que propose Christine Vergne-Cordonnier est le coaching, accompagnement personnalisé.

Christine Vergne-Cordonnier a créé son cabinet conseil en septembre 2003. S'adressant aux individus et aux entreprises, elle intervient sur trois axes : le coaching, la formation individuelle ou collective, l'ingénierie du management. Le nom du cabinet, Progrédiens est issu du latin, qui signifie «*qu'en chacun existe un potentiel à découvrir, à faire grandir, à utiliser*». Pour se faire connaître, elle anime en français ou en anglais, des cycles de conférences organisés par des clubs «services» ou associations de dirigeants. Son objectif est surtout de démystifier le coaching. Et d'expliquer : «*je ne donne pas de conseil, mais fais en sorte que la personne identifie elle-même les axes de solutions. Tout en restant dans l'ombre, je lui apporte un autre regard, une autre vision*».

Devenir acteur de sa vie professionnelle

Avant de se décider à s'installer dans ce domaine qui la passionnait «*le management suscite des attraits*

mais aussi des difficultés», Christine Vergne-Cordonnier a mené une enquête terrain dans les entreprises, destinée à définir les besoins et attentes des entreprises, des coaches et des coachés. Elle a retrouvé les mêmes soucis partout : problèmes de management, malaise professionnel, inadéquation entre les valeurs personnelles et les valeurs de l'entreprise. Son enquête a d'ailleurs débouché sur l'édition d'un ouvrage réflexion qui conduit à mieux connaître le besoin de coaching et surtout découvrir la démarche au travers du regard d'hommes et de femmes qui s'y sont impliqués. L'ouvrage a été classé parmi les meilleures ventes de septembre 2003 par le journal *Les Échos*. Un beau résultat pour la



[Christine Vergne-Cordonnier]

«*J'interviens en accompagnement de toutes problématiques professionnelles*».

jeune femme, ingénieur de formation (en informatique électronique automatique) au parcours original. Après avoir travaillé pendant 16 ans dans des multinationales, Christine a préparé un DU des pratiques du management et suivi plusieurs stages de formation à l'entretien individuel, à l'analyse transactionnelle, etc. se constituant une boîte à outils complète. Depuis son installation, elle a eu l'occasion de

former des DRH ou responsables de formation de grandes entreprises ou d'animer des sessions collectives. Elle accompagne tous types de problématiques professionnelles : problèmes relationnels, communication interpersonnelle orale ou écrite, pratique du management, prise de décision, intégration de nouvelles responsabilités ou de nouveaux collaborateurs, délégation, gestion de conflits, gestion du stress, équilibre entre vie privée et vie professionnelle. «*Souvent le dirigeant est face à sa solitude, il a la tête sur les épaules, mais n'a personne avec qui échanger. Je l'aide à tester ses idées. Je peux également l'assister dans la préparation d'événements comme une négociation difficile, la préparation d'une conférence. L'objectif pour l'entreprise est d'améliorer ses performances en maîtrisant tous les aspects organisationnels et relationnels*». <

[CE QUE LUI A APPORTÉ LE PASSEPORT CCI ?]

«*À l'Espace Entreprendre, j'ai bénéficié d'un regard extérieur sur le projet. Quelqu'un de neutre qui vous dit que votre projet peut aboutir. J'ai également demandé le soutien de Cap Création Initiative, sous forme d'un parrainage de chef d'entreprise spécialisé en développement commercial*».

[Contact CCI]

June Marchal, Espace Entreprendre
03 88 75 24 25
j.marchal@strasbourg.cci.fr

[AGENDA]

Création d'entreprise «Entreprendre»

> Prochaines sessions

En avril à Strasbourg les :

- 13-14-19-20 (journée), 15-16 (matin)
- 20-21-26-27 (journée), 22-23 (matin)

En mai à Mutzig les :

- 11-12-17-18 (journée), 13-14 (matin)

Coût : 275

[Contact CCI] 03 88 75 24 83
j.laas@strasbourg.cci.fr

Transmission d'entreprise

> Prochaines sessions

- Le 11 mai à l'Adac (Sélestat)

La transmission d'entreprise : la préparer ou la subir.

- Le 25 mai (Schiltigheim)

Journée spéciale transmission pour les plus de 50 ans à la Chambre de Métiers d'Alsace

[Contact CCI] 03 88 75 24 82
g.lallement@strasbourg.cci.fr

INDICES

- > Indice du coût de la construction Insee (trimestriel) 3^e trimestre 2003 : **1203**
- > Taux d'intérêt légal 2004 : **2,27%**
- > Indice des prix à la consommation, nouvelle base 100 en 1998, janv. 2004 : **109**
- > Taux principal de refinancement de la BCE au 6 juin 2003 : **2%**
- > Taux de base bancaire (depuis le 15 octobre 2001) : **6,6%**
- > SMIC (à compter du 1^{er} juillet 2003) :
– taux horaire brut : **7,19 e**
– taux mensuel pour 151,67 h : **1090,51 e**
- > Plafond mensuel Sécurité Sociale 2004 : **2476 e**

[JEUNES SARL]

Rappel sur les modalités de libération du solde du capital social

La libération du solde des apports en numéraire constituant le capital d'une SARL doit intervenir dans un délai maximal de cinq ans à compter de l'immatriculation. Le plus souvent, les statuts prévoient que le gérant sollicitera le versement du solde en fonction des besoins de la société. Aucun formalisme n'est exigé par la loi pour l'appel du capital restant à libérer, une simple lettre du gérant peut suffire.

Sur le plan comptable, la part du capital non libérée doit apparaître en haut du bilan dans un compte d'actif intitulé «Capital souscrit – non appelé». Lorsque, au fur et à mesure, les associés libèrent tout ou partie du solde de leurs apports en espèces, ce compte est débité et un compte de trésorerie (caisse ou banque) est crédité du même montant.

Rappelons que pour bénéficier du taux réduit d'imposition (IS à 15 %) sur les 38 120 premiers euros de bénéfice, les apports en numéraires constitutifs du capital social doivent être intégralement libérés dès la constitution de la société ou, au plus tard, avant la fin du premier exercice social.

Formalités d'embauche simplifiées

Une ordonnance de simplification des formalités des entreprises a créé, depuis le 1^{er} janvier 2004, le dispositif du titre emploi-entreprise (TEE). Celui-ci a vocation à faciliter l'embauche :

- de salariés permanents dans les petites entreprises de moins de 10 salariés ;
- de salariés «occasionnels» dans les petites entreprises, quel que soit le nombre de salariés. Au sens du texte, un salarié «occasionnel» est une personne embauchée dans une entreprise pour une durée maximale de 100 jours calendaires par année civile, consécutifs ou non.


Pour recourir au TEE, l'employeur doit remplir, au préalable, une demande d'adhésion au dispositif auprès de l'URSAFF dont il dépend ou auprès d'un centre national TEE. Cet organisme lui fera alors parvenir un carnet de titres comportant deux volets :

- un volet «identification du salarié» valant contrat de travail et déclaration unique d'embauche
- un volet «social» servant à déclarer les éléments nécessaires au calcul des cotisations sociales.

En pratique, seuls les employeurs des secteurs BTP et HCR des régions Aquitaine, Midi-Pyrénées, Limousin, Rhône-Alpes et Auvergne peuvent recourir au TEE pour l'embauche de salariés occasionnels depuis le 1^{er} janvier 2004.

Le TEE pour les salariés occasionnels est étendu progressivement aux autres régions et à d'autres secteurs d'activités depuis le 1^{er} avril 2004. En ce qui concerne le TEE pour les salariés permanents, il sera opérationnel dès le 1^{er} juillet 2004 pour certains secteurs d'activités et dans certaines régions limitativement énumérés. L'Alsace n'a pas été désignée comme région test. Nous vous tiendrons informés de l'entrée en vigueur du dispositif dans notre département. <

(Ordonnance du 18 décembre 2003, décret du 9 février 2004.)


 **Pour plus de renseignements, consultez la note «Titre emploi entreprise» disponible à l'adresse suivante :**
www.strasbourg.cci.fr/juridique/notesjuridiques.html
(rubrique : Social - Conclusion du contrat de travail).

> L'employeur assisté lors de la procédure de licenciement ?

Cette possibilité n'est pas prévue par le code du travail. Toutefois, la jurisprudence a admis que l'employeur pouvait se faire assister par un conseil lors de l'entretien sous réserve du respect absolu de deux conditions :

- le conseil doit être une personne appartenant au personnel de l'entreprise (le juriste par exemple ou le responsable administratif en charge des questions de ressources humaines)
- cette assistance ne doit pas porter préjudice aux intérêts du salarié (éviter la situation où l'employeur est assisté alors que le salarié ne l'est pas).

Si l'employeur est tout à fait en droit de se faire assister par un avocat dans la mise en œuvre de la procédure, il ne peut en aucune façon le convier à assister à l'entretien préalable.

 **Pour plus d'informations sur la procédure de licenciement, consultez les notes juridiques relatives à la rupture du contrat de travail :**
www.strasbourg.cci.fr/bases/juridique/notes_sxb.html
Rubrique Social - rupture du contrat de travail.

> Sécurité des piscines privées

Les piscines privées, destinées à un usage familial ou à un usage collectif (hôtels, campings), construites depuis le 1^{er} janvier 2004 doivent obligatoirement être pourvues d'un dispositif de sécurité visant à prévenir les risques de noyade. Les propriétaires de piscines installées avant cette date ont jusqu'au 31 décembre 2005 pour les équiper d'un tel dispositif. En cas de location saisonnière de l'habitation, le délai est ramené au 1^{er} mai 2004. Le dispositif installé doit être conforme aux normes françaises ou à celles édictées par un autre État membre tout en assurant un niveau de sécurité équivalent. L'installateur ou le constructeur doit remettre au client une note technique indiquant les caractéristiques, conditions de fonctionnement et d'entretien du dispositif de sécurité et l'informant sur les risques de noyade, les mesures de préventions et les recommandations relatives à l'utilisation du dispositif.

Articles 128-1 à 128-3 du Code de la construction et de l'habitation.

> Sous-capitalisation des filiales


Les règles françaises destinées à lutter contre la sous-capitalisation des sociétés interdisent toute déduction des intérêts pour la part des sommes qui excèdent 1,5 fois le montant du capital social et qui sont laissées à la disposition de la société (le plus souvent sous forme d'avances en compte courant) par les associés majoritaires ou dirigeants (article 212-1^o du CGI). Toutefois, cette règle ne s'applique pas aux rapports entre sociétés françaises placées sous le régime mère fille de l'article 145 du CGI. L'administration fiscale française se retranchait jusqu'à présent sous l'article 212-1^o précité pour refuser la déduction d'une partie des intérêts versés par des sociétés françaises à leur mère étrangère. Le Conseil d'État vient de lui donner tort. Selon lui, il n'y a pas lieu de distinguer selon que la mère est une société française ou étrangère dès lors que ces sociétés remplissent les conditions du régime français de l'article 145 précité, à l'exception bien sûr pour la mère de son assujettissement à l'IS en France.

Conseil d'État 30 décembre 2003

Local commercial monovalent et renouvellement de loyer


Les locaux construits en vue d'une seule utilisation (cinéma, théâtre, boulangerie avec four intégré par exemple) sont considérés comme des locaux monovalents. Ils présentent également ce caractère lorsqu'ils ne peuvent pas être affectés à une destination différente sans subir des transformations importantes et coûteuses.

Ces locaux échappent, en raison de leur caractère spécifique, aux règles de plafonnement du loyer lors du renouvellement du bail commercial. Ils sont alors déterminés selon les usages observés dans la branche d'activité considérée ou à défaut en fonction de la valeur locative.

 Pour plus d'informations sur le plafonnement du loyer lors du renouvellement du bail commercial, consultez la note «Fixation du loyer renouvelé», disponible à l'adresse suivante : www.strasbourg.cci.fr/bases/juridique/notes_sxb.html (rubrique : Local commercial - Bail commercial).

Zoom sur la clause de réserve de propriété

La clause de réserve de propriété (CRP) est une clause par laquelle un vendeur, pour garantir sa créance, se réserve la propriété de la chose vendue jusqu'au paiement intégral du prix par l'acheteur. C'est en cas de redressement ou de liquidation judiciaire de l'acheteur (le débiteur) que la clause prend toute son importance.

 Pour plus d'information, consultez la note juridique sur la «clause de réserve de propriété», disponible à l'adresse suivante :

www.strasbourg.cci.fr/bases/juridique/notes_sxb.html

(rubrique : Commerce-Concurrence-Distribution-Contrats).

Besoin de renseignements complémentaires sur les informations juridiques développées? Consultez le Service juridique de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin.

[Contact CCI]

Monique Triponel, Laurence Roesch,
03 88 75 25 24

juridique@strasbourg.cci.fr
permanences tous les jours
de 10h à 12h et de 14h à 16h.

Les offres de place d'apprentissage en ligne

Depuis le mois de mars, les offres de places d'apprentissage des entreprises des secteurs professionnels de la CCI (commerce, industrie, hôtellerie restauration, pharmacie, sanitaire et social, métier de la gestion et de l'administration des entreprises) figurent sur le site internet de la CCI.

Toutes les offres d'apprentissage, déposées par les entreprises bas-rhinoises, peuvent être examinées, par ailleurs, au «Point A» du Pôle formation par les jeunes candidats et leur famille. Des bornes électroniques permettent la consultation en libre-service, et un conseiller est disponible le mercredi et le vendredi de 13h30 à 16h30 sans rendez-vous, pour éclairer, orienter et informer les candidats.

[Site]

www.strasbourg.cci.fr/apprentissage



[FORMATION PROFESSIONNELLE DES SALARIÉS]

Le calendrier de la mise en œuvre de la réforme

Les nouvelles dispositions relatives à l'accord national interprofessionnel signé le 20 septembre dernier, à savoir les nouveaux taux de contribution des entreprises, les modalités de mise en place de la validation des acquis de l'expérience et la mise en œuvre du «passport formation» viennent d'être fixées. Tous les détails de ce calendrier ainsi que l'ensemble des dispositions peuvent être consultés sur le site de la CCI.

[Site] www.strasbourg.cci.fr
(rubrique services aux entreprises-formation)

[FILIÈRES D'APPRENTISSAGE 2004]

Trois projets à l'étude

Afin de poursuivre sa politique de rapprochement des besoins des entreprises en jeunes qualifiés avec celui des filières de formation, l'IFA de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin envisage de mettre sur pied trois projets d'ouverture de nouvelles filières en apprentissage, pour la rentrée 2004. Le premier concerne la création d'une filière BTS force de vente, délocalisée à Saverne. Le second a pour objectif de soutenir le secteur de distribution dans son développement, par la mise en place d'une licence professionnelle. Le troisième projet porte sur la création, en Alsace, d'une filière BTS opticien-lunetier en apprentissage.

[Contact CCI] Philippe Authier, 03 88 43 08 91
p.authier@strasbourg.cci.fr

[APPRENTISSAGE ET ALTERNANCE]

Préparez vos recrutements 2004

Les entreprises qui désirent embaucher un jeune de niveau BTS, en contrat d'apprentissage ou de qualification peuvent désormais déposer leurs offres auprès de l'IFA du Pôle Formation CCI. Les conseillers en formation apporteront leur concours dans le cadre de cette recherche, leur aide dans la sélection des candidats et le montage du dossier d'embauche.

Les possibilités offertes concernent les métiers du commerce, de la vente, de l'immobilier, de la gestion, de l'administration et de l'informatique. Avec une palette de onze filières diplômantes et sept filières qualifiantes, le département Alternance du Pôle Formation CCI offre des réponses souples et adaptées aux besoins en recrutement de jeunes qualifiés des entreprises alsaciennes.

[Contact CCI] Philippe Authier, 03 88 43 08 91

> Un apprenti bas-rhinois récompensé

Dans le cadre d'un concours organisé par la Société nationale des Meilleurs Ouvriers de France, 150 apprentis de France ont été sélectionnés pour la qualité et l'excellence de leur travail. Ces «Meilleurs apprentis de France» se sont vus remettre leur diplôme et leur médaille d'or par Christian Poncelet, président du Sénat. Fornathan Christ, apprenti tailleur de pierre de Mutzenhouse, fait partie des lauréats de ce concours où environ 90 métiers étaient représentés. Les différents œuvres ont fait l'objet d'une exposition au Sénat.

«Nous avons appris à mieux dire NON»

Clients agressifs ou violents, ou encore mal intentionnés : le commerçant est parfois confronté à ces situations qui peuvent devenir conflictuelles. Quelle attitude doit-il adopter et comment doit-il réagir ? Autant de questions face auxquelles le commerçant est souvent démuné. Pour apporter des réponses et afin d'analyser ces problèmes, la direction commerce de la CCI a mis au point une formation spécifique animée par Yann Jurgensen, psychologue. La totalité de l'équipe d'une pharmacie strasbourgeoise – soit près de 25 personnes, apprentis compris –, a suivi, en plusieurs groupes, ce stage. Un des dirigeants répond à nos questions.

Le Point Éco : L'entière équipe de la pharmacie vient de suivre cette formation. Pourquoi ? Êtes-vous de plus en plus confrontés à ces situations conflictuelles ?

Cette formation est vraiment venue au bon moment, alors que nous n'étions pas, de manière aiguë, confrontés à ce type de soucis. Pourtant, l'équipe exposée à la clientèle manifestait un sentiment de lassitude face à ces tensions quasi quotidiennes et face à l'insatiabilité, de plus en plus grande, du client. Cela nous a permis d'analyser ces situations, de mieux repérer ces moments de conflit et nous avons appris à mieux les appréhender. La formation s'inscrivait plutôt dans une démarche «préventive».

Nous avons également découvert que ces types de tension étaient fréquents dans la majorité des commerces. Il était donc important de relativiser.

Comment expliquez-vous ces «tensions» ?

Nous pensons que la mentalité de notre clientèle a évolué depuis l'instauration du ticket modérateur. Il n'existe plus ou quasiment plus, d'échange d'argent. Le client nous apporte l'ordonnance délivrée par son médecin et souhaite obtenir les médicaments le plus rapidement possible. La transaction financière est aujourd'hui dématérialisée et



directement gérée par les caisses de maladie et les caisses complémentaires. Cela modifie entièrement la relation du patient avec son pharmacien, et peut-être la dénature. Mais cela est spécifique à notre profession.

Quels enseignements avez-vous retenus de cette formation ?

Nous avons appris à déculpabiliser, et nous avons pris conscience qu'il était impossible de satisfaire tous les clients. Ensuite, il nous a été clairement exposé que le pharmacien/commerçant est en droit de dire «non» à un client insatiable. Chaque personne de l'équipe a

ainsi pu évoquer sa perception de son sentiment «d'insécurité». Tout cela a été très bénéfique, d'autant que le formateur nous a livré son expérience acquise dans tout type de commerce, face à ces situations conflictuelles. Ce qui a été, à notre avis, un avantage.

Votre approche et vos méthodes de travail ont-elles ainsi évolué ?

Nous avons pris conscience que personne ne pouvait désamorcer seul un conflit de ce type. C'est à l'équipe entière de se montrer solidaire et de se relayer pour faire face à ces clients récalcitrants. On appréhende aujourd'hui d'une autre manière ces difficultés, peut-être même plus sereinement. Les bénéfices de cette formation sont positifs au vu des outils qui nous ont été donnés pour nous adapter aux attentes des clients et à leurs comportements parfois fâcheux. Un gain de stress important pour l'ensemble du personnel. <

Une nouvelle session de cette formation «Gestion des clients agressifs» est prévue le lundi 7 juin et lundi 21 juin.

[YANN JURGENSEN]

Psychologue, formateur spécialiste des phénomènes d'agression et de la gestion des conflits et du stress dans l'entreprise.

«Mes modules de deux journées de formations sont spécifiques. L'agressivité des clients n'est pas la même dans une concession automobile, une grande surface ou encore une pharmacie, par exemple, même si elle peut se traduire de la même manière. Avant chaque formation, j'essaie d'avoir un aperçu de l'état d'esprit et de la mentalité du personnel et des clients en me rendant sur les lieux. Avec les stagiaires, nous analysons en détail les mécanismes de l'agressivité de certains clients. J'essaie d'apporter les outils théoriques, et aussi des éléments de bon sens, pour prendre en charge cette situation délicate. Ensuite, nous dégagons des pistes de réflexion et de travail, adaptées à chaque commerce.

On constate effectivement une amplification de ces phénomènes d'agressivité. Ils sont souvent liés à une frustration affective ou ne sont qu'une quête d'une reconnaissance de la personnalité. La dégénérescence des comportements individuels et la déliquescence des normes sociales mais aussi les mauvaises habitudes que les commerçants ont pu donner aux clients sont à l'origine de ces situations.»

Prudence des employeurs pour 2004

Interrogées fin 2003 par l'APEC*, «les entreprises françaises se sont montrées particulièrement prudentes dans leurs prévisions pour 2004». La baisse des recrutements devrait ralentir dans une proportion comprise entre 0 et -5 % en 2004, contre -10 % en 2003.

L'enquête APEC table sur une reprise du marché de l'emploi cadre à la fin du 2^e semestre. Les recrutements devraient être compris entre 129 000 et 142 000, soit une baisse deux fois moins importante que celle enregistrée entre 2002 et 2003 (-10 %) et divisée par trois par rapport à celle observée entre 2001 et 2002 (16 %).

Des évolutions modérées dans les régions

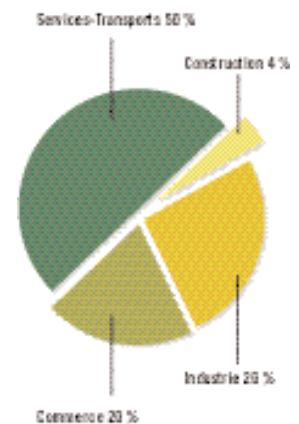
L'évolution des recrutements s'annonce relativement modérée dans les régions. Cependant, six régions se distinguent en affichant des taux d'évolution positifs : le Limousin (+8 %), Poitou-Charentes (+6 %), Franche-Comté (+5 %), Nord-Pas-de-Calais et Alsace (+2 %), et Roussillon (+1 %).

En Alsace, 8 % des entreprises interrogées fin 2003 songeaient sérieusement à réduire leurs effec-

tifs, contre 6 % en 2002. Les plus pessimistes font partie du secteur industriel, avec pour 13 % d'entre eux une diminution des embauches, qui toucherait essentiellement le Haut-Rhin, alors que 8 % envisagent une hausse des effectifs. Les Bas-Rhinois les plus optimistes appartiennent au secteur des services.

Seulement 220 postes ont été créés en Alsace en 2003, où un tassement important de la promotion interne a par ailleurs été enregistré.

Alsace : la répartition des recrutements prévus



Ce chiffre est en baisse constante depuis 2001. Il y a eu 4 720 postes pourvus en interne en 2003, ce qui correspond à un recul de 17 % par rapport à 2002. Déjà, les entreprises affichaient la prudence. <

[Site] www.apec.fr

*Panel Apec 2004, 11 000 entreprises interrogées.

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com

Annonces cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

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

Les après-midi de l'hôtellerie-restauration

Destinés aux professionnels de l'hôtellerie-restauration, ces ateliers d'information et d'échanges mis en place par la CCI seront organisés autour de différents thèmes d'actualité.

Le premier après-midi, le lundi 5 avril, a fait le point sur les modalités d'application de la RTT dans les cafés, hôtels et restaurants. Il était animé par M^e Thiry-Charpentier du cabinet Conseils et Applications Juridiques. L'après-midi suivant aura lieu le lundi 17 mai 2004. Guillaume Robuchon, directeur du Golf du Kempferhof et ancien sommelier au Crocodile interviendra autour du thème «Comment redynamiser la consommation de vin au restaurant». Prochaines thématiques : la certification HôtelCert, la connexion Internet sans fil dans l'hôtellerie ou le «Wi-Fi» et le label «Bistrot de Pays».

[Horaires] de 15h à 17h à la CCI

[Tarif] 15 € la séance - gratuit pour les membres du Club Tourisme

[Contact et inscription] 03 88 75 25 66
tourisme@strasbourg.cci.fr

[DÉVELOPPEMENT DU TOURISME]

Le soutien de la Région

Lors de la commission permanente du 6 février dernier, la Région Alsace a prévu de consacrer près de 2,3 M € en 2004 au développement du tourisme. Parmi les projets bénéficiant d'un soutien, l'Écomusée, financé à hauteur de 400 000 € pour son «festival de la maison» et la restauration de sa halle de stockage de la potasse, la Fédération Régionale des Offices de Tourisme et Syndicats d'Initiative, soutenue à hauteur de 248 600 €, pour son programme d'animation. Des subventions ont également été accordées à la Communauté de communes de la région de Saverne pour la réalisation d'une piscine intercommunale sports-loisirs (890 000 €), à l'Association pour le développement de l'Alsace du Nord (ADEAN) pour son programme de développement touristique (274 000 €), et à l'Association Libre pour la création d'un gîte d'étape à Eschbach-au-Val, destiné à une clientèle de personnes handicapées et valides (151 400 €). À Guebwiller, la création de 20 habitations légères de loisirs au camping Le Florival sera aidée à hauteur de 297 500 €.

[Contact] Jean-Paul Petit, 03 88 15 69 14

Le Bistro des Saveurs à Obernai

Surpris, certes, Hélène et Thierry Schwartz, patrons du restaurant *Le Bistro des Saveurs* à Obernai, l'ont été lorsqu'ils ont appris la nouvelle. «Cela ne fait qu'un an et demi qu'on a ouvert, en octobre 2002, c'est allé très vite. Ce premier macaron au Michelin est cependant une belle récompense car nous avons travaillé très dur, avec la volonté de faire du bon travail», indique Thierry Schwartz. Son credo est aussi une ligne de conduite : «Se lever très tôt, trouver le meilleur produit et créer des plats pour se faire plaisir et faire

plaisir à ses clients». Sa cuisine, il la qualifie de néoclassique avec des touches contemporaines : «Je respecte les produits du terroir, la cuisine française, mais j'y ajoute de l'originalité et de la créativité». Sur sa carte, un menu à 38 € comprend entrée, plat et dessert, mais il est possible de scinder les plats. Tous les deux mois et demi, il change sa

carte, et propose des thématiques : nature et truffe, iode et mer, etc. C'est aussi «comment imaginer la cuisine autrement». Pour cela, il part d'une garniture qu'il aime, comme les lumaconi, très grosses coquillettes, qu'il accommode avec des truffes, de la viande ou du poisson. Originalité du restaurant : une cheminée en salle pour des cuissons au feu de bois : le tournebroche comme on en trouvait il y a cent ans favorise une cuisson plus lente, donc moins agressive.

Le restaurant accueille quelque 35 couverts, un petit salon est réservé à des menus concoctés pour une quinzaine de personnes. L'équipe du *Bistro des Saveurs* est constituée de quatre personnes en cuisine et de trois en salle, le domaine de l'épouse du chef, Hélène.

Âgé de 29 ans, Thierry Schwartz a préparé un BTH à l'école hôtelière d'Illkirch-Graffenstaden, s'est fait la main chez Valentin Sorg à Strasbourg, puis chez Robuchon à Paris, avant de gravir tous les échelons, jusqu'à la direction d'un des restaurants du Domaine de la maison Rotschild à Megeve. <

«Nous avons travaillé très dur»

[Entourés de leur équipe, Hélène et Thierry Schwartz]



DOCUMENTATION SUR LA RESTAURATION

[OUVRIR UN RESTAURANT]

Édité par l'Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI), cet ouvrage de la série Thématour intéressera aussi bien les créateurs d'entreprise que les restaurateurs déjà installés. Au sommaire, le financement, le marché, la rentabilité, la gestion, les formalités et le lancement commercial. 270 pages, 32 € TTC franco de port.

[RESTAURATEURS : DÉVELOPPEZ VOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES]

Dans la même collection Thématour, ce guide pratique vous propose à partir d'exemples et de témoignages, des moyens efficaces pour trouver de nouveaux clients, chercher de nouveaux marchés, fidéliser vos clients ou encore utiliser des moyens de communication adaptés, etc.

De quoi vous aider à développer votre chiffre d'affaires. 173 pages, 28 € TTC franco de port.



[Contact CCI] Espace Info Éco, 03 88 75 25 50 espaceinfoeco@strasbourg.cci.fr

Stratégie ambitieuse

L'Alsace cible les marchés anglais, suisse, allemand, américain et polonais

Après une année 2003 relativement décevante – 5,9 m de nuitées, un chiffre en recul de 3,3 % par rapport à 2002 –, le Comité Régional du Tourisme (CTR) entend mettre en œuvre une stratégie offensive pour séduire les visiteurs. Son ambition est notamment d'augmenter le nombre des nuitées de 5%. Les objectifs du CRT sont récurrents : lisser la saisonnalité (d'octobre à mars), répartir les flux vers la campagne (de 47,5 % à 50 % d'ici 2005), accroître la durée moyenne des séjours et augmenter le panier moyen. Celui-ci, de l'ordre de 71,60 € en 2003, devrait être porté à 77 € par jour et par personne. Le rajeunissement de la clientèle est toujours d'actualité.



Les pays cibles 2004 sont l'Allemagne (dont le nombre de visiteurs était en baisse en 2003), la Suisse, la Grande-Bretagne, les USA et la Pologne. À noter qu'en 2003 une embellie a été notée sur le segment de la clientèle étrangère, grâce aux Italiens et aux Anglais. En jan-

vier-février, le CRT a mené une campagne d'affichage dans le métro parisien, déclinée sur quatre thématiques : l'histoire, la gastronomie, les arts, la nature active. Par ailleurs, les magazines *L'Art de vous surprendre* (courts séjours) et *Surprenante Alsace* (séjours longs) ont été largement diffusés dans les salons et par marketing direct. D'autre part, un nouveau concept sera dévoilé dès ce mois-ci, qui devrait mobiliser l'ensemble des partenaires du secteur du tourisme, professionnels et collectivités. «*Notre souci est de créer une image sur les mois de début d'année, à l'instar du travail qui a été fait pour Noël*», a souligné Olivier de Richoufftz, directeur du CRT. <

[ESPACE PAMINA]

Demandez le programme

Édité par l'association touristique Vis-à-Vis (Karlsruhe), ce calendrier présente plus de 450 manifestations organisées dans les trois régions de l'espace Pamina : Pays de Bade, Alsace et Palatinat. C'est l'offre culturelle (festivals de musique ou de théâtre, expositions temporaires) les traditionnels marchés de printemps et de Noël, les fêtes du vin, les manifestations historiques avec animation de l'été, etc. Également réalisée par Vis-à-Vis, la brochure 2004-2005, intitulée «*Découvertes sans frontières, Entdecken ohne Grenzen*» qui recense 11 offres de séjours culturels et gastronomiques, proposées en randonnées à vélo.



[Contact] Bureau d'information Vis-à-Vis, plate-forme douanière à Scheibenhart, 03 88 54 98 98

EGAST : une cuvée 2004 de qualité

Le salon professionnel de l'équipement, de la gastronomie et des services a accueilli 20 898 visiteurs, soit 5,6 % de plus qu'en 2002. Ceux-ci venaient principalement du Grand Est de la France.

La présence des Riesling du monde (tenaient un stand les gagnants des concours 2003 et 2004) n'était pas étrangère à cette cuvée de qualité, mais ils n'étaient pas les seuls. Au total, 150 exposants ont présenté une offre exceptionnelle en matière d'équipement et de restauration. Ceux-ci se sont montrés satisfaits du courant d'affaires qu'ils ont pu enregistrer pendant ces cinq jours au Parc des expositions du Wacken. Du 7 au 11 mars, la gastronomie était à la fête, grâce aux nombreuses démonstrations et matchs culinaires orchestrés pendant toute la durée du salon. Pour

sa 10^e édition, la restauration hors domicile était également mise en avant.

Les cinq coups de cœur d'EGAST ont été remis à François Meyer, cuisinier à l'hôpital intercommunal du canton vert à Lapoutroie, Éric Lamberts, boulangier à Strasbourg, Olivier Klein, boucher chez Porcus à Strasbourg, Franck Mischler, au Cheval Blanc à Lembach pour son action pédago-



gique auprès des enfants et au club gastronomique de la Haute Bruche, représenté par Jean-Paul Bossee, de la Cheneaudière à Colroy-la-Roche.

Présente sur un stand, la CCI a pu nouer des contacts intéressants avec les hôteliers restaurateurs et les distributeurs de matériels et de services. Elle les a informés sur ses différentes actions «phare» : la cession-transmission d'entreprise, la démarche de certification «HOTELcert®», les après-midi de l'hôtellerie (ateliers thématiques) et le club «tourisme». <

[Contact CCI]

Marie-Claude Ouvrard,
03 88 75 25 64
tourisme@strasbourg.cci.fr

[NOUVEAU À OSTWALD]

Naturaparc, parc acrobatique forestier

Voltiger d'arbre en arbre, à 20 mètres du sol dans la plus grande sécurité, en testant l'un des nombreux parcours ludiques matérialisés par des obstacles divers et de difficulté évolutive, c'est ce que vous propose le nouveau parc acrobatique forestier d'Ostwald. Accessible aux familles, aux enfants, aux scolaires et aux entreprises, la pratique ne requiert aucune aptitude particulière. Auto-assurance : baudrier équipé de deux langes terminées par des mousquetons, une poulie et un casque. De quoi évoluer en toute sécu-

rité et apprécier un moment privilégié, en communion avec la nature, au cœur d'une forêt de chênes centenaires. Sur trois hectares, six parcours de 75 ateliers, Naturaparc est situé à proximité du Château de l'Île. Tarif individuel : 20 €

(durée de pratique de trois heures) pour les adultes; moins de 17 ans 15 €; 4 à 6 ans, 5 €. Tarifs groupes et abonnements. Une réduction de 2 € est accordée aux personnes qui se rendent au parc à vélo ou en roller. Projets 2005 : le développement d'un parc outdoor avec escalade, canoë, cheval, mountain bike.

[Réservations]

03 88 65 40 07, www.naturaparc.com

[ASTEC TV]

Les scènes mobiles

Basée à Molsheim, ASTEC TV propose une gamme de podiums mobiles couverts avec sonorisation et lumière. Pour des démonstrations, ventes ambulantes, spectacles, etc., ces scènes mobiles sont un outil intéressant de promotion. Les structures, aux normes de sécurité, sont mises en place le matin et démontées après le spectacle. Les demandes peuvent être unitaires ou en tournée, en équipement standard ou avec son et lumière. ASTEC TV propose également un spectacle clé en mains avec féerie aquatique, sonorisation, illumination et feu d'artifice musical.

[Contact]

03 88 38 01 66, www.fantaisieu.com

7^e congrès national, à Strasbourg

La maîtrise des risques professionnels et l'optimisation des conditions de travail

Tables-rondes, conférences et ateliers accueilleront experts et professionnels français mais aussi venus d'Allemagne, de Suisse, de Belgique et du Luxembourg, au salon Préventica qui se tiendra pour la première fois à Strasbourg, les 2 et 3 juin. Près de 5 000 visiteurs sont attendus à ces rencontres qui concernent à la fois le monde de l'industrie, des services et de la fonction publique.

Apporter un nouvel éclairage et des réponses concrètes aux problèmes de la santé et de la sécurité au travail, sera le fil conducteur de ce 7^e congrès national, organisé sous l'égide des Caisses d'Assurance Maladie d'Alsace-Moselle, de Bourgogne - Franche-Comté et du Nord-Est. Les différentes conférences plénières aborderont l'évaluation des risques professionnels, le stress au travail, le confort et la sécurité dans la conception des espaces de travail, le risque routier dans le cadre des accidents du travail, la prévention du risque chimique, les troubles musculo-squelettiques et l'éventuelle harmonisation européenne de la prévention.

Colloques et ateliers

Par ailleurs, près de 70 ateliers, proposés par les entreprises et des organisations professionnelles, développeront, en présence d'experts et de professionnels, des pistes de réflexion sur des sujets aussi divers que les normes et les référentiels, la qualité microbiologique de l'air et la gestion du risque chimique, la réglementation sur la protection contre la foudre ou encore



les expériences de management de la santé et de la sécurité en Allemagne, etc. (voir programme détaillé sur le site Internet).

Trois colloques thématiques, une nouveauté du salon, sont également inscrits au programme de ces deux journées au parc d'exposition du Wacken. L'Association des ingénieurs et techniciens de maintenance (AFIM) animera le débat sur «La connaissance et la prévention des risques dans le domaine de la maintenance», le Centre d'information et de documentation sur le bruit (CIDB) abordera le thème de «La maîtrise des nuisances sonores sur les lieux du travail». Le troisième colloque, «La prévention des risques dans la fonction publique», sera traité avec la participation de la Caisse de dépôts de consignations, de plusieurs Centres de gestion de la fonction publique territoriale ainsi que l'association des Maires de France.

L'ensemble de ces débats ont pour objectif d'apporter des réponses concrètes face à l'ampleur du nombre de plus en plus important des accidents du travail et de pathologies professionnelles, sans oublier leurs conséquences sur la vie de l'entreprise. Des réponses et de nouvelles approches, grâce aux expériences et aux cas pratiques,

échangées avec les organismes des pays voisins, sont également très attendues.

Tous les leaders nationaux des secteurs de l'hygiène sécurité, de l'ergonomie et de l'environnement ont confirmé leur présence et proposeront, sur leurs stands, leurs gammes de produits et leurs nouveautés. Le salon sera agencé de manière cohérente autour de six pôles sur 7 500 m² d'exposition (de l'hygiène des locaux aux risques industriels et des systèmes de manutention aux sièges de bureaux...). <

[Informations complémentaires et inscriptions]

www.preventica.com

[PRÉVENTICA : LES 2 ET 3 JUIN À STRASBOURG]

Profitez de l'espace collectif Alsace

Bénéficiez d'une forte présence régionale en participant à l'espace collectif Alsace : 150 m² sont destinés à accueillir une quinzaine d'entreprises.

Sur le site de la CCI

www.strasbourg.cci.fr, un zoom

sur les trois premiers inscrits :

> Shred-it : la destruction sécurisée des documents

> dBI : la chasse au bruit et aux vibrations

> Hypral : professionnel de l'hygiène et de la propreté.

Dépêchez-vous de vous inscrire.

[Contat CCI]

Éliane Fuhrer, 03 88 76 42 03

Documentation

Les répertoires par pays

Vous souhaitez connaître les entreprises de votre territoire? Cinq nouveaux répertoires d'entreprises de 20 salariés et plus des Pays du Bas-Rhin viennent de paraître. En appui des tableaux de bord économiques des Pays d'Alsace, ils recensent les établissements industriels, commerciaux et de services inscrits au Registre du Commerce et des Sociétés. Sur support papier au prix de 15 € TTC chacun (2€ de frais de port en sus), la CCI vous propose les répertoires des pays :

- d'Alsace du Nord (340 adresses)
- d'Alsace Centrale (170 adresses)

- de Saverne, Plaine, Plateau (170 adresses)
- de Bruche-Mossig-Piémont (230 adresses)
- de Strasbourg et environs* (50 salariés et plus, 370 adresses). <

[Contact CCI] Evelyne Clauss-Jehl,
0388752551 -espaceinfoeco@strasbourg.cci.fr

*La Communauté Urbaine de Strasbourg n'est pas constituée en Pays, elle fait néanmoins l'objet d'un tableau de bord et d'un répertoire, qui incluent également les trois communautés de communes adjacentes non intégrées dans un pays (les communautés de communes «les Châteaux», du Kochersberg et Ackerland).

> Sur cédérom, les organismes professionnels

Besoin de contacter des organismes professionnels de l'industrie, du commerce, des services et de l'artisanat? Pourquoi ne pas utiliser l'outil cédérom que vous propose la CCI? Fichier en format.xls et nomenclature des codes APE au format word. Facile d'utilisation et pratique de stockage!

[Contact CCI] Muriel Ischia, 0388752526 - fichier@strasbourg.cci.fr

[HAPPY TALKS] Pour les étudiants souriants

Après les apéros linguistiques Smile, voici les happy talks, destinés à un public d'étudiants. Pour parler joyeusement en allemand, anglais, espagnol ou français (pour les étrangers uniquement). Tous les deuxièmes jeudis du mois. Premiers rendez-vous à l'Abattoir Café, 1 quai Charles Altorffer à Strasbourg.

[Site] www.thesmilingcity.com

Euroshop

1^{er} couplage publicitaire radio transfrontalier

L'initiative de cette offre radio exclusive revient à la radio régionale indépendante Top Music, radio pop rock qui diffuse également des actualités sur Strasbourg 94.5, Sélestat 90.1, Saverne 95.8, Haguenau 91.1 et Colmar 106.8. Souhaitant élaborer une stratégie transfrontalière commune aux cultures françaises et allemandes, Top Music s'est associée à Hitradio Ohr*. Leur cœur de cible partagé : les 20 à 50 ans. Après dix mois d'échanges de chroniques et d'informations, les deux radios se sont réunies sous Euroshop. Ce concept n'est pas un simple agrégat d'audience, mais une mise à disposition d'expertises pour offrir un

combiné performant : deux campagnes de communication efficaces, diffusées dans les deux pays, un interlocuteur commercial qui s'exprime dans votre langue. Le média planning proposé est parfaitement adapté à une stratégie transfrontalière. «Traduire un spot, c'est comprendre la culture du client et l'adapter à la culture du pays dans lequel il est diffusé», rappelle Dominique Kraft, directeur de Top Music, qui s'est beaucoup investi dans la création d'Euroshop. <

*Baden-Baden Buhl 105.5, Achern 90.5, Oberkirch 99.2, Offenbourg-Kehl 104.9, Lach 107.4, Haslach 93.0 et Kinzigtal 101.2.

[Contact] Ze Régie, 0388152000

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com

Annonceurs cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

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

[CARDMAIL]

La carte pour le contact, le mailing pour l'impact

Développé par Thierry Ziegler (Eguisheim), Cardmail est un produit de communication « 3 en 1 » : dépliant mailing unique, carte de visite détachable, coupon-réponse intégré. Basé sur deux formats standards (dépliant mailing 85 mm x 210 mm) et carte de visite (85 mm x 55 mm), Cardmail est disponible en cinq variantes, selon qu'on associe coupon-réponse ou coupon-commande, carte de fidélité ou carte-réponse. De quoi développer votre image de marque de manière originale et qualitative. Idéal en clientèle, foire ou salon, ou en prospection individualisée. La carte de visite peut être personnalisée avec les coordonnées de chacun de vos commerciaux. Cardmail est aussi une alternative astucieuse pour la vente à distance.

[Site] www.cardmail.fr

[COLLECTION TRANCHES DE FRANCE]

«L'Alsace»

Après les villes, les éditions Déclics se sont attaquées aux régions pour développer leur collection d'ouvrages démarrée en 2001. Le succès de la formule – 18 titres sont parus en 2002 avec Strasbourg – et la demande des librairies ont poussé le concepteur de la série, Bertrand Dalin, à la décliner en régions. Après la Bretagne, la Provence, la Corse, la Bourgogne et le Pays Basque, c'est au tour de l'Alsace d'être mise à l'honneur. Présentation actuelle des paysages, des villages, de la gastronomie et des «têtes» qui font le dynamisme de la région. L'ouvrage est le résultat du travail d'un photographe d'origine lorraine installé en



Alsace, chasseur d'images et passionné du Massif des

Vosges, Olivier Frimat, et d'un jeune auteur, docteur en histoire contemporaine, Xavier Carpentier, qui a su résumer les quelques événements qui ont forgé l'Alsace. Le livre montre une Alsace haute en couleurs – l'image a la part belle puisqu'elle occupe les 2/3 du document. En vente en librairie au prix de 20 €.

La finesse de la gastronomie en coffrets-repas

Envie de vous retrouver entre collègues autour d'un repas savoureux sans pour autant quitter votre entreprise? Pourquoi ne pas vous laisser tenter par la nouvelle formule proposée par le traiteur strasbourgeois Kieffer?

Concoctés à partir de produits frais, cinq coffrets repas imaginés par le chef de cuisine, Jean-Michel Mougard, vous seront livrés accompagnés d'un set de couverts, verre et assaisonnement. Vous avez le choix entre des menus traditionnels appelés winstub et des menus plus exotiques mers du sud, festival, soleil de Méditerranée, d'ouest en est... Tous étant organisés autour d'une entrée, d'un plat principal, d'une salade et d'un dessert. Autre possibilité offerte par le Bureau Gourmand : les coffrets club-sandwichs, de la City au Scala, composés de six sandwichs de pain de mie, quatre baguettes parfumées, deux brownies et d'un assortiment de mignardises et fruits frais de saison à



[Soleil de Méditerranée]

partager à deux. Les prix : de 15,90 € à 24,60 € pour les plateaux repas, 15,80 € pour les coffrets sandwichs. Boissons possibles. <

OUVRAGES

> Gestion financière : «Le cash costing»

Pour la première fois, un livre fait le point sur le «cash», le nerf de la guerre dans l'entreprise. Les entreprises se plaignent de ne pas disposer d'une trésorerie suffisante? Mais ont-elles réellement cherché à optimiser leurs flux clients et fournisseurs? «Le cash costing», c'est l'optimisation durable du cash issu des cycles d'exploitation clients et fournisseurs. Ce livre décrit à la fois les principes, la méthode, les outils à mettre en place et guide le professionnel en lui proposant une étude de cas complète, avec chiffrage du retour sur investissement. Auteurs : Alain Léonhard, Thibaud de Moucheron, Yves Dubois. Chez Marcom Génération, 30 € TTC.

En vente en librairie.

> Lexique juridique pour l'entreprise

Rédigé par des praticiens, le lexique juridique pour l'entreprise offre des définitions simples et véritablement compréhensibles pour l'artisan, le commerçant, le dirigeant ou le salarié de l'entreprise. Tous y trouveront des réponses adaptées à leurs besoins. Les auteurs ont émaillé leurs définitions d'éclairages pratiques et d'exemples concrets. Aux Éditions d'Organisation, collection Les livres outils, www.editions-organisation.com

> Le monde est à nous

Résolument optimiste, cet ouvrage signé Laurent Edel et Chine Lanzmann ouvre de nombreuses opportunités, redonne du courage à tous ceux qui envisagent de créer leur propre entreprise et explore les niches de croissance pour les sociétés déjà existantes. Le livre suit le tour du monde d'une famille, de la Chine au Canada.

Laurent Edel a déjà mis en place l'incubateur Republic Alley, financé par France Télécom et la Caisse d'Épargne ; il l'a récemment cédé à la Mairie de Paris et vient de créer une nouvelle société : Good Futur. Chasseur de tête des temps modernes, il traque les nouvelles idées de business. Chine Lanzmann, son épouse, enseigne la médiatisation et le «networking» à Paris. En vente en librairie.

> Les archives du XXI^e siècle

Outil innovant dans le monde du numérique, la solution «OpenSource» proposée par la société Xtensive (conseil et développement informatique à Strasbourg) en partenariat avec Nekhem technologies est destinée à l'indexation, l'archivage et la publication web de contenus multimédias (audio, vidéo, iconographies, etc.). Basée sur l'OpenSource, «OpenMédia», première plate-forme d'archivage et de catalogue, répond aux besoins nouveaux apparus dans des domaines aussi divers que les archives, l'administration, la cinématographie, la télévision. Les documents sont numérisés, indexés et commentés pour une sauvegarde d'utilisation simple et complète.

[Contact] 03 88 32 21 01, info@xtensive.com

> Logiciels Qualitel : de nouvelles performances

Dorénavant, pour gérer la qualité suivant la norme Iso 9001, les entreprises équipées de bases de données Oracle ou MSSQL, pourront choisir les nouvelles versions de la gamme des logiciels Qualitel existants. Pour tout renseignement complémentaire, vous pouvez appeler directement le prestataire basé à Eschau, Forec SARL.

[Contact] 03 88 64 32 33

[Site] www.forec.fr



Marc Koeniguer, La Belle Vue

Une cuisine traditionnelle et inventive, héritage de Denis Boulanger

Marc Koeniguer est le chef de cuisine de l'hôtel-restaurant La Belle Vue à Saulxures depuis août 2002. Sur sa carte qui évolue chaque semaine en fonction du marché, les meilleurs produits de saison, à chaque fois revisités selon son humeur.

Pas facile de reprendre les rênes lorsqu'on succède à un homme aussi exceptionnel que Denis Boulanger, le patron de l'hôtel-restaurant La Belle Vue, admiré et respecté dans toute la vallée de la Bruche et bien au-delà. L'avantage qu'avait Marc Koeniguer était celui d'avoir exercé à ses côtés pendant quatre ans. «*J'étais son second, ensemble nous avons eu l'occasion d'imaginer des recettes, toutes élaborées à partir de produits de saison. Notre cuisine se veut traditionnelle mais inventive. Un même produit ne sera jamais cuisiné de la même façon : nous changerons la sauce, l'accompagnement, la cuisson.*

Après le décès de Denis, j'ai gardé le même fonctionnement. D'ailleurs quiconque a eu l'occasion de travailler avec Denis n'a plus envie de changer les règles. Jamais plus je ne cuisinerai un bourguignon comme je l'ai appris à l'école. Et d'illustrer : Les sauces, c'est comme un vin, il leur faut de la rondeur, de l'acidité, qu'elles soient longues en bouche...

Les menus : autour du marché et du terroir

Sur sa carte, beaucoup de produits de saison, un menu du marché qui change toutes les semaines. Ce sont trois formules au choix : deux, trois ou quatre assiettes, pour un prix allant de 21 à 30 €. Exemple : brioche tiède au foie d'oie, chutney



[Marc Koeniguer]

La passion de la cuisine dès l'âge de dix ans

aux pommes et jus au porto, filet d'omble chevalier d'Étival poêlé (venant d'un petit producteur, Marc Koeniguer témoigne de sa qualité), nouilles au wok, ballottine de lapin fermier façon royale, polenta aux olives, tiramisu aux poires, croquant aux pistaches. Son truc pour les desserts : «*On fait toujours du chaud, du froid, du moelleux et du croustillant*». Également sur la carte, un menu «*autour du terroir*» à 18 €, qui offre le choix, tous les jours sauf le dimanche midi et les jours fériés, entre quatre entrées, quatre suites et quatre desserts. Ce

sont des produits à tendance «*winstub*», comme les «*schupfnudle*» à la crème de munster, les ravioles de bœuf en pot-au-feu, les tranches de poitrine au romarin servies avec une potée alsacienne. L'hôtel-restaurant, dirigé par Valérie Boulanger, propose également des menus «*coup de cœur*» (avec accord entre mets et vins) et «*découverte*» (sept plats), accessibles en formule comprenant une nuit et un petit-déjeuner. L'hôtel compte onze chambres de caractère, chacune aménagée dans une atmosphère particulière.

Après une mise en route un peu difficile, Marc Koeniguer a su se faire accepter des clients. Outre la gestion des commandes, le travail en cuisine, il a développé son relationnel. Mais pour lui, c'est la passion de la cuisine qui domine. Une passion qui l'a encouragé tout

petit : dès l'âge de dix ans, il s'est amusé à savourer puis à tester des recettes avec sa maman, comme les gâteaux de Noël ou le kouglof, avant de s'engager dans un apprentissage. Une étape difficile mais très instructive : «*C'était très impressionnant de se retrouver aux fourneaux à faire des sauces à 16 ans*». Après son apprentissage chez Julien à Fouday, Marc a rejoint La Charbonnière à Bellefosse, avant de faire son service militaire. Ensuite, il a travaillé à l'Auberge de la Rothlach au Hohwald, puis Aux Ducs d'Alsace à Obernai et au Beau Gîte à Senones. Autant d'expériences enrichissantes, mais dont le point d'orgue fut son entrée à l'hôtel-restaurant La Belle Vue : «*J'ai énormément appris avec Denis*», conclut-il. <

[LES JEUDIS DE LA GASTRONOMIE]

Une fois par mois, le Centre européen de formation et de promotion professionnelle par alternance pour l'industrie hôtelière (CEFPPA) organise son «*Jeudi de la gastronomie*». Destiné à un large public, le rendez-vous contribue à promouvoir les métiers de la bouche.

[Contact]
Franck Sellier, CEFPPA,
03 90 40 05 10 www.cefppa.com



Recette complète sur
www.point-eco.com

Tartelette rhubarbe à la crème brûlée renversée

Les précautions à prendre

par Patrick Hauss, responsable professions juridiques INDOM

À partir du mois de mai 2004, il ne sera plus nécessaire de justifier d'une marque déposée ou d'un extrait K-Bis pour pouvoir exploiter un site Internet avec une adresse en «.fr». Si cela n'est pas encore fait, il convient de protéger dès aujourd'hui votre dénomination et vos marques en enregistrant vos noms en «.fr»... au risque de les voir enregistrés par des tiers !

L'exploitation d'un site Internet nécessite toujours la réservation d'une adresse appelée «nom de domaine» (ex : www.masociete.com, www.dupont.fr), qui va permettre d'identifier une société sur le réseau Internet. Jusqu'à présent, et contrairement au très populaire «.com» dont l'attribution est complètement libre (environ 22 millions de noms enregistrés), l'obtention d'un nom en «.fr» pouvait relever du parcours du combattant tant les justificatifs à fournir étaient nombreux. Et lorsqu'il s'agit d'effectuer une comparaison avec le nombre de noms enregistrés en Allemagne (dont l'extension est le «.de»), le constat est flagrant : il y a actuellement 181 000 noms enregistrés en «.fr» alors que l'Allemagne en compte plus de sept millions depuis le 19 janvier dernier.

Le 11 mai 2004 risque toutefois de marquer un net renversement de tendance, puisqu'il ne sera en effet plus nécessaire de justifier d'une marque, d'une dénomination sociale ou encore d'un nom commercial pour enregistrer un nom de domaine en «.fr». Le «.fr» va donc (enfin) s'ouvrir à tous.

Se protéger dès maintenant pour éviter de se faire prendre son nom par un tiers

Dans un peu plus d'un mois, n'importe quelle société pourra obtenir n'importe quel nom de domaine en «.fr» (y compris le vôtre) sans avoir à en justifier.



[Patrick Hauss]

Puisque l'attribution des noms de domaine obéit à la règle du «premier arrivé, premier servi», il convient donc de ne pas rater cette opportunité de protection de son nom sur Internet. Négliger cette échéance revient à se priver de la possibilité d'exploiter un site via un nom désignant la France («.fr») et plus encore d'avoir des adresses de courrier électronique en «.fr».

Les entreprises seront dans un premier temps privilégiées pour procéder à des enregistrements de «.fr»

Il est important de souligner que le «.fr» ne va pas s'ouvrir de manière brutale. Le processus d'ouverture est en effet enclenché depuis le 5 janvier dernier, date depuis laquelle tous les titulaires de marques (même simplement déposées et non encore définitivement enregistrées) peuvent enregistrer un nom de domaine en «.fr».

Le 11 mai prochain, ce sont toutes les entreprises, et plus générale-

ment toutes les personnes identifiables via des bases de données officielles (RCS/Greffe, INPI, INSEE, etc.) qui pourront procéder à des enregistrements. Sont donc visées par cet assouplissement les personnes morales (représentant une entreprise, une association, un établissement divers, etc.) et certaines personnes physiques (artisans, travailleurs indépendants, détenteurs de marques, etc.).

Ce seront enfin les particuliers qui pourront procéder à des réservations de noms en «.fr» à compter de l'année prochaine. <

[Contact]

INDOM - Noms de domaine
www.indom.com
 DOMAINES. INFO - Actualité quotidienne des noms de domaine : www.domaines.info
 (attention à bien mettre le «S»)
 CLIC-DROIT.COM - Actualité du droit des TIC : www.clic-droit.com
patrick.hauss@indom.com
www.indom.com

[AGENDA]

4 mai

Le référencement de site web

11 mai

Professionnaliser sa recherche d'informations sur Internet

[Contact CCI]

Christiane Burel, 0388 75 25 92
c.burel@strasbourg.cci.fr

27 mai au Pôle Formation CCI

Forum sécurité informatique de 8h30 à 18h

[Site]

www.forumsecurite/inscription.php

www.immobilier-ha.com

**L'IMMOBILIER
INDUSTRIEL
ET COMMERCIAL
POUR LES
ENTREPRISES**

HENRI Alexandre
B.P. 16
67110 NIEDERBRONN-LES-BAINS
Tél. 03 60 38 28 00 - Fax 03 68 09 75 20
Agence Immobilier - Strasbourg

[CCE ALSACE]

L'Alsace, première région exportatrice de France en euros par habitants

À l'occasion de la dernière assemblée générale du comité des conseillers du commerce extérieur d'Alsace, différents invités, dont Adrien Zeller, président du Conseil Régional, Alain Vautravers, directeur général de la Banque de France et Philippe Grillault Laroche, directeur général de la CCI de Strasbourg et du Bas-Rhin, ont fait un point sur la situation économique en Alsace et son ouverture, de plus en plus grande, sur le monde. Il a notamment été souligné que l'Alsace est la première région exportatrice de France en euros par habitants, que l'internationalisation des entreprises alsaciennes connaît un réel essor depuis 1996, mais aussi que son industrie est détenue à 40% par des grands groupes internationaux. Le bureau des CCE Alsace, par la voix de Pierre Ortner, a également rappelé à ses adhérents qu'il fallait « rompre avec le défaitisme et valoriser la réussite ».

[Contact]

Christine Lévy, 03 88 76 45 00

[CARNETS ATA]

Validité inchangée pour les nouveaux pays de l'Union européenne

Les carnets ATA, passeport pour vos marchandises, en cours de validité, pourront être employés jusqu'à leur terme pour les dix pays (Malte, Slovaquie, Hongrie, Lituanie, Slovaquie, Pologne, République Tchèque, Estonie, Lettonie, Chypre) qui vont intégrer l'Union européenne à partir de ce mois de mai. Il n'y aura, par conséquent, aucun effet rétroactif sur l'apurement de ces carnets utilisés sur ces destinations. Le carnet ATA facilite les exportations temporaires de marchandises à l'étranger dans le cadre de foires, expositions, missions de prospection, etc.

[Contact CCI]

Valérie Krebs, 03 88 76 74 24
v.krebs@strasbourg.cci.fr

Mieux aborder les marchés des pays étrangers

Conseils, assistance technique, contacts, édition d'un magazine et de guides pratiques, organisation de salon : Classe Export propose ses compétences afin d'accompagner les entreprises soucieuses de développer leurs parts de marché à l'exportation (et à l'importation) ou qui envisagent de s'implanter à l'étranger. Pour cela, un large éventail d'outils leur est proposé afin de leur permettre de gagner en efficacité et de leur faciliter les démarches (réglementation, prospection, risque, etc.). Pour répondre aux besoins multiples exprimés par ses entreprises clientes et leur fournir de l'information, des analyses et des solutions, Classe Export a rassemblé autour de son équipe de spécialistes et de correspondants à l'étranger, un réseau de partenaires et prestataires publics et privés, chacun spécialiste d'une technique de commerce international ou d'une zone géographique.

Des services et des outils complémentaires

Des conseils sont également prodigués pour mieux réussir la négociation et le management interculturels. Un service d'assistance permanent répond également aux questions des entreprises. Cette plateforme met à leur disposition un service en ligne de conseils personnalisés. Une base d'informations, sur les marchés étrangers et

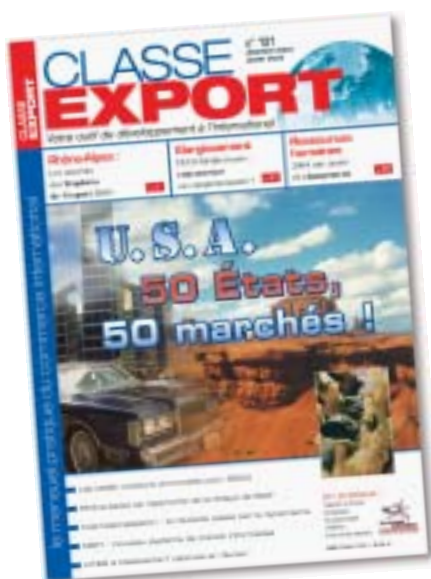
sur les techniques du commerce international, est régulièrement mise à jour.

En dix-sept années de fonctionnement, Classe Export perfectionne ses produits, en se servant de la

complémentarité de ses supports « papier » (le magazine mensuel Classe Export, ses guides pratiques), de son site internet et de sa formule, unique en France, de salons d'affaires où peuvent s'organiser des rendez-vous personnalisés pour favoriser les contacts. « Depuis notre création, nous avons organisé une trentaine de salons dans les régions, expliquent Marc et Nicole Hoffmeister, fondateurs de l'entreprise, en réunissant des experts du commerce international, afin d'offrir aux entreprises les moyens d'accélérer leur développement commercial ».

Mulhouse : premier salon alsacien

Des conférences, des rencontres personnalisées et différents ateliers sont prévus à chacun de ces salons qui connaissent un succès croissant et sont menés en coopération avec l'ensemble du tissu économique régional. Classe Export organise son premier salon en Alsace, **les 15 et 16 juin**, à l'EuroAirport de Mulhouse. À l'initiative de la CGPME, cette manifestation a pu se monter grâce au partenariat de la Région Alsace, de l'ADA, des CCI d'Alsace, d'Ubifrance, de la COFACE, des Missions Économiques françaises à l'étranger, des Conseillers du Commerce Extérieur et de la DRCE. Toutes les entreprises alsaciennes sont conviées à cette rencontre pour aborder les problèmes liés au développement du commerce international. <



[Le Magazine Classe Export]

1^{er} magazine français du commerce international, Classe Export propose ses cahiers techniques, ses témoignages, ses dossiers pratiques et ses pages « régions ».

Un projet lancé en collaboration avec la CCI de Strasbourg



[André Kojko, pdg de Hoerbiger France (3^e en partant de la gauche), à l'issue du séminaire réunissant les décideurs industriels des principales entreprises algériennes.]

Très orientée vers les services, Hoerbiger France développe une activité de reconditionnement des organes de régulation pour compresseurs à pistons, des éléments d'étanchéité, des blocs à vis (activité exportatrice) et le «full compressor service», prestation de services. Hoerbiger France, filiale du groupe autrichien Hoerbiger, est implantée à Geispolsheim depuis 1969 et emploie 67 salariés pour un chiffre d'affaires d'environ 14 M€. Outre l'unité alsacienne, elle dispose de

deux sites de réparations et de ventes à Avignon et à Rouen. L'entité alsacienne couvre l'Europe et l'Afrique, jusqu'au Nigéria selon l'activité et les produits. En 2002, suite à la participation de l'entreprise à la Foire d'Alger et aux différents contacts pris sur place, et sous l'impulsion d'André Kojko, pdg de Hoerbiger France, l'idée de créer un «support center» à Alger germe. Ainsi, une étude de faisabilité d'une

structure est lancée en vue d'élargir la stratégie de l'entreprise en Afrique du Nord et l'embauche d'une personne est décidée.

Un projet mené conjointement par Hoerbiger France, la CCI de Strasbourg et le WTC d'Alger

Pour mener à bien ce projet, André Kojko fait part de ses intentions à la CCI de Strasbourg afin qu'elle puisse l'épauler. Ce projet d'implantation est ensuite coordonné par Olivier Epp de la Direction Industrie et Commerce International en collaboration avec son correspondant en Algérie, le World Trade Center d'Alger. Un premier pas est franchi ce 17 février à Alger : lors d'un séminaire, réunissant les responsables d'entreprises les plus importantes du pays, André Kojko dévoile son projet algérien. L'entreprise alsacienne a bien compris que seul un rapprochement auprès de ses clients lui permettra de développer ses ventes en Algérie. <

[Contact CCI]
Olivier Epp, 03 88 76 42 18
o.epp@strasbourg.cci.fr

[ACCROÎTRE LES PARTS DE MARCHÉS À L'EXPORTATION]

Du 18 au 20 mai

Les producteurs indépendants de vins d'Alsace à Londres

L'étude des débouchés pour les vins d'Alsace a mis en évidence le potentiel constitué par le Royaume-Uni. Pour différentes raisons (mode de consommation, rôle de la grande distribution, etc.), ce marché reste difficile d'accès pour les viticulteurs-récoltants qui s'y intéressent de manière isolée. Sur proposition du SYNVIRA, syndicat de 500 professionnels exploitants, les CCI d'Alsace organisent une participation commune au London International Wine and Spirits Fair, qui rassemble plus de 1 150 exposants de 34 pays.

[Contact CCI]
Alain Layrac, 03 88 76 42 27

Du 18 au 21 mai

Le salon Industria à Budapest

Événement majeur pour l'industrie en Hongrie, ce salon intéresse les entreprises industrielles alsaciennes du fait de sa position centrale. En 2003, ce salon a accueilli plus de 650 exposants venant de 15 pays et près de 20 000 visiteurs. Les secteurs représentés sont l'électronique, l'électrotechnique, la logistique, les techniques des fluides, la métallurgie, la géotechnologie et le secteur énergétique.

[Contact CCI]
Claudia Scanvic, 03 88 76 42 25

[DU 10 AU 12 NOVEMBRE À NUREMBERG]

Brau, salon européen de l'industrie des boissons

Inscrivez-vous maintenant !

Le salon Brau concerne toutes les entreprises de services ou de produits dédiés aux industries brassicoles et de boissons : fabricants de matériel de brassage, de machines d'embouteillage ou d'emballage, de fûts, de capsules, de système de traitement de l'eau, producteurs de matières premières, fournisseurs de produits dérivés (étiquettes, sous-bocs, plateaux, etc.).

Labellisée par Ubifrance, la CCI de

Strasbourg est l'organisatrice du Pavillon France, elle met son expertise à votre disposition. Sa prestation clés en mains comprend la réservation et l'aménagement du stand, l'inscription au catalogue, le suivi de votre dossier et la communication. Parfaitement bi-lingues, vos interlocuteurs CCI vous accompagneront pendant la durée du salon, jusqu'à assurer l'accueil sur votre stand. En 2003, Brau a

accueilli 1 419 exposants, dont 37 % d'étrangers, pour 37 214 visiteurs. À 100 kilomètres de la frontière tchèque, Nuremberg constitue un excellent tremplin vers les pays de l'Est.

La CCI, chef de file pour la France

Choisie pour sa maîtrise de l'organisation de salons internationaux, sa connaissance du marché et ses compétences franco-allemandes, la

CCI a bénéficié d'une subvention destinée à faire baisser le coût du stand au m². Cette aide s'inscrit dans le cadre du programme de soutien lancé par le ministre François Loos, visant à renforcer la présence des PME françaises à l'étranger.

[Contacts CCI]
Olivier Epp, 03 88 76 42 18
Claudia Scanvic, 03 88 76 42 25

La généralisation des 35 heures et la place croissante des seniors encouragent le temps libre dévolu à l'activité de remise en forme. Les gestionnaires de salles couvrent désormais de nombreux créneaux (body-building, fitness, sports de défense, aquagym, etc.) pour répondre à des segments de clientèles très variés. Sont également mises en valeur des activités plus douces où bien-être, relaxation, esthétisme sont recherchés. Le métier évolue aussi vers des services et conseils plus personnalisés.

La profession

Est considérée comme salle de remise en forme tout lieu mettant à disposition du public un enseignement ou des appareils en vue de fortifier, développer son corps. Les activités : musculation, cours de culture physique, cours de jazz. Diversifications : sports de défense et de combat, cardio-training, activités à base d'eau, etc.

Codes d'activité : 926.A gestion d'installations sportives - 926.C autres activités sportives - 930.L (lorsque le soin du corps est associé à l'activité). Dans ce dossier, nous ne retenons que les deux premiers.

Affichages réglementaires

- Le prix des prestations TTC
- Les copies des diplômes, titres et cartes professionnels des personnes enseignantes
- Les normes d'hygiène, de sécurité et techniques réglementaires
- L'attestation du contrat d'assurance conclu par l'exploitant
- Un tableau concernant l'organisation des secours.

Les vols et accidents

Le club a une obligation de sécurité envers ses adhérents. Il doit prouver qu'il a tout fait pour éviter les vols, dans les vestiaires essentiellement. En cas d'accident, seule la faute de l'adhérent lui-même peut écarter la responsabilité du club. Lequel doit être assuré au titre de la responsabilité civile.

Clientèle

Près de 22 % des Français entre 18 et 64 ans fréquentent une salle de remise en forme. Ce sont principalement des cadres et des étudiants.

54 % des pratiquants sont inscrits par la bouche à oreille, loin devant le parrainage 18 % ou la publicité 13 %.

Une clientèle en recherche de bien-être

Ligne tonique, muscles fermes, moral au beau fixe : autant de bienfaits recherchés par les clients des centres de remise en forme ou salles de sport. Soumis à une sédentarité dans leur quotidien, ils aspirent à pratiquer un sport ; les uns choisiront les cours collectifs – gym, aérobic, step, etc. –, les autres le fitness – vélo, rameur, step, tapis, appareils de musculation. Les plus assidus visent à améliorer leurs qualités physiques : force, endurance, résistance, souplesse, etc., voire pour certains, perdre leur graisse superflue en un temps record. Par contre, le seul sport version body-building ne fait plus recette.

La clientèle vient chercher le bien-être avec les services annexes : sauna, hammam, piscine, kinésithérapeute, esthéticienne et même coiffeur. Cette tendance qui englobe les pratiques hétérogènes concourant au bien-être, c'est le «wellness». Alors qu'il y a quinze

ans encore, l'objectif des adhérents était de modifier leur physique à des fins esthétiques, «*aujourd'hui de nouvelles aspirations émergent chez la clientèle*», raconte Annick Charles, dirigeante de l'Eau Vive à Strasbourg. «*C'est entré dans les mœurs que le sport permet d'éviter des maladies de dos, les problèmes cardio-vasculaires... On cherche à agir pour sa santé, mais aussi à décompresser*». Même constat pour Patrick Tonussi, directeur de la cour de Honau à La Wantzenau : «*Beaucoup de mes clients viennent simplement évacuer leur stress. Certains consacrent une demi-journée à prendre soin de leur corps. Ce n'est pas essentiellement dans un but de fitness, mais surtout dans un but de loisirs et de détente*».



Interrogés sur l'avenir de la profession, Annick Charles, Patrick Tonussi et Éric Mainfroy (Magic Fitness à Obernai) sont unanimes : la situation n'est pas florissante en France, beaucoup de clubs ouvrent chaque année, mais beaucoup ferment car la concurrence est vive. Par ailleurs, «*il y a eu des arnaques*», observe Patrick Tonussi. Les clubs qui ont de l'avenir sont ceux qui sont dirigés et animés par des personnels compétents, qui privilégient les services annexes : piscine, sauna, hammam, garderie d'enfants. <

CONDITIONS D'INSTALLATION

On peut prendre la gérance d'un club de mise en forme sans posséder de diplôme particulier, mais dès qu'il y a acte d'enseignement, animation, entraînement ou simple présence considérée comme encadrement des utilisateurs, la personne qui l'accomplit doit posséder un diplôme d'état. Références : BEMF des métiers de la forme, BEAECPC – brevet d'état d'aptitude à l'enseignement de la culture physique et du culturisme – et DEUST des métiers de la forme (université Marc Bloch Strasbourg). Il ne faut pas confondre salle de gymnastique et centre de remise en forme. La première fait appel à d'autres types de personnels qualifiés,

détenteurs du brevet d'état de gymnastique sportive. Dès qu'il y a culture physique, musique de fond, il y a exercice des métiers de la remise en forme. Chaque moniteur doit être titulaire d'un diplôme homologué ou d'une autorisation d'exercer délivrée par l'administration, ainsi qu'une carte professionnelle délivrée par le préfet et renouvelée chaque année. Cet aspect de la qualification dans les centres de remise en forme ne doit pas être pris à la légère. Il en va de la sécurité et de la responsabilité de chacun et un accident en musculation est vite arrivé.

La Wantzenau

La Cour de Honau

pour les fous de sport et les amateurs de détente

C'est un cadre exceptionnel que vous offre la Cour de Honau, «l'île de détente», située en lisière de forêt à La Wantzenau. Le bâtiment accueillant les infrastructures de sport et un restaurant occupe 4 500 m². Aux alentours, cinq hectares de terrain. Prestations : musculation, cardio-fitness, cours collectifs (une centaine par semaine), tennis, piscine, jacuzzi, sauna, hammam, bronzarium extérieur. Appréciée de tous les parents, une garderie accueille sept jours sur sept les enfants de trois mois à 12 ans. Pour les adeptes de soins, un centre esthétique propose des enveloppements, jets de massages, cellulite M6 et soins de visage. À l'extérieur, des courts de tennis (huit au total) permettent aux amateurs d'échanger des balles. «Notre axe privilégié est le sport. La location de salles pour séminaires et événementiels, le restaurant, le centre esthétique sont des activités annexes», souligne Patrick Tonussi, directeur de l'établissement créé de toutes pièces avec son épouse Caroline en 1991.

Une centaine de cours collectifs

«Les premières années ont été difficiles, nous avons eu du mal à démarrer, peut-être parce que nos activités n'étaient pas bien définies», explique Patrick Tonussi. Nous n'avions pas d'identité, ou pire, une image de club luxueux. Mais à présent, nous sommes devenus une institution à Strasbourg et souhaitons le rester.»

Patrick et Caroline gèrent une équipe de 20 personnes, cuisiniers et esthéticiennes inclus. Trois professeurs diplômés sont employés à plein-temps, alors que huit vacataires assurent les cours collectifs. Ils assurent une centaine de cours, de la gym traditionnelle au stretching,

en passant par les cours axés sur certaines parties du corps comme les cuisses, abdos fessiers, bras buste épaules, etc. Les amateurs de sports de combat ne sont pas en reste, avec les cours de boxe fitness. Depuis la création du club, une partie de la clientèle se montre fidèle. Le taux de renouvellement est important, atteignant les 60 %. C'est en septembre que les adhésions sont les plus nombreuses, acquises souvent par les portes ouvertes, qui se tiennent aussi au



[Caroline et Patrick Tonussi]

«Notre axe privilégié est le sport».

printemps. Parmi les clients habituels (1 500 abonnés en tout plus la billetterie, qui représente près de la moitié du CA), les 40 à 60 ans. Les seniors constituent une cible privilégiée. «Nous avons réussi à la développer grâce à notre encadrement, qui répond à leurs attentes en matière de conseils, de rigueur, de propreté». Ces clients ont une

prise de conscience des incidences de l'activité sportive sur la santé : moins de problèmes cardio-vasculaires, de mal de dos, de rhumatismes, de tension artérielle.

Une enquête menée il y a deux ans a permis d'établir une typologie de la clientèle : commerçants, professions libérales, parlementaires, cadres et employés d'entreprises. La formule des tickets, vendus dans les principaux comités d'entreprise de la place, a accentué la diversité des publics. Seuls les jeu-

Caroline. Prochaine étape de développement de Patrick Tonussi : la construction d'un nouveau bâtiment dédié à l'événementiel, mais qui servira aussi pour des activités sportives. <

Prix d'un abonnement individuel : 740 € par an, (610 € par an pour un abonnement souscrit pour 24 mois).

Tarifs couples, étudiants, groupes de trois à cinq personnes. Piscine gratuite jusqu'à 12 ans, ensuite les enfants paient 6 €.

[SALONS PROFESSIONNELS]

– Salon mondial body fitness
– Salon mondial rééducation
Équip'salles du 1^{er} au 3 octobre 2004
au Parc floral de Paris

[Site] www.groupe76.fr

[INTERNET]

www.fitness.com
www.bodyplanet.com
www.infosport.org
www.droitsausport.com

[DOCUMENTATION]

– Étude de marché de Createst : création d'une salle de musculation ou centre d'amincissement

[Site] www.createst.com

– Ouvrir un centre de remise en forme, SID Édition, 1997, Tél. 05 49 60 26 45

– Études APCE : centre de remise en forme ou de fitness, codes NAF 926.C

[Contact CCI]

Monique Siffert, 03 88 75 25 50
espaceinfoeco@strasbourg.cci.fr

Obernai

Magic Fitness

à l'étroit, envisage son développement à Rosheim

Abonnements :
attention aux abus

Il est conseillé de lire attentivement les clauses du contrat et de veiller tout particulièrement aux possibilités de résiliation anticipée si le contrat en prévoit. La résiliation est toujours possible pour motif légitime. Payer avec des chèques postdatés est vivement déconseillé : rien n'empêche le bénéficiaire de les encaisser le jour même.

Conclusion : privilégier les clubs qui ont fait leurs preuves et éviter de signer un contrat de longue haleine. Ou, du moins, négocier un paiement mensuel par chèque...

Histoire de se prémunir de toute perte financière en cas de fermeture du club.

Comment
se démarquer ?

Le client est sensible à la compétence et à la qualité du personnel, à la bonne ambiance, au niveau d'équipement, à l'hygiène des locaux.

Le succès d'un club repose donc sur la qualité technique et relationnelle de l'équipe embauchée. Principales fonctions : professeurs diplômés en salle, hôtesse d'accueil, commerciaux, personnel administratif et d'entretien. L'entreprise n'hésite pas à faire appel ponctuellement à du personnel extérieur pour compléter ses besoins. Exemple : kinésithérapeute.

Équipements
complémentaires

Sauna, hammam, jacuzzi et solarium.

Tarifs et formules
d'abonnement

– Solution à l'américaine : l'abonnement donne accès à tous les équipements, le reste étant optionnel et non compris dans le prix du forfait.

– Forfait annuel qui couvre avec une carte unique toutes les activités.

Éric Mainfroy est le gérant de Magic Fitness à Obernai depuis septembre 1996. Sa clientèle se situe dans une vaste amplitude d'âge : entre 20 et 70 ans, et constituée à 55 % de femmes, adeptes de cours collectifs ou de musculation. Lorsqu'il a repris le centre, les clients étaient «gérés» de façon empirique : les hommes d'un côté, en salle de musculation, les femmes de l'autre, en cours collectif. Activité commune : les sauna, hammam et jacuzzi. Depuis l'arrivée du fitness, la donne a changé, avec l'introduction d'appareils de cardio training : tapis roulants, vélos, simulateurs d'escaliers, etc. La clientèle féminine en quête d'amincissement et de tonification musculaire s'est développée, les hommes, eux, adeptes de musculation se sont orientés vers cette activité complémentaire.

Trente cours collectifs
dont le «Body Balance»

À présent, les uns et les autres se côtoient sur les deux plateaux. 30 cours collectifs leur sont proposés, parmi lesquels le «Body Balance» qui d'après Éric Mainfroy «fait un tabac». C'est une société privée qui propose, en contrepartie d'un investissement réalisé par Magic Fitness de 150 € par licence et par mois, des cours collectifs dynamiques. C'est un cours varié et suffisamment original pour séduire un public averti. «L'antistress», basé sur un mélange de Tai Chi, Yoga, Pilates, Stretching et relaxation, passeport vers le bien-être physique et mental. «Il va modifier votre façon de sentir votre corps, par son action sur la tension et le déséquilibre musculaire».

Autre type de cours, le «body-pump», dont l'objectif est de renforcer les muscles et brûler les graisses



[Éric Mainfroy]

«Privilégier le client
et le service».

par des exercices effectués avec des poids. L'ensemble de ces cours, issus de recherches scientifiques, ont été chorégraphiés par une équipe de spécialistes mondiaux. Ils ont l'accréditation d'Éric Mainfroy, qui aimerait d'ailleurs que ce concept de cours soit homologué. «Cela résoudrait le problème de formation que nous rencontrons». Les préparations au BEAECPC (culture physique et culturisme) ont été arrêtées à Strasbourg, de même que le BEAEGDA (gymnastique et disciplines associées). Ne reste plus qu'une formation réalisée par Jeunesse et Sports devenue très difficile. De moins en moins d'étudiants vont au bout de leurs études. «C'est dommage, d'autant plus que nous ne souhaitons pas forcément avoir des professeurs polyvalents.»

Privilégiant la qualité de service, Éric préfère que les enseignants se consacrent à un domaine : soit le collectif, soit le suivi musculation. C'est pourquoi il prend en charge ce dernier créneau, dans lequel il a eu l'occasion de se spécialiser. «Après une heure de cours collectif, un enseignant n'est pas toujours productif pour continuer en salle de musculation». Dans son équipe, uniquement des vacataires, qui se partagent entre plusieurs salles. Sur l'année, Magic Fitness compte près de 500 pratiquants, toutes formules confondues : abonnements, de 310 à 465 €

par an, selon la formule (heures creuses de midi à 17h) ou tickets par série de 10, 20 ou 40. Il est également possible de s'inscrire à la séance, passage à toutes les activités au prix de 12 €.

Réouverture à Rosheim

«Une réflexion est à avoir pour les séniors, qui se montrent de plus en plus nombreux», observe-t-il, d'ailleurs elle s'inscrit dans son projet d'ouverture d'un nouveau centre, d'ici la fin de l'année à Rosheim. Sur une surface de 2 000 m², le bâtiment lui permettra d'accroître sa clientèle en lui offrant de nouveaux services : une salle de cours collectif de 200 m² au lieu des 90 actuels, un espace de restauration rapide, un cabinet d'esthétique, une piscine découverte... et un centre récréatif pour les enfants. «Nous répondrons ainsi à l'attente de nos clients, qui recherchent des infrastructures importantes et multifonction». <

Strasbourg

L'eau vive

Ambiance conviviale et clients fidèles

Née en mars 1983, L'eau vive est la plus ancienne salle de sports située au centre de Strasbourg. Sa gérante, Annick Charles, s'était alors lancée dans un métier nouveau, axé sur la musculation et les cours collectifs, destinés essentiellement à des citadins. «On ne parlait pas de fitness, mais de bodybuilding et d'aérobic, c'était l'époque de Véronique et Davina, qui présentaient leurs cours à la télévision», se souvient Annick Charles. Petit à petit, L'eau vive s'est développée – 300, 400 puis 500 m² –, répondant à une nouvelle demande. De la recherche d'esthétique, on est passé à la pratique pour la santé : «être en forme, décompresser, se défouler». Mais durant toutes ces années, Annick a eu la chance de garder un noyau de clients fidèles.

30 % de femmes

Ce sont des personnes qui ne travaillent pas ou pratiquent les horaires variables, habitant en centre ville ou à l'extérieur, les «accros des cours d'Annick». Les cours collectifs sont suivis à 90 % par des femmes, la fréquentation de la salle de musculation est plus mélangée, depuis l'arrivée du cardio-training : vélo, steppeur, rameur, tapis qui remplace le jogging à l'extérieur. À midi, c'est une clientèle de bureau, qui fait le choix d'aller à la gym plutôt qu'au restaurant. Il y a même des mordus qui viennent tous les jours. L'après-midi est plus calme, accueillant des membres issus du secteur hospitalier ou des étudiants. Le soir, les adhérents sont plutôt des gens de proximité. Grâce à son bon rapport qualité prix, ses formules à la séance ou à la carte, le club a une diversité de clientèle, de tous âges. «Certains de nos clients aisés auraient le moyen de s'offrir une salle plus «branchée»,



[Annick Charles]

«Le sport modifie la posture : on se tient mieux»

mais restent attachés à une ambiance et à la convivialité. Bien sûr, certains viennent uniquement faire leur cours et repartent sans parler, mais beaucoup ont plaisir à se retrouver et à papoter. En tous les cas, le fait qu'on ne leur mette pas la pression a certainement une action sur le taux de fidélisation». Dans son équipe, huit enseignants à temps partiel. Ils sont spécialisés, soit en musculation, soit en cours collectifs. «Certains d'entre eux sont là depuis le début, mais nous essayons de rajeunir un peu l'équipe». Également formateur – elle intervient en DEUST – Annick concède que le métier qui paraît facile ne l'est pas : il faut être en bonne santé, avoir le physique, et beaucoup bouger.

Évacuer le stress

Les bienfaits du sport ? «Ils concernent le physique en général, le sport modifie le métabolisme, l'attitude, la posture : on se tient mieux,

beaucoup trouvent un remède au mal de dos : le fait d'être plus musclé permet d'avoir une meilleure charpente. Mais surtout, il y a les bienfaits psychiques par l'état de détente mentale que procure le sport, qui permet d'évacuer le stress du travail, de la vie personnelle. À titre préventif, grâce aux endorphines, anti-anxiolytiques naturels, le sport permet souvent d'éviter de prendre des médicaments. Mais attention, trop de sport, des exercices mal adaptés ont les effets inverses. Je n'aime pas quand on loupe l'échauffement. Il y a le surmenage du sportif de haut niveau qui se blesse par manque de récupération ou du fait d'une alimentation inadaptée». L'eau vive propose près de 35 cours collectifs, destinés à raffermir, affiner ou développer la masse musculaire, améliorer le souffle et l'endurance, la relaxation. Des activités hors abonnement sont également dispensées, comme la danse orientale, la samba, l'afro-brésilien ou le flamenco, etc. Les abonnements courent sur des périodes allant de un mois (80 €) à un an (576 €). Cartes de une séance (11 €) à 40 séances (261 €). <

[CHIFFRES CLÉS]

– Environ 3 500 clubs privés existent en France. Les créations représentent plusieurs dizaines d'établissements par an (source APCE).

– Le secteur emploie 11 000 salariés et l'activité dégage entre 610 et 915 M€ de chiffre d'affaires (source : Les Échos du 26 juin 2002 d'après le centre de recherche et d'innovation sur le sport à l'Université Claude Bernard de Lyon I).

– Près de 12 % des clubs (environ 300) ont une enseigne nationale (Gymnasium, Club Med Gym, Fitness First...) et réalisent un quart du chiffre d'affaires de la profession. Environ 3 200 clubs sont indépendants (APCE).

– Paris et sa grande couronne représentent environ 20 % du marché (SNEISS).

– Dans le Bas-Rhin, 89 établissements ont été recensés par le service des fichiers de la CCI, toutes activités confondues. Attention, certains instituts ont également des salles de musculation. Cf. PE n° 213 avril 2002

LEXIQUE

AQF : aquafitness ou gym dans l'eau

ATG : abdos, taille, gainage

CAF : cuisse, abdos, fessiers

S : stretching, étirements

STEP : on se muscle en rythme, à l'aide d'une marche qui varie en hauteur

Body building : musculation

Body sculpt : un corps musclé de la tête aux pieds

Bodybalance : travail musculaire en profondeur

RENCONTRES -
CONFÉRENCES

> Le 6 avril au PMC
à Strasbourg

11^e rencontres
pour l'emploi - ANPE

[Contact] 0388522987

> Le 15 avril à 18h à l'IAE

Cycle des Conférences Phare
«Les nouveaux défis de la formation professionnelle : comment valider et certifier les compétences?»

Cette conférence-débat entre experts universitaires et dirigeants d'entreprises abordera deux thèmes : la valorisation des apprentissages développés à l'âge adulte et comment la valorisation des acquis de l'expérience conduit la formation à réaffirmer sa légitimité sociale.

[Contact] Isabelle Suhr, 03 90 41 43 46

> Le 3 mai à la CCI

«Les défis du développement de l'entreprise après la création»

[Site] www.jcel-strasbourg.asso.fr

> Le 17 mai, à «l'Alsace à Table»
à Strasbourg

Les rencontres du Marketing Club Alsace

«Sur la route du chocolat»

Conférence avec Clotilde Rohe-Heimburger.

[Contact] 0388292396

LOISIRS

> La Schiffele's Cup
en septembre à Strasbourg

Dans le cadre du projet d'agglomération internationale, les Jeunes Chambres Économiques de Strasbourg et Ortenau organisent en septembre une course de radeaux artisanaux dédiée aux entreprises de la région. Celles-ci

Du 23 avril au 10 octobre : le festival des deux rives
Un florilège d'animations et de spectacles

C'est une animation tous publics sur le thème du jardin, de la nature, des éléments, du Rhin, etc. qui sera déclinée en toute complémentarité de part et d'autre du Rhin, avec notamment des animations en journée et en soirée à Strasbourg et à Kehl. Côté allemand, la programmation favorise la culture régionale, déclinée autour de quatre périodes : la première, du 23 avril au 31 mai sera le temps de la fantaisie. Côté français, le festival défendra une identité forte : celle des arts du cirque et de la rue. Un protocole d'accord sur les arts du cirque a d'ailleurs été signé entre Strasbourg et Obernai. Le document prévoit l'organisation d'un festival du nouveau cirque, Pisteur d'étoiles, qui se tiendra à Strasbourg les 16, 17 et 18 juillet prochain. Cette collaboration avec Obernai, initiateur de ce festival depuis neuf ans, devrait permettre l'implantation, en 2005, d'un pôle des arts du cirque au jardin des deux rives.

Mais, dès avril 2004, la vie du jardin s'organisera autour d'événements visuels, insolites, poétiques, ciblant un public pluri-générationnel et multilingue. Quelques exemples :

- le lundi à 17h, conférences sur la barge côté français. Passionnés et professionnels de renom traiteront de sujets aussi variés que la botanique, les arts du jardin et du paysage, la gastronomie, le patrimoine et l'environnement ;
- le mardi, manifestations périodiques, exposition florale, concerts, etc. côté allemand ; à 14h, thé dansant à la guinguette et à 22h, cinéma de plein air côté français (neuf soirées programmées sur les thèmes de la nature, des jardins, du cirque et de l'Europe) ;
- le week-end du 9 mai, journée riche en événements transfrontaliers ;
- le mercredi, de 10h à 14h, ateliers jeune public, puis à 15h, spectacle au Jardin côté français...



À ne pas manquer :

- l'inauguration, les 23-24 et 25 avril ;
- 1^{re} hopla convention : rencontres franco-allemandes de jongleurs les 22 et 23 mai ;
- le festival des arts de la rue les 29-30 et 31 mai.

Sur la rive allemande, les principaux lieux de représentation sont la scène principale, la caserne, la zone rhénane, l'arche, la maison des jeunes, la scène du sud, la grange et le terrain de sport. À l'église et dans le jardin : célébrations dominicales bilingues, expositions d'art sur le thème de la bible. Sur la rive française, œuvres d'art et jardins éphémères sur le thème de l'eau, soit 19 parcelles mises en lumière, jardin école, etc.

Tarifs : 12 € / adulte ; 3,50 € de 7 à 17 ans ; pass 3 jours : 24 €, 7 €, 6 mois : 85 €, 24 € (tarifs familles et groupes).
Ouverture des caisses de 9h30 à 19h en semaine, jusqu'à 21h les week-ends et jours fériés.

devront constituer un équipage qui aura la charge de construire et manoeuvrer une embarcation originale déclinée selon ses couleurs. L'originalité, l'esthétisme et la performance seront les critères de sélection du jury. Cet événement festif est l'occasion pour les entreprises de mener un projet ludique avec leurs collaborateurs et de communiquer auprès du public.

[Inscription et renseignements]
info@jcel-strasbourg.asso.fr ou auprès
de Jean-Charles Farina, 06 63 00 64 13
[Site] www.jcel-strasbourg.asso.fr

> Europa Park démarre
la nouvelle saison

Parmi les nouveautés, l'inauguration en juin du nouvel hôtel 4 étoiles «Colosseo», le «spectacle des gladiateurs», dans l'arène espagnole. Ce spectacle a été créé par Mario Luraschi, célèbre dresseur de chevaux français, spécialement pour Europa Park. Actuellement, 11 pays d'Europe sont représentés par quartiers à Europa Park.

Ouvert jusqu'au 7 novembre, de 9h à 18h.

[Site] www.europapark.de

SALON
INTERNATIONAL

> Du 26 au 28 avril 2004
au centre de foires et salons
de Karlsruhe

RESALE 2004 - 10^e Salon
International des Machines
et Installations d'Occasion

[Site] www.resale2004.de

Du 27 avril au 15 mai, hall d'exposition CCI «La Lituanie au cœur de l'Europe» de Saulius Valius/Parc de l'Europe à Vilnius

Cette exposition est organisée dans le cadre des Journées Lituanie, qui ont débuté en mars dernier, en mettant en scène différentes facettes de ce pays qui rejoint l'Union Européenne le 1^{er} mai 2004. Au programme : arts plastiques, littérature, théâtre, photographie, économie, tourisme. Sont partenaires de l'exposition : la Ville de Strasbourg, la représentation permanente de la Lituanie auprès du Conseil de l'Europe, la CCI de Strasbourg, la CCI de Vilnius, le Maillon, l'association Alsace-Lituanie, la librairie Kléber.



– Au rez-de-chaussée de la CCI : «Le Parc de l'Europe de Vilnius» (photos de sculptures du parc)

– Au caveau : «La Lituanie au cœur de l'Europe» par Saulius Valius et Diana Radaviute.

Entrée libre du lundi au samedi de 13h à 19h, 10 place Gutenberg à Strasbourg

[PARMIS LES AUTRES MANIFESTATIONS PRÉVUES À STRASBOURG]

ÉCONOMIE

> Le 26 avril 2004 à la CCI
Rencontres d'Affaires/ Mission commerciale lituanienne en Alsace
[Contact CCI] Alain Layrac, 03 88 76 42 27

> Le 26 avril 2004 à la CCI à 16h
Forum Économique France-Lituanie
[Contact CCI]
Christiane Burel, 03 88 75 25 92

EXPO DÉCOUVERTE

> Du 1^{er} au 31 mai 2004, de 8h30 à 18h
à la mairie de quartier (Hautepierre)
La Lituanie à la Fête de l'Europe

LITTÉRATURE

> Le 15 mai 2004 à 11h à la librairie Kléber
Rencontre avec l'écrivain lituanien
Vanda Juknaite

MAGAZINE DE LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE STRASBOURG ET DU BAS-RHIN

LE POINT ECO

www.point-eco.com

Annonceurs cet espace vous est réservé !

performance MEDIA

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

SALONS NATIONAUX

> Le 10 juin
au Palais des Congrès à Paris
Les Jeudis de l'Informatique,
salon du recrutement high tech
[Site] www.lesjeudis.com

> Du 21 au 23 juin
à Paris Nord Villepinte
JLEE 2004
Salon du Jardin, des Loisirs
et des équipements extérieurs
[Contact] 01 34 29 39 00

EXPOSITIONS

> Jusqu'au 16 avril au CEFPPA
à Illkirch-Graffenstaden
«Art et Saveurs»
[Contact] 03 90 40 05 10

> Jusqu'au 20 avril au CAUE
à Strasbourg
«Vienne : architecture, conservation et renouvellement urbains»
[Contact] 03 88 15 02 30

> Du 10 au 16 mai à Strasbourg
et en Alsace
Fête du pain
[Détails des manifestations]
www.fetedupain.com

> Du 25 mai au 14 juin à la CCI
Patrick Waravka
«impressions florales» peintures
Entrée libre
du lundi au samedi
de 13h à 19h
fermé lundi
de Pentecôte

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

