

LE MAGAZINE
QUI OUVRE
LES PORTES

05

SEPTEMBRE
OCTOBRE
NOVEMBRE
2024

LE MAGAZINE TRIMESTRIEL QUI PARLE AUX ENTREPRENEURS DU HAUT-RHIN

**MATHIEU
BRUNEAU**

TECHNOLOGIES
NUMÉRIQUES ET IA :
VERS L'AVENIR
ET AU-DELÀ !

**SOPHIE
TSCHIRHART**

RECRUTEMENT :
ET SI L'ÉTAT D'ESPRIT
ÉTAIT PLUS
IMPORTANT QUE
LA COMPÉTENCE ?

**CAPUCINE
CARROT**

MÉDIAS SOCIAUX :
DOMINEZ-LES
OU RESTEZ
À L'ÉCART

**BENOÎT
SCHNELL**

VIALIS
UN DIRECTEUR
GÉNÉRAL QUI A
DE L'ÉNERGIE
À REVENDRE !

RETROUVEZ
VOTRE MAGAZINE
ET TOUTE L'ACTUALITÉ
OPEN SUR LINKEDIN



NE LAISSEZ PAS VOS PROTECTIONS VIEILLIR AVEC VOS CONTRATS

FAITES LE CHOIX DE
LA SÉCURITÉ ET DE LA SÉRÉNITÉ

La fin de l'année approche et c'est le moment idéal pour faire le point sur votre protection. Il est essentiel de revoir régulièrement vos couvertures d'assurance.

**Une petite faille peut coûter cher,
mais une bonne couverture peut tout changer !**

Alors, êtes-vous sûr que votre assurance est encore adaptée à vos ambitions et à vos nouveaux projets ?

AXA vous propose une analyse personnalisée, sur mesure, pour que vous puissiez continuer à avancer l'esprit tranquille.



Gilles Ichters, Maryse Hasenfratz et Pierre MeSnager

**CONTACTEZ-NOUS
DÈS MAINTENANT
POUR FAIRE LE POINT
SUR VOTRE SITUATION**



@Franck Chazelet

ment. Lorsqu'un chef d'entreprise me parle de son entreprise, il ou elle me parle de sa propre personne, avec ses valeurs.

Un jour que j'étais petit, j'ai demandé à mon père ce qu'il faisait. Il m'a dit "je suis patron". Je lui ai alors demandé comment on devenait patron, il m'a expliqué qu'il était arrivé le premier et avait pris le siège. Il ne manquait pas d'humour. Cette image m'est pourtant resté longtemps et j'y vois malgré tout quelque chose de symbolique, cette idée d'arriver le premier, de devoir se battre pour prendre un siège. Cette adversité constante, nous y sommes tous confrontés, et chacun la gère à sa façon. En observant mon père, j'ai compris très jeune que la vie d'entrepreneur exigeait de nombreux sacrifices, mais surtout, nous imposait parfois d'être seul ; seul face à la société qui ne reconnaît que peu le travail d'un patron, tout en le marquant au fer rouge d'un statut prétendument privilégié, mais également seul face à nos décisions.

Avec Open, j'ai voulu créer un espace de rencontre, par le biais des événements, dont le but n'est pas seulement de créer des opportunités de business, mais également d'échanger et de s'épauler. Mettre en avant les entrepreneurs, c'est faire rayonner leur incroyable potentiel. C'est une manière de faire en sorte que les patrons ne soient plus seuls, à ma petite échelle. C'est une manière de rendre hommage à cette profession de fous bourrés d'idées qui ne seront peut-être jamais compris par le reste de la société, mais qui est le moteur économique de notre pays et des aventuriers des temps modernes. C'est pour mon père...

Gilles Brauneisen
Directeur de rédaction

Magazine édité par :
Zechoz Sarl - 6 rue du Chêne - 68740 Hirtzfelden - 03 67 30 10 35
www.zechoz.com - www.openmag.media
Tiré à : 3000 exemplaires
Date de parution : septembre 2024
Directeur de la publication et rédacteur en chef : Gilles Brauneisen
Rédaction et crédits photos : Gilles Brauneisen / Freepik / Franck Chazelet
Publicité : Agence Zechoz - 03 67 30 10 35
Mise en page : Agence Zechoz
Web : Agence KaredeSS - karedeSS.agency
Impression : Lenouvelr - 24 Rue François Spoerry - 68100 Mulhouse
Distribution de ce numéro :
500 numéros en physique
2500 numéros en publipostage

Au moment où j'écris ces quelques lignes, nous sommes déjà en septembre. C'est la rentrée des classes, mais souvent un peu la rentrée pour nous aussi, les vacances jouant un peu ce rôle de coupure. Alors on reprend le train-train, les mille et une choses auxquelles on a à penser, mais avec un esprit frais, du moins je vous le souhaite. En ce qui me concerne, cette période de "break" m'a permis de réfléchir. Rassurez-vous, je ne vais pas vous inonder de mes mille questions. Simplement, je me demande. Qui a été votre modèle d'entrepreneur ? Nous sommes d'accord, devenir patron, c'est une profession de foi et souvent, certains découvrent les réalités de cette vocation au moment de se lancer. Cependant, je me dis qu'à un moment donné, on a forcément (ou pas) été inspiré par quelqu'un, par un parcours. Moi, ce fut mon père, et j'ai décidé de lui rendre hommage dans cet édito. Rassurez-vous, il va bien !

Lorsque je me suis demandé ce qui me plaisait dans l'idée de mettre en avant des parcours entrepreneuriaux, je me suis dit que c'était cette étincelle intérieure que je retrouve chez chacun d'entre eux. C'est un subtil mélange de passion, de rêve, d'une vision singulière de leur métier qui les avait amené à se dire "c'est comme ça que je veux pratiquer mon métier". Bien sûr, la finalité d'une entreprise est de gagner de l'argent, mais ce n'est pas ce qui nous anime humaine-

Vous souhaitez nous parler de vous, un encart publicitaire ou un renseignement, contactez-nous dès maintenant !
hello@openmag.media

Retrouvez-nous également sur
[openmag.media](https://www.openmag.media)

Ne manquez aucune actualité sur le réseau Open, tenez-vous informés des prochains événements, suivez-nous sur LinkedIn !



SOMMAIRE

MATHIEU BRUNEAU
TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ET IA : VERS L'AVENIR ET AU-DELÀ ! 04

BENOÎT SCHNELL
UN DIRECTEUR GÉNÉRAL QUI A DE L'ÉNERGIE À REVENDRE ! 08

ÉLODIE LIGIBEL
QUI A DIT QUE LES EXPERTS-COMPTABLES N'ÉTAIENT PAS FUN ? 12

SOPHIE TSCHIRHART
RECRUTEMENT : ET SI L'ÉTAT D'ESPRIT ÉTAIT PLUS IMPORTANT QUE LA COMPÉTENCE ? 16

PIERRE LECURU
KÉVIN MASCAUT
SOLUTIONS D'ÉTIQUETAGE : QUAND L'INNOVATION RENCONTRE L'EFFICACITÉ TERRAIN 20

CAPUCINE CARROT
MÉDIAS SOCIAUX : DOMINEZ-LES OU RESTEZ À L'ÉCART 16

OPEN
THE SHOW MOST GO ON! UNE ÉDITION MAGIQUE À L'ED&N DE SAUSHEIM 20

EN PARTENARIAT AVEC



□□□□ PORTRAIT

Mathieu Bruneau □□□□ MB Informatique

TECHNOLOGIES NUMÉRIQUES ET IA : VERS L'AVENIR ET AU-DELÀ !

Parfois, il arrive qu'une interview s'emballe pour nous amener plus loin qu'on ne l'aurait imaginé. Bienvenue à Gattaca, Matrix, 2001 l'Odyssée de l'Espace sont tant de films de science-fiction qui nous ont fait voyager, mais parfois aussi nous ont terrifiés. Pourtant, la réalité semble aujourd'hui rattraper le fantôme. Jusqu'où irons-nous dans cette révolution technologique que représentent l'intelligence artificielle et la robotique ? C'est ce à quoi Mathieu Bruneau va tenter de répondre. Bien sûr, il ne s'agit que d'une projection théorique.



Bonjour Mathieu, qui es-tu ?

Je m'appelle Mathieu Bruneau, je suis le dirigeant de MB Informatique. Mon parcours a débuté avec la décision de mes parents de déménager de Lyon vers l'Alsace. Je me suis orienté vers un DUT qui s'appelle maintenant MMI « Métiers du Multimédia et de l'Internet », en plus d'une licence ATC « Activités et Techniques de Communication », durant laquelle j'ai commencé à venir en aide à des sociétés sur le plan informatique. J'ai alors vite dû commencer à émettre des factures, ce qui m'a conduit à prendre un statut d'auto-entrepreneur en 2009. 4 à 5 ans plus tard, j'ai basculé en EIRL, puis depuis 6 ans en SARL. MB Informatique fête donc aujourd'hui ses 15 ans.

MB Informatique, c'est quoi ?

Nous sommes une société de conseil, de vente et de solutions informatiques plutôt généraliste, aussi bien portée sur du développement, les solutions Linux ou Windows, les serveurs, les logiciels ERP, de téléphonie, de réseaux ou de sécurité. Mon expérience m'a permis de travailler dans de nombreux domaines et d'acquérir une vision 360° du métier, que ce soit en tant que développeur, ce que j'ai été pendant des années, ou mes nombreux stages en informatique de terrain. En tant qu'auto-entrepreneur, je faisais beaucoup de web. En parallèle, je travaillais comme responsable informatique pour une entreprise. Je faisais principalement du hard et du dépannage de postes. La création de MB Informatique m'a permis de recruter des gens spécialisés pour chaque domaine.

Quels sont les enjeux actuels des entreprises sur le plan informatique ?

Leur principal enjeu est d'avoir un parc informatique rapide, efficace et sécurisé. Sur ce dernier aspect, ils doivent être suffisamment à l'abri de tout ce qui est rançonnable, tel que virus, ou tout ce qui pourrait atteindre leur trésorerie. On sait que la majorité des attaques ont pour but, non pas la destruction ou la pollution d'une machine, mais bien l'extraction d'argent qui peut vraiment créer de gros dégâts au sein d'une société. Enfin, un autre enjeu est d'avoir des outils logiciels favorisant la productivité et la rapidité. Aujourd'hui, nous intervenons également sur

des solutions de téléphonie raccordées à un logiciel, de paiement en ligne ou de signature à distance. L'informatique doit nous simplifier la vie, mais s'il est mal géré, il peut vite nous la compliquer.

L'intelligence artificielle est arrivée dans les discussions il y a un moment déjà avec l'apparition d'outils comme ChatGPT, Midjourney et d'autres encore. Nous savons qu'une révolution de nos vies vient de commencer. Pourtant, ce sujet suscite encore beaucoup d'incompréhension, de questions, voire de craintes. Quel regard portes-tu sur l'IA ? Vers quel nouveau monde allons-nous ?

En ce qui nous concerne, nous l'utilisons au quotidien pour des tâches de traduction, très utiles dans le développement, parfois dans plusieurs langues. Nous l'utilisons également dans le cadre du développement. Un développeur qui utilise une IA a l'efficacité d'un développeur et demi. On peut déjà affirmer qu'une entreprise qui n'utilise pas l'IA est moins productive. Si on se base sur une équipe de 50 personnes, ça fait une sacrée différence. Son utilisation peut également nous faire gagner du temps sur la compréhension des choses. Un problème sur lequel on bute et qui peut nous faire perdre des heures de recherche sur internet peut être résolu en très peu de temps. L'IA peut pourtant parfois se tromper, l'humain garde une place importante dans le process, mais la plupart du temps, les informations qu'elle donne sont exactes.

A ce moment de l'interview, il convient de préciser à nos lecteurs que nous avons exploré des sujets de fond qui n'ont pas pour vocation d'être des vérités, mais uniquement des hypothèses sujettes à débat. Il est important de prendre du recul sur ce qui va être exprimé dans les prochaines lignes. Merci de votre compréhension.

J'ai souvent entendu dire que l'humain sera toujours présent pour vérifier ou gérer l'IA, mais au fond, pourquoi aurait-elle besoin de nous pour accomplir des tâches qu'elle pourra effectuer elle-même ?

C'est une grande question, mais il est possible que les gouvernements mettent un cadre à l'utilisation de ces technologies. Le problème va se poser à un moment et notre système entier risque de bloquer si l'homme n'a plus aucune valeur ajoutée. Ces questions sont sérieuses et inquiètent beaucoup de gens. Que pourrons-nous encore faire qu'une machine ne sera pas en mesure de réaliser ? Que signifie encore la notion





même d'entreprise dans ce contexte ? Serons-nous limités à installer et entretenir des logiciels dans les robots ou corriger les dysfonctionnements ? Nous, informaticiens, nous envisageons très bien notre avenir en tant que techniciens. Notre métier tel qu'il est pratiqué aujourd'hui est peut-être amené à disparaître dans 10 ans.

Récemment, j'ai assisté à la soutenance de la thèse de mon frère, vétérinaire, un travail de plusieurs années qui a abouti à la rédaction de plus de 340 pages. Cela représente des heures de recherche, d'analyse et de rédaction, fruits d'années d'études et de travail acharné. Mais devons-nous maintenant lui dire qu'une machine pourrait bientôt produire un travail similaire en quelques minutes ? ChatGPT peut déjà générer de longs textes, ce qui soulève des questions, notamment dans les écoles. Sommes-nous en train d'assister à la fin de l'apprentissage traditionnel ? Le goût de l'effort et la satisfaction personnelle sont-ils en danger ?

Tout d'abord, le travail qu'il a réalisé pour sa thèse servira sans doute malheureusement à une IA. Les IA s'entraînent sur nous, épongent nos connaissances et notre savoir-faire pour le reproduire. Elles utilisent ensuite tous ces éléments pour réfléchir d'elles-mêmes. A un moment donné, il faut quand même que des êtres humains apprennent pour pouvoir transmettre. Mais une fois qu'ils ont transmis, la question se pose. Il est totalement probable que les études, dans l'avenir, puisse même disparaître ou être remplacé par des études qui vont servir à utiliser ces IA. C'est-à-dire qu'un médecin apprendra peut-être à utiliser son IA médicale ou à gérer son équipe de robots. Tout cela est encore flou.

Les puces Neuralink commencent à faire beaucoup parler d'elles. Nous parlons ici, ni plus ni moins que d'humains augmentés. C'est-à-dire que des entreprises travaillent actuellement à greffer des puces qui vont permettre de développer l'humain. On pourra par exemple obtenir le savoir de 5 ans d'études de manière instantanée. Sur un cas d'accident, une personne va pouvoir, en quelques secondes, obtenir les connaissances d'un médecin. La puce pourra même prendre le contrôle de son corps pour pratiquer les

gestes adéquats, lui donner les bonnes réponses et tout le savoir nécessaire pour les comprendre. C'est un progrès phénoménal, mais qui soulève tant de questions et de problématiques.

En résumé, une puce pourrait, un jour, être capable de prendre le contrôle de notre système nerveux et de nos pensées ?

Ce qui est paradoxal, c'est que pour le moment, un robot n'arrive pas à reproduire la complexité de nos gestes, mais en prenant le contrôle de nos mains et réaliser ces opérations complexes avec plus de précision. Cela ressemble à de la science-fiction, mais nous n'avons jamais été aussi proche d'une telle réalité. Si on commence à raccorder l'IA à des êtres humains, nous allons obtenir des êtres humains nettement augmentés, qui auront sans doute une bien meilleure valeur sur le marché. Au début, les gens seront réfractaires à l'idée de s'implanter une puce, mais ils se retrouveront très vite dépassés, ne serait-ce que sur le marché du travail. Même des gens qui auront fait des études se retrouveront bloqués dans leur secteur d'activité. Nous pouvons même imaginer que l'idée peinera à faire son chemin dans nos pays occidentaux, la population étant très attachée à l'aspect humain et authentique des choses. Ce ne sera certainement pas le cas d'autres pays beaucoup plus orientés sur la productivité et dont les libertés individuelles sont moins respectées. Je pense entre-autre aux pays d'Asie qui sont déjà très friands de technologies IA et de robotique. Que se passera-t-il lorsque la concurrence entre humains augmentés sera inégalable par les humains normaux ? Que se passera-t-il lorsqu'un recruteur exigera une personne augmentée pour tel ou tel poste ?

Si demain, l'être humain, comme force de production devient uniquement une bouche à nourrir, dans un monde aux ressources limitées, ne prend-on pas le risque de passer d'utile à gênant ?

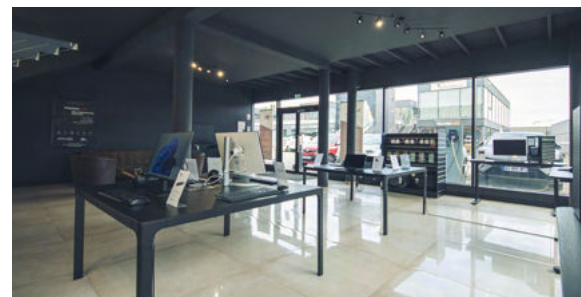
On peut déjà se poser la question du remplacement de l'humanité dans sa globalité. Cela pose la question de savoir si nous sommes en mesure de produire assez de machines pour cela. En cela, une puce est bien plus petite et moins coûteuse.

Il y a aussi l'option de dire stop et de ne pas aller plus loin. Certains tiennent ce discours

aujourd'hui. Cependant, comme pour l'arme nucléaire, une fois que la technologie existe, il y a ceux qui vont la maîtriser et les autres. Il faudrait que tout le monde accepte de stopper la recherche conjointement, mais l'histoire nous prouve que le Monde ne fonctionne pas ainsi. Peut-être faut-il songer à créer une autorité de l'IA qui définirait ce qui est autorisé ou non. Et là, nous prenons également le risque qu'une partie de la société y ait accès et une autre non.

Ce qui est impressionnant, c'est de voir l'évolution de l'impact de l'informatique dans nos vies. Cette révolution est déjà incroyable entre 1950 et 2020, mais ce qui s'est passé ces 4 dernières années défraye la chronique. Il y a un effet exponentiel qui laisse penser que si l'évolution des technologies reste sur cette dynamique, nous allons assister à des bouleversements non plus tous les 10 ans, mais d'une année à l'autre. Beaucoup de gens ne vont pas réussir à suivre. Cela soulève un vrai déséquilibre entre les populations. Des catégories entières de gens seront totalement déconnectés des autres. L'IA va également pouvoir faire des recherches et découvrir des choses en un temps records, plus vite qu'aucun humain ne saurait le faire, comme découvrir de nouveaux vaccins, de nouveaux matériaux, de nouvelles méthodes. Elle a d'ailleurs déjà inventé de nouveaux matériaux que l'homme doit encore tester. Elle met moins de temps à découvrir que nous en mettons à valider ses découvertes.

Article : Gilles Brauneisen



VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

La version intégrale de cette interview est disponible sur le site **openmag.media**



Mathieu Bruneau
MB Informatique

10 rue de l'Île Napoléon
68170 Rixheim
mathieu@mb-informatique.fr
+33 7 26 22 42
mb-informatique.fr

IL Y A CEUX QUI PRENNENT
LE TRAIN EN MARCHÉ
ET CEUX QUI
COURRENT APRÈS

DÉVELOPPEZ VOTRE ACTIVITÉ
SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX
AVEC UNE VRAIE STRATÉGIE



hello@comm-une fleur.fr
06 73 13 63 59

comm-une fleur.fr

Conception : zectroz.com



Confirmez-vous les
données cruciales
de votre entreprise
à un inconnu ?
Savez-vous réellement
où sont stockées
vos datas ?

Vos données sont-elles stockées en France ?
Quelles garanties avez-vous de les récupérer ?
Qui y a accès ?
Comment sont-elles gérées ?

Conception : zectroz.com



VOS DONNÉES SÉCURISÉES
DANS UN DATACENTER
100% FRANÇAIS,
CERTIFIÉ ISO 27001 ET HDS



 Trinaps

03 39 03 40 60
conseil@trinaps.com

trinaps.com



10 SOCIÉTÉS EXPERTES

DE LA COMMUNICATION VISUELLE

PACKAGING

CATALOGUES

GRANDS FORMATS

STRATÉGIES DE COMMUNICATION

MAGAZINES

ENSEIGNES

OBJETS PUBS

ÉTIQUETTES

SIGNALÉTIQUES

PLV

EXPLOREZ LE GROUPE LENOUEVLR

ET L'ENSEMBLE DE NOS SAVOIR-FAIRE



FLASHEZ-MOI

CONTACTEZ-NOUS

06 31 01 91 18

valentin.romay@lenouvelr.com

24 Rue François Sperry, 68100 Mulhouse

Benoît Schnell  Vialis

UN DIRECTEUR GENERAL QUI A DE L'ENERGIE A REVENDRE !

Vialis est bien connue des habitants de la Cité de Bartholdi et ses environs. Acteur historique dans le domaine de l'énergie, Vialis gère les réseaux et assure la fourniture d'électricité et de gaz naturel depuis plus de 150 ans. Electricité, Gaz, Télécoms, la petite colmarienne a bien grandi et c'est aujourd'hui sur toute l'Alsace et bien plus, qu'elle rayonne et offre de nombreux services complémentaires indispensables au quotidien de tout un chacun. A l'image de Miss liberty, elle n'a jamais perdu sa flamme. Benoît SCHNELL, son directeur, nous explique d'où elle puise toute son énergie.

Bonjour Benoît. Tout d'abord, merci de nous recevoir chez Vialis. C'est un honneur pour le magazine Open de pouvoir aujourd'hui mener cette interview, dans les studios de TV7 d'ailleurs. La première question que j'ai envie de vous poser c'est : qui êtes-vous et quel est votre parcours ?

Mon parcours débute chez Vialis en 1986. J'ai fait mes études dans le domaine de l'énergie et plus particulièrement la thermique, ce qui m'a conduit à débiter ma carrière en 1985 dans un bureau d'études. Rapidement s'est présentée l'opportunité d'un poste à pourvoir à la Régie Municipale de Colmar (RMC), puisque c'était son nom, pour occuper un poste de conseiller auprès de la clientèle essentiellement professionnelle, mission dans laquelle j'ai eu un certain nombre d'opportunités d'évolution. Ensuite est arrivée la période où l'entreprise a élargi ses compétences, notamment dans le domaine des télécoms au début des années 90. J'ai ainsi pu étendre mon champ d'activités avec la commercialisation des premières offres TV sur le réseau câblé colmarien que construisait alors la RMC.

Puis, de 2000 à 2003, j'ai été directeur de l'Usine électrique municipale de Neuf-Brisach qui a fusionné avec Vialis le 1^{er} janvier 2017. Le Conseil d'administration m'a fait confiance et m'a nommé au poste de Directeur général en 2016.

Ces 38 années d'activité m'ont permis de découvrir presque toutes les facettes de l'entreprise grâce aux diverses missions assurées, toujours très intéressantes. Mon enthousiasme est toujours le même aujourd'hui.

Aujourd'hui c'est quoi le rôle d'un Directeur général chez Vialis ?

Le rôle du Directeur général c'est avant tout d'identifier et de proposer les axes stratégiques de développement de l'entreprise, ceci en lien très étroit avec le Conseil d'administration appelé à déterminer et à décider des orientations pour les activités de l'entreprise. Il appartient au Directeur général de les déployer et les décliner dans l'organisation et auprès des équipes qu'il a pour mission d'animer et de motiver.

Venons-en à Vialis, pourriez-vous nous raconter son Histoire ?

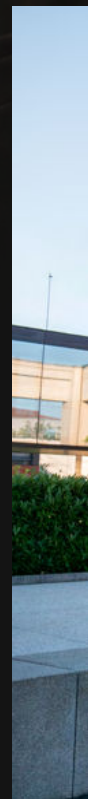
L'Histoire de Vialis remonte aux années 1845. À cette période-là, la Ville de Colmar avait pour objectif de faire éclairer ses rues. La seule solution qui existait à l'époque, c'était par le gaz. A donc été décidé de faire construire une usine de fabrication de gaz manufacturé qui était stocké dans des gazomètres et ensuite acheminé par canalisations dans les rues de Colmar pour assurer l'éclairage.

Au début, il s'agissait d'une entreprise privée qui avait établi cette usine à gaz pour ensuite être reprise par la Ville de Colmar sur autorisation du Président de la République Louis Napoléon Bonaparte via un arrêté signé le 10 mars 1852.

Il faut rappeler que les Usines Municipales de Colmar (UMC) devenues RMC - Régie Municipale de Colmar et enfin Vialis, a été la première Entreprise Locale de Distribution (ELD) aux mains d'une collectivité en France.

Les services aux collectivités avec l'éclairage au gaz a donc été la première des activités. Par la suite, l'activité a été complétée par le transport public via le tramway qui nécessitait une force motrice, donc de l'électricité a été fabriquée pour le faire fonctionner. Dans cette même période, à la fin du XIX^{ème} siècle, les UMC avaient également en charge le pompage et la distribution d'eau potable.

Des changements importants sont intervenus dans la décennie 1990 : d'une part, la ville de Colmar avait décidé de créer une structure spécifique aux transports en commun, aujourd'hui la TRACE et, d'autre part, de créer une société d'économie mixte pour la gestion de l'eau dans sa globalité, c'est-à-dire avec l'assainissement, il s'agit de la Colmarienne des eaux.





En 1994, nous avons élargi nos domaines de compétences avec la prise en compte de l'activité télécoms. Au début, c'était tout simplement, si j'ose dire, le réseau câblé (unidirectionnel) avec la diffusion d'un service de télévision qui était constitué de 18 chaînes analogiques. Nous l'avons ensuite fait évoluer pour en faire progressivement un réseau de Très Haut Débit (THD) qui permet, toujours et encore, de diffuser des services de télévision numérique, d'Internet, de téléphonie fixe et mobile. Cette activité était initialement circonscrite sur le réseau câblé de Colmar. Il a été ensuite étendu à des collectivités voisines du bassin colmarien, mais toujours en mode réseaux câblés :

- À Ingersheim, Horbourg-Wihr et Turckheim depuis 1998
- Puis Sundhoffen en 2001
- Depuis 2005, Vialis propose également ses offres sur le réseau de la communauté de communes du Val d'Argent.

Depuis 2017, nous avons élargi notre zone de chalandise puisque nous fournissons ces mêmes services sur le réseau fibre optique construit par Rosace en Alsace, dans les départements du Haut-Rhin et du Bas-Rhin. Aujourd'hui nous pouvons fournir l'ensemble de l'Alsace et avons de nombreux relais de proximité.

Il s'agit là d'une nouvelle étape marquante dans l'histoire de Vialis.

En effet, pour réduire la fracture numérique qui touche essentiellement les communes rurales, la Région Alsace « de l'époque » a initié une démarche visant à déployer un réseau très haut débit en fibre optique. Elle a retenu l'offre du consortium NGE-Altitude en décembre 2015.

La société Rosace est née de cette décision quelques temps plus tard avec pour missions la construction, le déploiement et l'exploitation d'un réseau de fibre optique dans les départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin. La démarche a été reprise et poursuivie par la Région Grand Est et en date du 21 avril 2016, Vialis a signé la convention avec Rosace.

Ce réseau a été construit et déployé jusqu'en 2022, dans près de 380.000 foyers et environ 700 communes alsaciennes.

C'est évidemment une réelle opportunité pour Vialis, avec un formidable potentiel de développement.

Au-delà de Rosace, l'extension géographique de nos offres couvre désormais le réseau Oxygène dans le Nord du Bas-Rhin sur le secteur de Niederbronn-les-Bains.

On entend qu'aujourd'hui il y a beaucoup de compétences, beaucoup de métiers. Il y a également des filiales qui sont associées à Vialis. Peut-on en parler ?

Bien sûr ! Vialis a toujours été très active dans le domaine de l'énergie. Nous avons complété notre panorama en ayant acquis en 2015 une participation à 50 % dans notre filiale Alsen. Cette société nous permet de commercialiser de l'électricité et du gaz auprès de clients au-delà de notre périmètre d'action historique. Grâce à cette entreprise, nous fournissons des clients dans toute l'Alsace, et nous pouvons même les accompagner sur l'ensemble de leurs sites partout en France. Je prends l'exemple de Liebherr, client emblématique à Colmar, qui est fourni en électricité sur toutes ses implantations.

Plus récemment, fin 2022, nous avons acquis la majorité du capital de la Société Colmarienne de Chauffage Urbain (SCCU) qui est implantée à Colmar depuis les années 70. Elle assure, pour bon nombre de logements Colmariens, l'alimentation en eau chaude pour le chauffage et le sanitaire. Elle s'adresse donc à de l'immobilier, mais également à des bâtiments tertiaires, administratifs ou militaires avec le 152e RI.

Le chauffage urbain à Colmar est constitué à plus de 85 % d'énergies renouvelables et de récupération : 70 % à partir de l'incinération d'ordures ménagères, 15% sont fournis par une chaudière biomasse avec des plaquettes de bois qui viennent des environs et 15 % sont fournis par du gaz pour assurer la flexibilité de l'installation. En effet, de nouvelles chaudières à gaz très modulables permettent d'assurer cette flexibilité entre le matin où il peut faire froid et l'après-midi où il y a davantage de soleil.

L'énergie à Colmar, il faut la considérer dans sa globalité ce qui permet d'avoir une belle vision et une trajectoire dans le contexte de la transition énergétique.

Réussir à couvrir l'ensemble des enjeux énergétiques sur la place colmarienne est vraiment intéressant pour Vialis. La transition énergétique suppose également que davantage d'énergie soit produite localement et en particulier de l'électricité. Ainsi, nous sommes propriétaire à plus de 65 % d'une filiale de production d'électricité photovoltaïque. Ça fait à peu près deux ans que cette installation produit de l'électricité verte, elle a été construite sur un ancien terrain militaire qui est propriété de la commune de Volgelsheim. Nous avons installé sur 20 hectares une centrale photovoltaïque au sol qui injecte cette électricité dans le réseau local de distribution d'électricité exploité par Vialis. Une seconde installation photovoltaïque est en construction sur un terrain propriété de la Ville de Colmar. Il s'agit également d'une centrale au sol sur une surface de 10 hectares. D'ici l'automne prochain elle commencera à produire.



Benoît, on l'a bien compris, Vialis est une entreprise aujourd'hui multi facettes de prestation de services. Pour faire tourner tout ça, il faut des humains, il faut des compétences. Quels sont les métiers que l'on trouve concrètement chez Vialis et ses filiales ?

En effet, c'est une grande diversité de métiers qu'il s'agit de mobiliser pour couvrir l'ensemble des activités et des services.

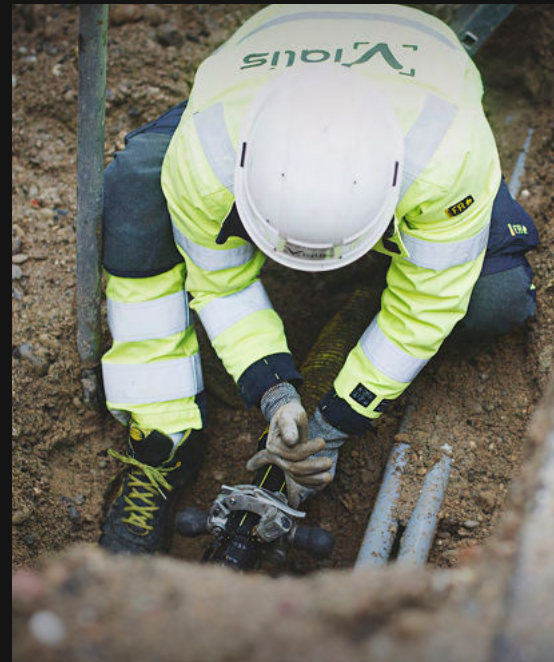
J'aimerais rapidement revenir sur l'activité d'éclairage qui est finalement depuis 1850 notre première activité. Elle est toujours présente puisque nous continuons à faire de la maintenance d'installations d'éclairage public pour le compte de très nombreuses communes. Nous avons élargi cette compétence à tout ce qui peut concerner la lumière en général. L'éclairage des rues, mais aussi l'éclairage festif, l'éclairage de mise en valeur de bâtiments, l'éclairage sous forme de vidéo mapping. Ceux qui ont visité Colmar à des périodes festives ont pu apprécier des projections sur un certain nombre de murs et de façades emblématiques.

Nous avons aussi plus récemment acquis et développé des compétences autour de la vidéoprotection. Nous avons équipé plus d'une dizaine de communes. Nous maîtrisons à la fois l'installation de caméras, mais aussi le stockage et la gestion des images.

Sur les voies de circulation, nous gérons la lumière des rues, mais aussi les feux tricolores et de signalisation. Nous savons également gérer les flux de circulation de véhicules en recommandant aux communes des solutions adaptées : feu tricolore, giratoire, sens de circulation, etc.

Vialis fait appel à des compétences et technicités très diverses. Il faut des techniciens de l'électricité, en électromécanique, pour savoir organiser et gérer : la très basse tension, la basse tension, la moyenne tension, mais aussi la haute tension puisque nous gérons des réseaux jusqu'aux 63 000 volts ; des techniciens et des ingénieurs dans le domaine gazier pour organiser le flux qui passe dans les canalisations, assurer leur renouvellement. Il faut des conducteurs de travaux, des acheteurs, des magasiniers, etc... Il faut des ingénieurs sachant mettre en œuvre nos services sur un réseau de fibre optique, des gens qui savent les maintenir et les faire évoluer pour qu'il y ait toujours plus de débit. Il faut des informaticiens. À ce sujet, d'une manière générale, nous avons une pression importante avec les risques accrus de la cybercriminalité. Nous devons veiller à avoir les bonnes barrières et surtout les bons réflexes humains pour parer à toutes ces difficultés. Il faut des commerciaux sachant vendre nos différentes solutions, les télécoms, les services aux collectivités, l'électricité et le gaz. Pour mettre en lumière tout ça, il nous faut aussi savoir communiquer. Nous utilisons tous les moyens possibles pour être présents. Et pour analyser la rentabilité de nos métiers il s'agit d'avoir des comptables et des financiers aguerris. Et pour mettre en musique toutes ces compétences, il s'agit qu'une équipe de gestionnaires RH fiable veille à la bonne organisation des ressources.

Nous avons cette particularité de savoir nous adapter, d'être dans l'innovation continuellement, car sans l'innovation, on est vite oublié. L'objectif est de rester dans la course face à la concurrence qui elle, ne nous épargne pas. Mais elle fait son job, et nous faisons le nôtre.



Benoît, l'origine de Vialis, c'est d'abord l'énergie. Aujourd'hui on sait à quel point elle est devenue une charge importante pour les ménages, et particulièrement pour les entreprises : quelles sont les solutions qui sont apportées par Vialis ?

Tout d'abord et il faut le répéter : l'énergie la moins chère, c'est celle que l'on ne consomme pas. C'est peut-être un lieu commun, mais notre démarche vis-à-vis des clients, c'est de les rendre attentifs aux économies réalisables.

Nous les accompagnons pour les aider à travers des solutions d'efficacité énergétique, des aides financières pour ceux qui isolent leur maison, remplacent les fenêtres par exemple. Nous avons donc des solutions pour les particuliers, mais aussi pour les copropriétés, le domaine de l'habitat social, et même du tertiaire ou l'industrie.

Nous avons également à cœur d'accompagner nos clients dans des choix de contrats fourniture qui soient pertinents et pour lesquels les clients optent au bon moment ou « à la bonne heure ». Quand je dis à la bonne heure, souvent on pense que plus on a de volume, plus on a des prix intéressants en électricité ou en gaz. Mais le plus important, c'est de savoir souscrire au bon moment. C'est le cas dans le domaine de l'industrie ou du tertiaire. Nous sommes justement dans cette attention permanente d'avertir nos clients sur l'évolution des marchés et du moment opportun auquel il faut souscrire ou modifier ses contrats. On ne pourra pas éviter les phénomènes d'emballement comme ce qu'on a pu connaître avec des crises énergétiques récentes qui ont conduit à des prix dont nous étions nous-mêmes victimes comme les clients, mais nous pouvons être présents à leurs côtés lorsqu'ils font des choix. C'est notre marque de fabrique. Ils nous le rendent bien car ils restent fidèles et peu d'entre eux, et je nous en félicite, passent sous d'autres bannières. Le drapeau Vialis flotte bien !



J'ai quand même envie de vous poser cette question, vous expliquez que Vialis est une société de prestation de services qui dépend encore un peu de la collectivité, c'est une spécificité purement colmarienne: est-ce qu'une structure comme celle de Vialis et ses filiales sont en recherche de profit, ou l'objectif est-il uniquement de maintenir un équilibre afin d'offrir le meilleur service aux clients et ainsi pouvoir réinvestir et continuer à développer ces réseaux et l'innovation ?

Effectivement, Vialis est une société anonyme d'économie mixte, donc nous sommes confrontés aux réalités de toutes les autres sociétés. La particularité, c'est que ses actionnaires sont à plus de 60 % des collectivités, en l'occurrence la Ville de Colmar à 41 % et la ville de Neuf-Brisach à 20,5 %. Le reste du pourcentage est détenu par d'autres actionnaires-administrateurs, notamment le groupe FIPARES - ES à Strasbourg, le groupe R-GDS, le principal distributeur de gaz du Bas-Rhin ou encore ENOVOS, une société d'énergie du Luxembourg. Nous devons dégager des ressources et des bénéfices pour permettre, comme vous l'avez rappelé, de réaliser nos investissements. Il est important que nos services soient toujours à la hauteur, que la sécurité des personnes et des biens soit assurée. Nous investissons à hauteur de 12 à 15 millions d'euros par an dans les différents réseaux ou dans les infrastructures et solutions informatiques, et dans nos bâtiments.

À travers ces investissements, nous faisons vivre un nombre important d'entreprises locales. Nous faisons intervenir des entreprises de travaux publics, des prestataires de services divers qui eux-mêmes font travailler des salariés.

On sent bien que votre métier n'est pas simple. Il faut trouver le juste milieu entre la notion financière et la veille technologique que vous entreprenez au quotidien.

On sait bien que les moyens de communication aussi sont devenus un pilier et des leviers de différenciation dans la compétitivité des entreprises. Que ce soit à l'échelle locale, mais également internationale. Quelles sont les solutions que vous proposez ?

L'innovation c'est le moyen de rester dans la course et de soutenir la concurrence, bien évidemment.

Dans le domaine des télécoms par exemple, au départ, c'était simplement 18 chaînes analogiques qui étaient diffusées sur le réseau câblé, et aujourd'hui, il s'agit de Très Haut Débit avec des offres à plusieurs Gigabytes. J'évoque un exemple d'innovation que, j'espère, nous pourrions présenter aux clients d'ici fin d'année voire début d'année prochaine. C'est le FTTR, le Fiber To The Room au lieu du Fiber To The Home. Nous sommes tous confrontés de temps en temps à un wifi qui peut être gêné par une diffusion à travers un mur de brique ou de béton, ou une box au sous-sol ou dans le garage. Avec cette solution, un cap supplémentaire est franchi où l'on pourra diffuser de la fibre jusque dans chacune des pièces. Nous travaillons activement avec des fabricants de matériel et l'objectif est de faire en sorte que nous soyons parmi les premiers à mettre à disposition des clients ce nouveau service qui n'est pas encore déployé en France métropolitaine.

Vialis doit aussi développer davantage ses solutions de production locale d'électricité. J'ai évoqué deux projets photovoltaïques qui sont bien engagés. Nous venons de créer une nouvelle filiale qui se dénomme « Vialis Solutions EnR » et qui nous permettra de réaliser d'autres projets de production d'électricité photovoltaïque. Nous avons pour ambition d'accompagner les clients dans leurs obligations de « solariser » par exemple leurs parkings dépassant une certaine surface.

C'est typiquement par des avancées et des solutions nouvelles de ce type-là, que ce soit dans la transition énergétique ou dans le domaine du numérique, que nous remplissons notre rôle et que nous accompagnons le mouvement de ces évolutions dans lesquelles nous devons nous aussi prendre part.

Quelles sont les valeurs portées par Vialis ?

Les valeurs que nous cherchons à développer et à maintenir, ce sont : la fidélité, la proximité et l'exemplarité auprès de nos clients. Notre objectif, c'est qu'il y ait une relation de confiance qui perdure. Cela ne se décrète pas, nous devons prouver un certain nombre de choses. Bien sûr, il y a une équation économique, nous ne sommes pas philanthropes pour autant, mais notre façon de faire n'est pas une recherche du profit absolue, mais une recherche de la fidélité et de la relation permanente avec nos clients.

Nous sommes attentifs aussi à tous les publics. C'est pour cette raison que régulièrement, nous accompagnons financièrement des associations caritatives pour les aider dans leurs différentes actions. Nous accompagnons également les associations sportives et culturelles. En tant qu'acteur local ancré dans son territoire, nous avons une responsabilité importante, on ne peut pas se détourner. Quand je passe dans une rue ou dans un lieu public, il n'est pas rare qu'on m'interpelle. Notre moteur est la satisfaction de notre clientèle. Je pense que c'est cette proximité-là et cette honnêteté qui sont vraiment nos valeurs essentielles.

J'ai envie de conclure cette interview par une dernière question qui va certainement être la plus compliquée. Vous n'êtes pas devin, mais je m'interroge sur la manière dont Vialis imagine faire face aux grands défis de demain ? J'inclus dans cette question, notamment, l'arrivée de l'intelligence artificielle. Je ne vous demanderais pas si vous êtes pour ou contre, parce qu'on ne pourra pas aller contre. Comment appréhendez-vous l'arrivée de cette nouvelle technologie ?

Concernant les évolutions technologiques, je pense qu'on a démontré notre capacité à pouvoir les intégrer et en faire des atouts. Nous sommes en train de voir, et je l'évoquais tout à l'heure, comment faire au mieux pour être suffisamment bien protégé dans le domaine de la cybercriminalité.

S'agissant de l'intelligence artificielle, elle ne remplacera jamais l'humain et le collaborateur dont je disais tout à l'heure qu'il a toute son importance dans la relation avec nos clients justement. L'intelligence artificielle facilitera peut-être un certain nombre d'approches et d'analyses de données techniques qui permettront de prévenir des événements ou des pannes par exemple. Je pense que ces solutions

permettront davantage de sécurité et de mieux appréhender les besoins à satisfaire par une meilleure connaissance de l'environnement dans lequel nous évoluons.

S'agissant des mutations importantes du moment, la première obligation que nous avons c'est de nous y intéresser et de nous y former. Une part importante de notre budget est consacré à la formation du personnel, c'est bien la preuve que nous veillons à ce que ces transitions soient justement possibles. Nous faisons en sorte que l'humain reste dans la course, qu'il arrive à intégrer et accompagner ces évolutions et ces transformations.

Nous intéressons nos salariés à tous ces sujets et nous les motivons. C'est parce qu'il y a ce genre de démarches que nous arriverons à appréhender ces différentes mutations.

Merci Benoît pour ce bel échange. J'ai envie de conclure ici, mais j'ai aussi envie de vous laisser le mot de la fin.

Est-ce que vous auriez quelque chose à ajouter qui va au-delà de ce que j'aurais pu vous demander ?

J'ai envie de dire que le travail, c'est prendre plaisir à se renouveler tous les jours, dépasser une performance et faire en sorte que le client reste fidèle, à travers l'attention qu'on lui porte.

Si nos collaborateurs témoignent de cette fougue et de cette envie, le client se dira : j'ai envie de continuer à bosser avec eux, ils sont à mes côtés, je leur fais confiance.

Je suis entouré de près de 300 salariés qui, au quotidien, veillent au grain, sont attentifs aux besoins des clients. S'il n'y avait pas ces équipes qui nous soutiennent dans les solutions que nous déployons, et qui mettent en œuvre les différents choix qui sont faits, sans eux, j'ai beau parler, je n'arriverai à rien. C'est le collectif qui est l'élément essentiel dans la réussite d'une entreprise.

Merci Benoît !

Article : Christophe Richert

VOUS POUVEZ ÉGALEMENT LIRE CETTE INTERVIEW SUR LE SITE
openmag.media



Benoît Schnell
Vialis

10 Rue des Bonnes Gens
68000 Colmar
info@vialis.net
03 89 24 60 50
vialis.net

Élodie Ligibel □□□□ CFCA

QUI A DIT QUE LES EXPERTS-COMPTABLES N'ÉTAIENT PAS FUN ?

Si on devait écrire un livre qui s'appelle «100 ans d'humour comptable», pas sûr que ce soit un best seller. Élodie est une jeune femme unique qui a su combiner un métier sérieux, rationnel et cartésien avec un esprit créatif et coloré. Quand l'univers du skate et du tatou rencontre celui des chiffres et de la finance, cela donne un cocktail de fraîcheur !

Bonjour Élodie, qui êtes-vous ?

Je suis Élodie Ligibel, je suis experte-comptable au sein du cabinet CFCA à Saint-Louis depuis 2015 et j'exerce ce métier depuis 20 ans. On peut dire que mon orientation professionnelle a été influencée par un environnement familial, déjà ancré autour de cette profession. Ce qui est amusant, c'est que mes parents avaient plutôt tendance à me conseiller de faire autre chose, je dis la même chose à ma fille, mais il semblerait que nous ayons un affect particulier pour les chiffres. Finalement, j'ai fait ce choix sans me poser trop de questions.

Pouvez-vous nous présenter le Cabinet CFCA ?

Il s'agit du Centre Fiduciaire et Comptable d'Alsace, dont la maison mère se situe à Saint-Louis. Nous avons également une entité à Mulhouse, rue de la Sinne. Nous sommes un cabinet familial d'environ 25 collaborateurs et qui a été fondé par Henri Bacher il y a plus de 50 ans. Ce dernier est toujours dans les locaux mais son fils, Jean-Frédéric, a repris l'entreprise. Nous sommes généralistes au niveau de notre clientèle et notre position tri-frontalière nous permet de toucher également un public étranger, souvent des entrepreneurs suisses ou allemands dont l'activité est en France.

Élodie, je vous observe et je constate que vous avez quelque chose de différent des experts-comptables que j'ai l'habitude de côtoyer.

Effectivement, on me dit souvent que je sors des standards. Mon look traduit mes autres passions qui sont le tatouage, le skateboard, les casquettes et la culture urbaine. C'est assez surprenant de voir ces deux univers cohabiter. Cela crée un contraste entre l'aspect sérieux de mon métier et mon côté artistique. Pourtant, on ne m'a jamais

fait de réflexions désobligeantes sur ce sujet. Au contraire, mon look un peu décalé a toujours été bien accueilli et semble installer un climat de confiance. On aborde l'aspect chiffres avec un peu plus de légèreté, et les plus sceptiques découvrent vite que derrière mon aspect, le sérieux qu'on est en droit d'attendre d'un expert-comptable est bien au rendez-vous.

Le fait que votre look, qui au passage n'a rien non plus d'extravagant, puisse susciter l'intérêt dénote-t-il d'une certaine standardisation des métiers liés à la finance et à l'administration ?

Sans aller jusqu'à dire que notre métier est stéréotypé, nous avons néanmoins une certaine culture de l'image et du sérieux qu'elle renvoie. Je ne viendrai pas demain en pantalon baggy, mais je ne vais pas non plus cacher à tout prix mes tatouages. Il y a encore 20 ans, cela aurait été plus compliqué. Il ne faut pas oublier que nos clients nous confient des informations stratégiques et sensibles sur la santé de leur entreprise, il ne s'agit pas de faire n'importe quoi non plus, mais je constate que les esprits se sont libérés sur certains sujets. Comme on le dit, l'habit ne fait pas le moine et je pense que les gens sont moins attachés à l'image, ce qui nous permet de sortir un peu du schéma vestimentaire stricte qu'ont pu connaître les

générations précédentes. Je dirai même que nos clients ont besoin d'un accompagnement humain et on se sent en sécurité avec des gens qui nous ressemblent. Nous avons tous une personnalité, nous ne sommes pas des robots. La mienne intrigue dans un premier temps pour finalement envoyer le message suivant : « je suis humaine comme vous ». Cet apaisement dans la relation est propice à instaurer un climat de confiance. Nous avons également la réputation d'avoir un langage très technique, voir même complexe, ce qui crée une distance avec le client. Le rassurer, c'est aussi sortir un peu de ce pragmatisme pour remettre de l'humain au centre. Nous sommes parfois même amenés à faire du social car, derrière chaque entreprise, il y a des vies. En résumé, notre image se modernise et je suis pour cette modernisation.

Votre cabinet a une démarche RSE et est labellisé « Alsace Excellence ». Pouvez-vous nous en dire plus ?

Ce label s'inscrit dans une démarche de valorisation des entreprises alsaciennes et est attesté via un audit. Il nécessite de répondre à 5 critères qui sont : la performance économique, l'éthique sociale, la responsabilité environnementale, ainsi que l'engagement sociétal et territorial. Ce sont les principaux piliers sur lesquels nous sommes notés. Cela concerne tous types d'entreprises implantées localement. Cette démarche RSE nous invite à repenser nos métiers différemment, de manière plus responsable. C'est essentiel, à une époque où tout va très vite et où la concurrence nous pousse à dépasser sans cesse nos limites, de pouvoir prendre du recul sur ces questions et de ne pas perdre de vue ces questions essentielles qui sont l'avenir de notre planète ou le sens de l'humain dans nos métiers. Il ne s'agit pas de le faire uniquement pour dire qu'on l'a fait. Cette démarche a un réel impact sur notre quotidien, car elle nous permet d'évoluer dans un cadre sain, de donner du sens à nos missions, tout en répondant aux exigences du marché.

Article : Gilles Brauneisen



VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

La version intégrale de cette interview est disponible sur le site **openmag.media**



Élodie Ligibel
CFCA
24 Avenue de Bâle
68300 Saint-Louis
ligibel.e@cfca.eu
+33 3 89 56 50 60
cfca.eu

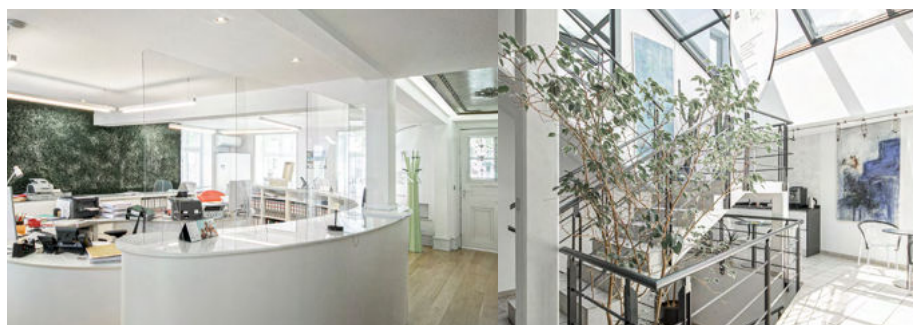


centre
fiduciaire et
comptable
d'alsace



pour réussir en mode expert

Gérer, investir, progresser
Contrôler, analyser, agir
Optimiser, anticiper



mulhouse@cfca.eu
22, rue de la Sinne 68100 MULHOUSE
Tél. 03.89.56.50.60

saint-louis@cfca.eu
24, avenue de Bâle 68300 SAINT-LOUIS
Tél. 03.89.69.21.87

**experts-comptables
à vos côtés
pour favoriser
et optimiser
votre réussite**

DÉVELOPPEZ VOTRE EFFICACITÉ OPÉRATIONNELLE AVEC UN PARTENAIRE DE CONFIANCE

INFOGÉRANCE PARC INFORMATIQUE PROFESSIONNEL ET SERVEURS

*Dépannage, assistance
et réparation*

À PARTIR DE
18€^{HT}
PAR MOIS
PAR POSTE

ERP/CRM GESTION FACTURATION SUR-MESURE

*(paiement en ligne /
signature à distance certifiée)*

À PARTIR DE
80€^{HT}
PAR MOIS



PACKS OFFICE 365

DÉVELOPPEMENT D'APPLICATIONS SUR MESURE

*avec les technologies
Dolibarr ou Application Web.*

TÉLÉPHONIE SUR IP

*Installation
et assistance*

À PARTIR DE
4,99€^{HT}
PAR MOIS





**CABINET SPÉCIALISÉ
EN RECRUTEMENT DE TALENTS**

CDD | CDI | ACCOMPAGNEMENT RH



OUVERTURE DE NOTRE
NOUVELLE AGENCE

à Burnhaupt-le-Haut

entre Mulhouse & Belfort

  working-success.fr



□□□□ PORTRAIT

Sophie Tschirhart □□□□ Working Spirit / Working Success

RECRUTEMENT : ET SI L'ÉTAT D'ESPRIT ÉTAIT PLUS IMPORTANT QUE LA COMPÉTENCE ?



Le recrutement est un sujet d'actualité, particulièrement dans certains secteurs d'activité.

Depuis quelques années, la dynamique a changé, et ce sont désormais les employeurs qui doivent séduire les candidats.

C'est aussi un métier à part entière. Sophie Tschirhart en a fait sa spécialité et accompagne les entreprises dans leur recherche de collaborateurs. Mais quels critères faut-il prendre en compte pour réussir une embauche ? La compétence est-elle la seule clé du succès ?

Open a rencontré Working Spirit, qui nous éclaire sur sa philosophie.

Bonjour Sophie, pouvez-vous vous présenter ?

Je dirige la société Working Spirit, une société de travail temporaire que j'ai créée il y a bientôt dix ans. Psychologue clinicienne de formation, je ressentais une fibre commerciale à exploiter. Cette double appétence m'a conduite à postuler à un poste de chargée de recrutement, un métier combinant aspects commerciaux et relations humaines. Bien que j'aie mis de côté l'aspect clinique de mes études, j'ai immédiatement été passionnée par cette profession. J'ai également suivi durant deux années en cycle cadre un master de gestion des entreprises. J'ai d'abord évolué au sein d'une grande entreprise, puis dans une entreprise régionale pendant dix ans. Ensuite, je me suis associée pendant cinq ans avant de racheter la branche que j'avais développé pour créer Working Spirit.

Pourquoi le nom Working Spirit ?

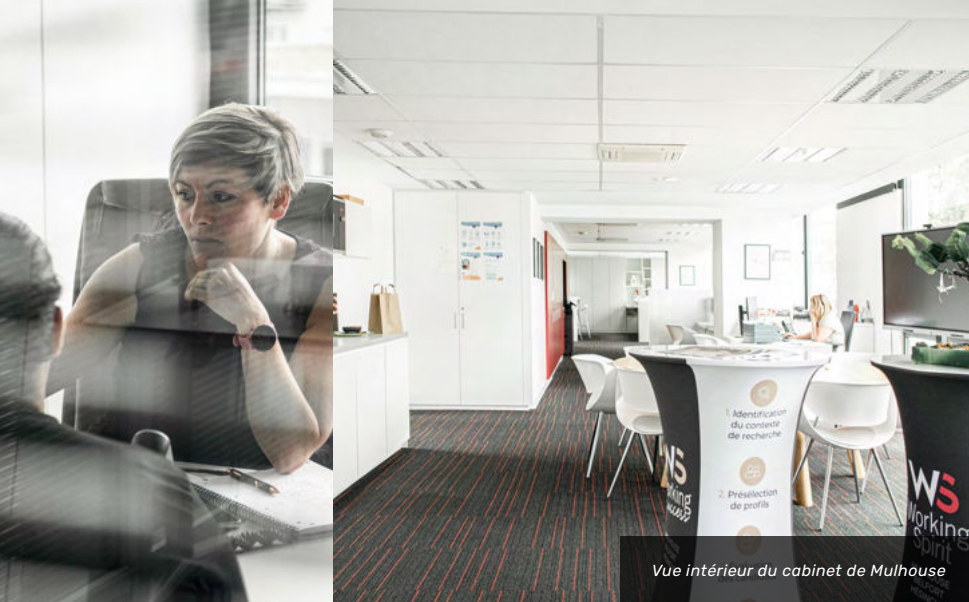
On a toujours dit de moi que j'étais une "Working Girl". Le travail m'a permis de gravir les échelons de la société en passant d'un milieu ouvrier, où je suis née, à celui de cheffe d'entreprise. Cela a été possible grâce aux études, car nous avons la chance de vivre dans un pays offrant des opportunités à tous. Le terme "Working" symbolise la dynamique et la force du travail. J'ai grandi en voyant ma mère, une véritable petite fourmi, travailler sans relâche, et cette culture du travail m'a façonnée.

Le "W" de notre logo signifie "Work" c'est-à-dire le verbe travailler en anglais et le "S" "Spirit" signifie l'esprit car c'est véritablement l'esprit du travail que nous recherchons chez les candidats que nous recrutons. Pour moi, cet état d'esprit est tout aussi important que les compétences techniques. En tant que recruteur, nous devons identifier « l'énergie travail » dégagée par une personne, car c'est cette force qui la fera progresser et entraînera les autres dans son sillage. Le « S » du logo est aussi un clin d'œil à mon prénom, Sophie. Pour l'anecdote, on m'appelle souvent "Madame Sophie" à cause de mon nom de famille difficile à prononcer.

Quant à l'historique de l'entreprise, elle a commencé avec la création de l'agence de Mulhouse. J'étais seule au début, puis j'ai recruté progressivement une assistante, une comptable et des recruteurs. L'évolution s'est faite par étapes, avec l'ouverture d'une deuxième agence à Belfort, une troisième à Hésingue, puis une quatrième à Colmar. Entre-temps, nous avons lancé une deuxième marque, "Working Success", notre cabinet de recrutement CDD-CDI.

Le recrutement reste notre priorité. Les entreprises qui font appel à nos services sont d'abord prospectées par nos soins ou nous contactent directement. Nous apprenons à connaître leur culture d'entreprise, la composition de leurs équipes et leurs besoins spécifiques. Ces informations sont cruciales pour identifier l'intérimaire qui aura le "Working Spirit" adapté à leur structure. Deux caristes peuvent avoir des profils très différents, et c'est notre expertise de recruteur qui nous permet de proposer des solutions sur mesure, en associant les besoins de nos clients et les compétences de nos candidats. Nous assemblons les pièces d'un puzzle géant sans fin !

Véritable "Business Partner RH", nous avons aussi un rôle de conseil auprès de nos en-



Vue intérieur du cabinet de Mulhouse

treprises clientes et mettons à disposition de nos clients des solutions adaptées (évaluations métiers, personnalités, motivationnelles, langues, bilans, formation...).

Comment les entreprises séduisent-elles leurs futurs salariés ?

Tout d'abord, il y a la question de la flexibilité des horaires. Pouvoir s'adapter aux besoins des salariés, comme aller chercher leurs enfants en crèche ou à l'école, est crucial. Malgré tout ce qu'on peut dire, dès qu'un salarié se sent bien dans son entreprise, il se donne aussi les moyens d'atteindre ses objectifs. Je dis toujours à mes employés de venir me voir le jour où ils viendraient travailler la boule au ventre.

Un autre aspect important est le sens que l'on donne au travail. La démarche RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) répond à beaucoup de ces questionnements. Des questions rarement posées autrefois deviennent aujourd'hui un véritable levier dans le processus de recrutement : "qu'est-ce que mon travail apporte à la société ? À la planète ?". L'idée de travailler simplement pour produire et consommer ne suffit plus dans de nombreux cas. Il y a un besoin croissant de donner du sens à la mission que l'on accomplit. Les critères peuvent être multiples et variés, mais cette réflexion est de plus en plus nécessaire pour les entreprises.

Parallèlement, l'importance du salaire ne doit pas être négligée. De nombreuses personnes choisissent de travailler à la frontière pour des postes offrant moins de flexibilité mais de bien meilleurs revenus, illustrant l'importance de cet aspect.

L'aspect environnemental est aussi devenu un facteur de recrutement. Quel est votre point de vue sur le sujet ?

C'est une question qui me tient particulièrement à cœur. Je pense que le bilan d'une entreprise devrait inclure un bilan environnemental. C'est seulement à partir de ce moment-là que nous pourrions évaluer la véritable rentabilité d'une entreprise c'est-à-dire pas uniquement une rentabilité financière mais également une « rentabilité écologique ».

En tant qu'agence de travail temporaire, nous nous engageons non seulement sur le plan sociétal, mais nous veillons également à réduire notre empreinte écologique. Je

cherche régulièrement des solutions dans ce sens. Par exemple, nous sommes engagés auprès d'une association qui plante des arbres, mais je souhaite aller encore plus loin.

Pour moi, notre responsabilité environnementale doit être à la hauteur de nos résultats économiques. C'est la raison pour laquelle nous consacrons un pourcentage de nos résultats à l'environnement. Être cheffe d'entreprise confère un pouvoir décisionnel et, même si nous ne sommes pas tous égaux, nous avons le devoir de faire au mieux, chacun à notre niveau. Il ne s'agit pas de culpabiliser, mais d'éveiller les consciences. Nous privilégions le Made in France dans nos achats par exemple. Mais il y a tant de choses à faire...

Selon vous, les entreprises qui évoluent dans des secteurs polluants et qui, malgré leur bonne volonté, auront un impact plus important sur l'environnement, auront-elles plus de risques d'être pénalisées sur le plan du recrutement ?

Je pense que cela dépend des individus. Pour certains, l'impact environnemental d'une entreprise sera un critère déterminant, pour d'autres, beaucoup moins. Certains secteurs ont effectivement peu de marge de manœuvre pour réduire leur impact, mais il existe toujours des solutions pour agir à tous les niveaux.

En ce qui concerne les candidats, certains sont très attachés à ces principes tandis que d'autres le sont moins. Ce n'est pas une règle générale, mais c'est une tendance croissante. Les profils sensibles aux enjeux environnementaux et climatiques vont naturellement éviter les métiers ayant un impact négatif sur l'environnement.

Quelle vision avez-vous de la démarche RSE ?

La démarche RSE est positive, mais elle doit être menée de manière sincère, et non uniquement pour obtenir de bons points. Si l'intention est fautive, cela finira par se voir et se ressentir par les salariés. Que ce soit pour des questions climatiques, sociétales ou une vision de l'emploi plus inclusive, le monde de l'entreprise doit s'adapter à ces enjeux. Il n'y a pas de débat.

Nous le faisons déjà de manière naturelle, mais il est aussi impératif d'éduquer les entreprises dans ce sens. Je vois cela comme un accompagnement nécessaire. En Alsace,

nous avons cette culture, mais dans d'autres régions de France, des pratiques comme le tri des déchets ne sont pas encore en vigueur. Nous sommes en 2024 ! Il y a donc encore beaucoup de travail à faire.

J'espère que ceux qui ne conscientisent pas l'urgence de cette démarche le feront mais je pense que la majorité des gens ont pris conscience du problème.

Quelle est votre position sur la marque employeur ?

Tout d'abord, pour nos lecteurs qui l'ignorent, la marque employeur est l'image et la réputation qu'une entreprise projette en tant qu'employeur, tant auprès de ses employés actuels que des candidats potentiels. Elle englobe la perception de l'entreprise sur des aspects tels que la culture d'entreprise, les valeurs, les conditions de travail, les opportunités de carrière et les avantages sociaux. Une marque employeur forte peut aider à attirer, recruter et fidéliser les talents, améliorer la satisfaction et l'engagement des employés, et renforcer la compétitivité de l'entreprise sur le marché du travail.

Chez « Working Spirit », par exemple, notre valeur forte, c'est le respect, envers nous-mêmes, envers les autres et aussi envers la planète. Ensuite viennent les valeurs de proximité et d'engagement. Chaque entreprise doit identifier ses valeurs fortes. Elles représentent son ADN et sont tout aussi importantes que son image de marque. Les entreprises qui ont compris cet enjeu rencontrent plus de succès auprès des candidats.

Comme je le disais au début, nous recherchons un état d'esprit. Cela repose sur les différents points que nous avons abordés ensemble. Un candidat peut avoir les meilleures compétences techniques possibles, s'il ne cadre pas avec les valeurs et la philosophie de l'entreprise, la relation a de fortes chances de se dégrader. La compétence sans engagement ne sert à rien.

Article : Gilles Brauneisen

VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

La version intégrale de cette interview est disponible sur le site **openmag.media**



Sophie Tschirhart
Working Spirit / Working Success
5 Porte de Bâle
68100 Mulhouse
sophie.tb@working-spirit.fr
+33 3 89 51 29 89
working-spirit.fr

Étiquetez, imprimez, automatisez !

SOLUTIONS D'ÉTIQUETAGE SUR MESURE



Imprimantes Thermiques

Imprimantes thermiques de bureau toutes gammes. Installation et formation dans vos locaux, maintenances préventives et curatives en atelier ou sur site.

Acquisition de données & solutions de mobilité

- > Lecteurs de code-barres
- > Terminaux mobiles
- > Tablettes et autres accessoires...



Étiquetage automatique sur ligne de production

De la pose simple d'étiquettes pré-imprimées à l'impression/pose, nous proposons une large gamme de produits pouvant répondre à tous vos projets.



Logiciels d'impression & développements spécifiques

Intégration de logiciels d'impression, développement de programmes spécifiques en lien avec l'étiquetage et la traçabilité.



SOIRÉE DE FIN D'ANNÉE POUR LES ENTREPRISES

DECEMBRE 2024

BAL D'AVEVENT

AVEC LES
FRANGINS
LINDECKER

BY
L'ED & N

des soirées
exceptionnelles
& magiques



ENVIE DE FAIRE LA FÊTE ?

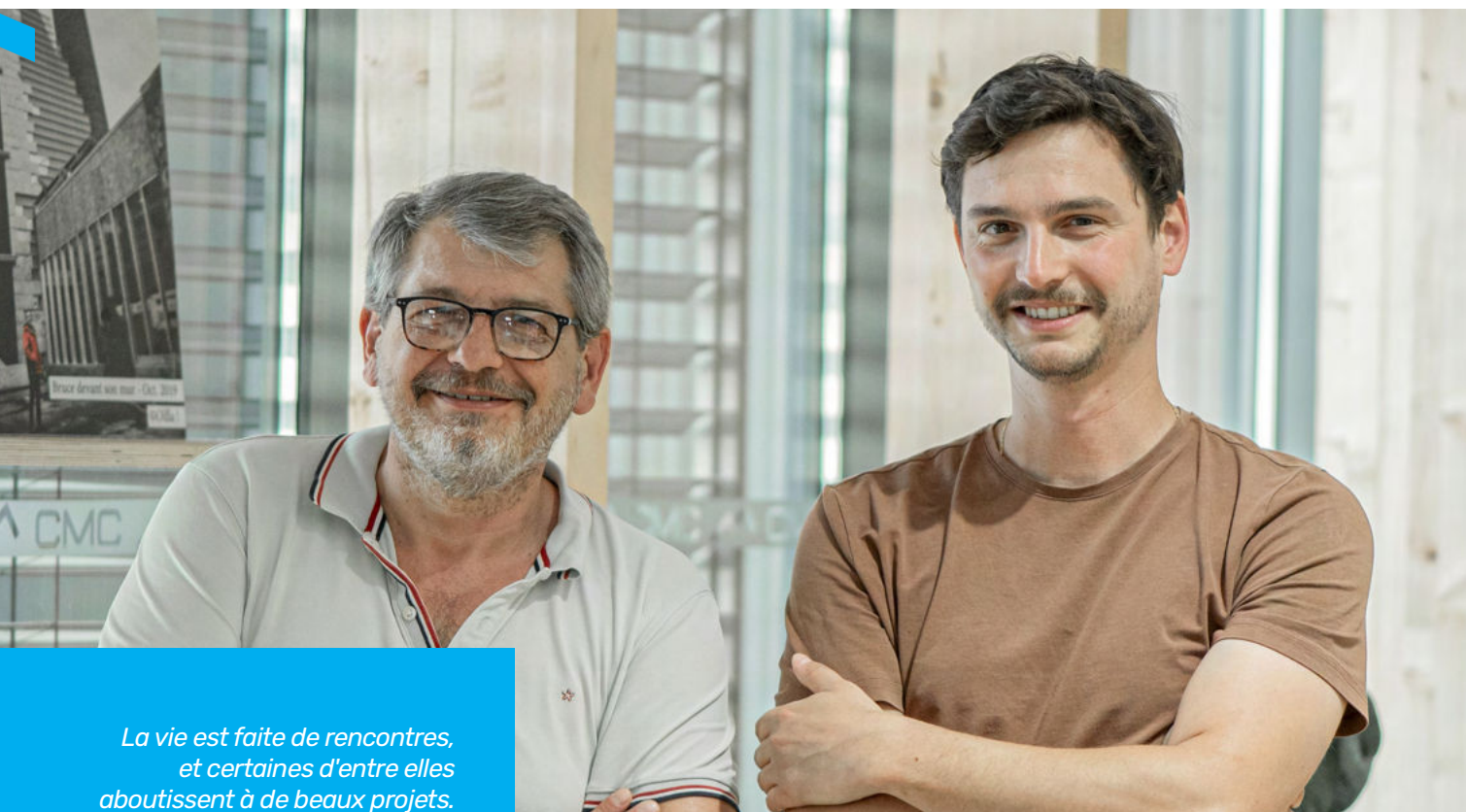
INFOS & RESA

03 89 46 83 90 | www.eden-sausheim.com

POUR UNE SOIRÉE
AUSSI GOURMANDE QUE FESTIVE,
VENEZ MANGER, CHANTER ET DANSER !

ED & N
Scène de Sausheim
Espace Dollfus & Noack

SOLUTIONS D'ÉTIQUETAGE : QUAND L'INNOVATION RENCONTRE L'EFFICACITÉ TERRAIN



*La vie est faite de rencontres,
et certaines d'entre elles
aboutissent à de beaux projets.*

*Lorsque Pierre Lecuru, homme
d'expérience et de terrain,
rencontre Kévin Mascout,
technicien de pointe aux idées
avant-gardistes, cela donne
naissance à une collaboration
pleine de potentiel. On peut alors
penser qu'ils étaient faits pour se
rencontrer. Open vous invite à
découvrir Datis Conseil et leur
passion pour l'étiquetage.*

Pierre Lecuru et Kévin Mascout bonjour, pouvez-vous vous présenter ?

PL : Nous sommes tous les deux issus de la même profession avec deux parcours quasiment similaires, exercés parallèlement l'un de l'autre auprès de sociétés appartenant au domaine de l'étiquetage et de la traçabilité. Au fil des années nous avons été tout naturellement amenés à créer chacun notre propre entreprise puis nous nous sommes trouvés. En ce qui me concerne, j'ai 25 ans d'expérience dans le domaine de la traçabilité, tant sur l'aspect technique que commercial.

KM : Mon parcours est presque similaire à celui de Pierre. Presque, dans la mesure où j'ai moins d'années d'expérience que lui et donc un peu moins de bouteille. Je suis personnellement dans le métier depuis 2011 suite à un BTS électrotechnique, j'ai commencé par dépanner des imprimantes à étiquettes, je ne savais même pas que ça existait. J'ai immédiatement trouvé cela intéressant car cela m'ouvrait des portes en tant qu'itinérant et me permettait de mettre les mains dans le cambouis chez des clients dans divers domaines d'activité. J'aime également

les outils de production, donc ça me permettait de découvrir les process de fabrication, comme ceux du sucre ou encore de la laine de verre. C'est aussi intéressant que varié. J'ai donc eu ce parcours pendant 4 ans, après quoi, j'ai fait un séjour dans le marquage jet d'encre, toujours lié à la traçabilité mais plus spécifiquement le marquage sur ligne. Puis, je suis revenu dans mon entreprise initiale en tant que responsable technique sur une durée de 2 ans, avant de faire le choix de monter ma propre structure en parallèle, quittant Strasbourg pour me rapprocher de mes racines sundgauviennes.

Datis c'est quoi ?

PL : C'est l'un de nos fournisseurs que nous avons en commun qui nous a mis en relation. Nous avons vite réalisé que nous parlions le même langage, tenions le même discours et étions ainsi totalement sur la même longueur d'onde. Et il faut dire que nous étions extrêmement complémentaires. Nous avons alors décidé de travailler un an ensemble, tout en conservant nos propres structures, avant de fusionner en 2023 pour créer Datis Conseils & Solutions.

Notre siège social est à Lyon, puisque Pierre habite là-bas, mais notre rayonnement est axé sur le Grand Est avec un gros développement sur le secteur mulhousien, mais également la Bourgogne-Franche-Comté.

En ce qui concerne la traçabilité, cela passe par différentes étapes qui sont : étiqueter, marquer les produits, mettre des codes-barres, pour ensuite les suivre, c'est-à-dire les lire, les restituer à différents logiciels de gestion. Notre force aujourd'hui, c'est d'identifier les incohérences qui existent auprès des entreprises comme, par exemple, des ressaisies de données, et de leur apporter des solutions, toujours à l'écoute du client. Notre mission est de comprendre ses objectifs, d'identifier ce qui doit être conservé, ce qui doit changer ou être amélioré, et d'essayer de se positionner de manière à rendre la traçabilité de ses produits la plus efficace possible. Nous apportons aujourd'hui des solutions matérielles ou logicielles, permettant de dialoguer avec les ERP, les GPAO ou le WMS. Nous développons des interfaces terrains permettant de communiquer avec tous ces outils en automatique. En résumé, nous sommes spécialisés dans tout ce qui concerne la chaîne de traçabilité et acquisition de données.

KM : Nous travaillons également sur l'automatisation. Cela concerne la mise en ligne de machines qui vont déposer des étiquettes sur des produits et colis ou l'amélioration des performances de lignes de conditionnement ou de produits afin d'assurer une qualité de traçage irréprochable. Notre valeur ajoutée repose sur notre faculté analytique des existants ainsi que notre connaissance et notre expérience dans ce domaine très spécialisé. Nous souhaitons apporter des solutions qui vont dans la continuité du process existant, ou de la refonte de solutions dans un objectif d'amélioration globale. Cela passe par un vrai travail d'écoute. Concernant nos solutions, elles ne sont pas open source, mais presque. Cela permet à nos clients d'avoir les cartes en mains en évitant de voir sa production bloquée parce qu'il n'aurait plus le support sur le produit qu'on lui a vendu. Nos solutions sont ouvertes et accessibles.

Qui sont vos clients ?

KM : Cela peut être une petite structure PME qui a de petits volumes et cherche à se déployer. L'objectif sera souvent de leur faire gagner du temps. Nous allons essayer d'apporter une solution offrant un rapport technique et économique intéressant. Nous travaillons également pour de très grands groupes qui nous font confiance car nous avons su leur apporter des solutions techniques qui allaient au-delà de la norme

française et qui leur apportent une efficacité dont ils gardent la maîtrise d'œuvre. Au final, nous n'avons pas vraiment de client type. Notre ADN, c'est d'apporter une solution, qu'il s'agisse d'un bout de logiciel avec une petite imprimante ou d'émettre un outil qui va dialoguer avec différentes solutions, voire en Cloud, c'est-à-dire avec des éléments multi-sociétés ou du partage de données et ainsi de suite.

PL : Aujourd'hui, notre niveau et notre compétence technique nous permet de faire des choses jusqu'au développement informatique, là où les outils standards du marché ne savent plus répondre, nous sommes en mesure d'apporter le petit bout de solution qui manque pour finaliser l'ensemble du projet. Par exemple, une petite société qui fait de la confiture aurait besoin, pour une augmentation de volume, d'avoir une solution peu onéreuse. Nous travaillons également en avant-projet, notamment sur de gros projets. Généralement, 80% de la solution est en place avant même d'avoir réalisé des offres commerciales.

Datis compte aujourd'hui 3 personnes. Comment fait-on lorsqu'on est une petite structure pour cibler de grands comptes ?

PL : Selon moi, ce n'est pas un problème de structure, mais de réponse. Aujourd'hui, une société, quelle que soit sa taille, et particulièrement dans les grands groupes, est attendue sur la qualité de la réponse qu'elle va apporter. Cela ne dépend pas du nombre de personnes mais de la compétence et de la connaissance du métier qui vont apporter la valeur ajoutée de la solution proposée. Vous pouvez avoir une société de 150 personnes. Si aucune d'elles n'est en mesure d'aller aussi loin que le client le souhaite, vous serez à côté. Le client ira naturellement vers celui qui lui apportera la solution.

Nous constatons également, particulièrement auprès des grosses entreprises, qu'il y a une perte d'efficacité, beaucoup trop de réunions et des projets qui avancent peu ou lentement. Nous observons une perte dans la concrétisation des choses. A contrario, nous allons miser sur notre efficacité opérationnelle. Cela est très apprécié par nos clients. Bien entendu, il faut des réunions, mais elles doivent être efficaces et le moins chronophages possibles. Nous concentrons ensuite nos efforts sur le terrain et moins sur l'aspect théorique des choses.

KM : Il y a un point très important à prendre en compte, c'est que nous nous amusons. Chaque problématique devient un challenge pour nous, un jeu d'enquête ou d'énigmes. Cet aspect nous stimule énormément et nous permet d'aborder chaque obstacle comme un défi. Et lorsque la solution se met en place et fonctionne, il n'y a rien de plus gratifiant. C'est pour cela qu'on se lève chaque matin. Pierre sera plus sur l'aspect machine et moi, sur le programme.

PL : Il faut savoir que notre modèle économique actuel ne correspond pas vraiment à notre business plan initial. Nous pensions à l'origine servir de petits clients régionaux sur des petits applicatifs, mais finalement nous avons eu des appels de grosses sociétés qui avaient des lourdes problématiques techniques non résolues et pour lesquelles nous avons pu apporter des réponses pertinentes et ainsi gagner leur confiance. Nous pensions également nous faire bloquer au niveau des achats dans ces grands groupes, il se trouve que nous sommes allés

jusqu'au bout. Nous nous étions nous-mêmes mis des freins dès le départ. Aujourd'hui, nous les avons enlevés !

Enfin, il y a un aspect essentiel dans la relation aux grands comptes, c'est que le client a besoin de proximité et de réactivité. Il ne veut plus avoir à faire à une hotline. C'est aussi la force d'une petite structure de leur apporter cette qualité d'échange et cette considération.

Comment vous adaptez-vous face à l'évolution perpétuelle des normes ?

PL : Aujourd'hui, particulièrement dans l'agroalimentaire, les normes évoluent assez rapidement et changent dans des deltas de temps qui sont très courts. L'élément intéressant qui pose problème aux industriels est de savoir s'il vaut mieux tout faire soi-même et faire un peu d'impression d'étiquette à la carte ou s'il vaut mieux continuer à acheter un stock d'un million d'étiquettes et le jeter parce que la norme a évolué. Qu'il s'agisse de l'automobile, de la pharma ou de l'agroalimentaire, il y a tellement de choses à dire sur chacune des normes que ce serait très complexe. La réflexion consiste à se demander quelle partie le client peut prendre à sa charge et comment il peut gagner en autonomie. Ensuite, il y a des technologies comme la RFID. La proportionnalité des éléments de lecture de TAG RFID est très forte, ce qui n'était pas le cas il y a 4 ou 5 ans. Il faut maintenant trouver des applications pour la déployer. C'est un point sur lequel il y a débat. Beaucoup de projets sont étudiés, mais peu d'entre eux arrivent à terme car c'est un sujet compliqué.

KM : La plupart du temps, une norme qui va changer pour l'automobile va générer probablement les mêmes actions de correction et d'amélioration de notre part que pour une norme dans l'agroalimentaire. Ce qui va changer d'un secteur d'activité à l'autre, c'est la manière dont on va chercher les informations qu'on va vouloir imprimer, mais le process reste toujours le même. Cela ne nous impose pas d'être systématiquement à la page des normes. Nous restons concentrés sur la solution technique.

Article : Gilles Brauneisen

VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

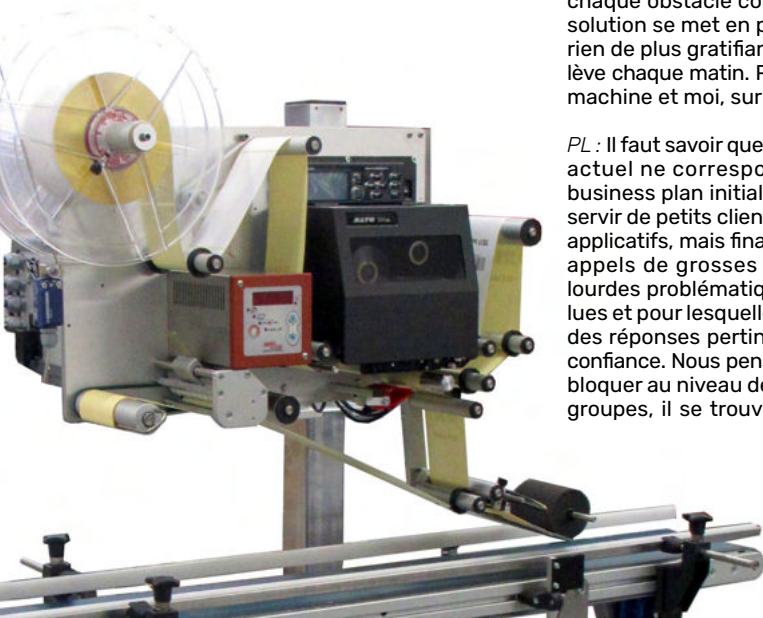
La version intégrale de cette interview est disponible sur le site **openmag.media**



Pierre Lecuru & Kévin Mascout

Datis Conseil

5 rue de Brechaumont
68210 Traubach-Le-Haut
k.mascout@datis-conseils.fr
+33 7 68 18 09 67
datis-conseils.fr



□□□□ PORTRAIT

Capucine Carrot □□□□ Social Media Manager

MÉDIAS SOCIAUX : DOMINEZ-LES OU RESTEZ À L'ÉCART

Pour beaucoup de gens, il est parfois difficile de comprendre ce que peuvent apporter les métiers liés aux réseaux sociaux au sein d'une entreprise. Ces missions, souvent trop vite confiées à la stagiaire, ont pourtant un impact non négligeable lorsqu'elles sont prises au sérieux et surtout, lorsqu'une vraie stratégie est mise en place. Confiriez-vous votre comptabilité à votre neveu de sixième ? Capucine va vous expliquer en quoi les médias sociaux ont des choses à vous apporter.

Bonjour Capucine, qui es-tu ?

Je m'appelle Capucine Carrot, j'ai 31 ans et je suis Social Media Manager indépendante. J'habite à Mulhouse et je suis fière de ma ville où je suis née et où j'ai toujours vécu. Je pratique le foot féminin depuis que j'ai 10 ans, même si en ce moment, une blessure à la jambe m'empêche d'être sur le terrain. Le foot féminin a super bien évolué, à mon époque ce n'était pas autant démocratisé. En ce qui concerne mes études, j'ai un cursus plutôt traditionnel. Après mon bac, j'ai fait un master à Strasbourg en communication avec une option digitale, le tout en alternance chez EDF hydraulique.

Cet aspect est important car cela m'a permis de gagner en expérience sur le terrain. Les employeurs demandent d'ailleurs très souvent de l'expérience, ce qui ne rend pas la tâche facile aux jeunes qui sortent de l'école. Strasbourg m'a permis de connaître les grandes villes, EDF m'a permis de découvrir la structure d'un grand groupe. Je suis ensuite revenue à Mulhouse où j'ai effectué un an en tant que salariée avant de me mettre à mon propre compte.

Quel est le rôle d'un Social Media Manager ?

Mon métier a pour but de m'occuper de la stratégie et de la présence des entreprises sur les réseaux sociaux, de l'image à la création de contenu, en passant par la rédaction de textes, la prise de photos, la réalisation d'illustrations et de tout ce qui englobe la visibilité d'une entreprise.

Comment gagne-t-on de nouveaux clients via les réseaux sociaux ?

C'est une excellente question. On entend beaucoup de choses sur ce sujet. Il faut bien comprendre que Facebook, Instagram, LinkedIn, X, Tik Tok et toutes ces plateformes sont un média à part entière, au même titre que la radio, la presse ou la télévision. C'est surtout un support gratuit qui permet de toucher un public et donc de faire connaître

son entreprise et son offre. Cependant, c'est un outil saturé. Il y a deux moyens de percer les lignes et d'être visible. Le premier consiste à déposer une somme gigantesque sur la table, le deuxième consiste à avoir une stratégie d'acquisition. Et c'est là qu'il faut comprendre que les réseaux sociaux fonctionnent selon certaines règles. La publicité telle qu'on la pratique à la télévision, par exemple, n'aura pas le même effet. C'est un média qu'il faut penser différemment. Nous n'allons pas nous demander ce que nous, entrepreneurs, avons envie de voir, mais plutôt nous mettre à la place du client et nous demander ce qu'eux aimeraient voir. La réponse est rarement : de la publicité. Il s'agit donc de les toucher par d'autres vecteurs, avec d'autres codes et un autre type de message. A cela s'ajoutent les contraintes liées aux algorithmes qu'il faut également satisfaire et le fait que ce média évolue en permanence, ce qui nous oblige à rester en veille permanente pour suivre les tendances.

Aujourd'hui, la moindre entité, qu'il s'agisse d'une mairie, la charcuterie du village et jusqu'à la multinationale, tout le monde est sur les réseaux sociaux. S'i l'on cherche à être visible, il va falloir sortir du lot. Ça passe par le choix du message, du format (vidéo, réel, story, etc...) ou du visuel... Chaque détail aura un impact sur le résultat de notre campagne. Certains contenus, comme les stories ou les réels, ont une portée éphémère de 24h. Ce serait long d'entrer dans les détails, mais je finirai en disant que sans stratégie, on prend le risque d'aller nulle part, car tout le monde cherche à exister sur les réseaux. Seuls ceux qui savent se différencier y parviennent.

Beaucoup d'entreprises affectent cette tâche à une personne en interne, souvent non formée. Cela signifie-t-il que tout le monde peut le faire ?

N'importe qui peut ouvrir un compte sur les réseaux, prendre des photos, faire des vidéos et poster des publications. Je suis quotidiennement confrontée à cette vision du métier. La question est de savoir quel est le

résultat attendu. Confieraient-ils leur comptabilité et leur stratégie financière à leur cousin sous prétexte qu'il a une calculatrice ? Je caricature, mais je pense simplement que beaucoup d'entreprises, principalement de petite taille, ont encore une méconnaissance de ce métier et de ce que nous avons réellement à apporter. Ce n'est pas un jugement de valeur, je comprends qu'ils puissent considérer que leur présence sur les réseaux sociaux ne soit pas une priorité dans leur budget, mais ils se trompent. Ma génération et celles qui suivent sont extrêmement connectées et beaucoup d'entreprises réalisent aujourd'hui beaucoup plus de business par le biais de ces canaux de communication. Les grands groupes l'ont compris depuis longtemps et toutes les grandes marques ont misé dessus dès le départ. Ils savent pourquoi.

Il y a effectivement tout ce travail d'éducation, souvent propre aux métiers de la communication. Ce secteur est très souvent mis de côté en période de crise, ce qui est au final une erreur. Cela reviendrait à dire : nous sommes en difficulté, c'est le moment d'arrêter d'être présents et visibles. Bien entendu, communiquer représente un budget, et pas uniquement sur les réseaux sociaux, mais simplement parce que c'est du travail. Nous ne sortons pas les prix de notre chapeau, concevoir et réaliser du contenu de qualité demande beaucoup de temps. C'est également la raison pour laquelle très peu d'entrepreneurs arrivent à le faire. Nous parlons d'entreprises, mais je peux également citer les associations sportives, culturelles ou autres.

Il est également important de préciser que la communication n'est pas une baguette magique. Notre métier est d'amener les gens à connaître une entreprise et à passer le pas de la solliciter si elle est convaincue de son offre. Et c'est là que je veux en venir. Si le service, la prestation ou l'offre ne sont pas à la hauteur, la publicité n'y changera rien. C'est un aspect qui n'est pas toujours évident à entendre, mais on juge les retombées de la communication par le nombre ou la qualité des personnes ciblées, pas par le chiffre d'affaires.

Quelle est la différence entre un Social Media Manager et un Community Manager ?

L'anglicisme de ces deux termes rend parfois la chose incompréhensible pour les gens. Il y a tout d'abord l'aspect théorique. Il faudrait plus parler de créateur de contenu et de gestionnaire de communauté. Le Community Manager est là pour gérer une communauté, c'est-à-dire qu'il va répondre aux messages ou publier du contenu qu'il a créé. Le Social Media Manager va avoir une approche stratégique globale, c'est-à-dire qu'il va définir un plan d'action précis sur la base d'objectifs clairs, vus avec le client. Il va faire appel à un créateur de contenus (un graphiste ou un Directeur Artistique), à un influenceur, à un photographe, ou à un vidéaste. Sa mission reste le pilotage. Par exemple, j'ai une personne en alternance qui s'occupe de toute la partie gestion de communauté. Aujourd'hui, je désire créer une première agence 100% médias sociaux à Mulhouse et m'entourer de toutes les compétences citées précédemment. Il en existe à Paris, Lyon ou Strasbourg.

Je vais proposer à nos lecteurs un instant pédagogique, parce que, même si on entend ce terme dans beaucoup de discussions, beaucoup de gens ignorent encore ce qu'est un influenceur.

Il y a beaucoup d'idées reçues sur ce qu'est un influenceur. Il faut en premier lieu faire la différence entre les influenceurs télé et les micro-influenceurs dits locaux. Nous avons beaucoup entendu parler de la première catégorie, notamment avec des histoires de vente de faux produits, parfois défectueux. Il s'agit de deux mondes bien différents. Hormis pour les grandes marques, il est bien trop onéreux de travailler avec ces gens. Les micro-influenceurs sont, en revanche, un levier très puissant pour développer une marque. Il s'agit d'une personne qui va choisir un sujet dans lequel elle est compétente ou dans lequel elle a des choses à apprendre aux autres. Il peut s'agir d'automobile, de cuisine, de littérature, de santé, de cinéma, de culture, de sport, de politique, de finance, ou de n'importe quoi d'autre, ils sont ou deviennent experts dans le domaine et sont

capables de créer du contenu qui va générer un intérêt. Il n'y a aucune limite dans les sujets. Certains peuvent parler parfois d'un film ou d'une série télévisée pendant des heures et être suivis par des centaines de milliers, voir des millions de personnes. La qualité d'un influenceur réside dans sa capacité à être intéressant et sa faculté à fidéliser les gens qui s'abonnent. Etant spécialisés dans leur domaine, on peut les comparer à un programme télévisuel thématique avec son public. Sa régularité en fait un programme qu'on suit de manière journalière, hebdomadaire, mensuelle ou même annuelle. Il constitue un temps d'antenne et certains sont extrêmement bien payés. C'est là que se situe le coup à jouer pour les marques. La force d'un influenceur, c'est le ciblage, c'est-à-dire la faculté de rassembler une forte communauté autour d'un point d'intérêt commun. C'est comme si vous étiez capables de rassembler une énorme quantité de personnes qui aiment la même chose au même endroit, il ne reste plus qu'à payer l'influenceur, qui ne se rémunère pas la publicité, pour faire la promotion de votre

produit. Nous avons quelques influenceurs locaux très intéressants, chacun ayant sa spécialité. Mon travail est de me rapprocher d'eux et de réaliser ensemble une publicité pour valoriser mon client.

A Mulhouse, il y a par exemple No(émie) qui est une référence mulhousienne sur la thématique culinaire et avec qui j'échange beaucoup. Il y a également Julie sur le thème de la parentalité qui a également ouvert une boutique (Madame Lychee). Certaines entreprises ont misé tout leur plan de communication exclusivement sur cette stratégie et sont devenues des marques mondialement connues.

Entre influenceur et Social Media Manager, peut-on dire que vous êtes les nouveaux journalistes de web ?

C'est assez drôle comme question, puisque mes parents étaient journalistes aux DNA. Oui, je pense qu'il y a une grande similitude entre les deux professions. Toutefois, affirmer qu'il s'agit de la même chose, ce serait ne pas connaître le métier de journaliste. Maintenant, s'il on prend l'exemple de chaînes comme Brut ou Loopsider, ce sont des médias 100% en ligne qui relatent des faits d'actualité avec des gens qui sont en direct sur le terrain, mais ce sont des journalistes qui sont à la base du projet. Dans un sens, nous cherchons la même chose, donner de l'information, apprendre aux autres ce que nous avons découvert. Les réseaux sont avant tout un lieu d'échange. La course au follower n'est pas un but en soi. Il vaut mieux être suivi par 100 personnes qui manifestent un vrai intérêt pour ce qu'on publie que 100 000 personnes qui n'interagissent pas.

Article : Gilles Brauneisen

VOUS VOULEZ EN SAVOIR PLUS ?

La version intégrale de cette interview est disponible sur le site **openmag.media**



Capucine Carrot
Agence Comm'Une Fleur
hello@comm-une fleur.fr
+33 6 73 13 63 59
comm-une fleur.fr



NOUVEAU CLE

Découvrez-le chez
KROELY MULHOUSE



Mercedes-Benz



 **Kroely**

Mercedes-Benz Kroely Mulhouse

2 Rue de l'europe, 68390 Sausheim

03 89 61 89 61

Nouveau CLE Cabriolet | Consommations : 4,9-8,4 l/100 km (cycle combiné WLTP) ; Émissions de CO₂ : 128-192 g/km (cycle combiné WLTP). Nouveau CLE Coupé | Consommations : 4,7-8,2 l/100 km (cycle combiné WLTP) ; Émissions de CO₂ : 122-187 g/km (cycle combiné WLTP). Mulhouse B 518 874 540



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

REPAS SUR TABLE CEV

1/16E FINALE RETOUR CEV CUP - MARDI 12/11/2024 - 19H00
PALAIS DES SPORTS DE MULHOUSE

- 
- VOTRE PLACE POUR LE CHOC EUROPÉEN
 - UN REPAS 3 PLATS À TABLE
 - PRÉSENCE D'UNE JOUEUSE À VOTRE TABLE
 - UNE SOIRÉE INOUBLIABLE POUR VOUS

**À MULHOUSE,
OFFREZ-VOUS L'EUROPE !**

130€ HT
PAR PLACE

1 190€ HT
PAR TABLE DE 10



OPEN #04

THE SHOW MOST GO ON! UNE ÉDITION MAGIQUE À L'ED&N DE SAUSHEIM

C'est avec une immense fierté que nous avons été accueillis par l'Ed&n de Sausheim le 6 juin dernier pour organiser la quatrième grande soirée Open#04. Nous adressons nos sincères remerciements à Pierre-Jean Ibba pour sa confiance, ainsi qu'à toute son équipe pour leur soutien. Un remerciement tout particulier à vous tous pour votre fidélité et votre participation à ces moments d'exception. La soirée a rencontré un véritable succès, avec des interventions de grande qualité. Pierre-Jean Ibba a notamment présenté les événements "Le Bal d'Avent", qui auront lieu en décembre et offriront une opportunité précieuse aux entrepreneurs de partager un moment privilégié avec leurs clients, partenaires ou collaborateurs. Cédric Ehret a dévoilé les nouveaux modèles exposés (Nouvelle Smart#1, Nouvelle Smart#3 et Mercedes CLE coupé), tandis que Stefan Vrtikapa, fils de Michelle Kunegel, a représenté la société Kunegel, mise à l'honneur en couverture du quatrième numéro du magazine Open. Thomas Missemer et Sony Patierno ont représenté les Maisons Brand. Enfin, l'intervention marquante de René Hans (Capital Initiative) a su

captiver l'audience par sa pertinence et son dynamisme.

Organiser un événement à l'Ed&n, c'est avant tout penser spectacle. Nous avons eu la chance de pouvoir compter sur l'humour fin de Kewos pour animer la soirée. L'ambiance était également au rendez-vous avec l'installation de babyfoots, flippers et tables de ping-pong, le tout subligné par le talent créatif de notre Chef Lionel Rivet (La Cuisine de vos Envies). Mais ce qui a réellement rendu ce moment inoubliable, c'est votre présence. En attendant de vous retrouver pour de prochains événements Open, voici quelques photos de la soirée réalisées par Marie Adrian (photobymadi.com).



**RETROUVEZ
LES PHOTOS
DE LA SOIRÉE**

@Ma-Di



LOCATION DE BUREAUX DE 13M² À 24 M²

- Permanents ou temporaires
- Connexion au réseau fibre
- Situés à proximité des accès A35 et A36



LOCATION SALLES DE RÉUNION

- Salles de 18m² et 34 m²
- Connexion au réseau fibre
- Équipée d'un écran et d'un paperboard



DOMICILIATION D'ENTREPRISES

- Réception de colis et de courriers
- Boîtes aux lettres privatives
- Expédition du courrier sous 24h ou 48h



UN ESPACE DE BUREAUX & DOMICILIATION D'EXCEPTION À SAUSHEIM



**ACCÈS
PMR**

**PARKINGS
GRATUITS**

Conception : zechoz.com



LE TRIAXE

ZONE D'ACTIVITÉ SAUSHEIM

20 rue du Jura | 68390 Sausheim | **06 80 146 117** | letriaxe@gmail.com

letriaxe.com

FOURNISSEURS D'ÉNERGIES 100% ALSOCIENS ⚡ 🔥

UN ACCOMPAGNEMENT PERSONNALISÉ AVEC UN INTERLOCUTEUR DÉDIÉ POUR :

- ▶ VOS OFFRES D'ÉLECTRICITÉ ET DE GAZ NATUREL
- ▶ LA RÉALISATION DE TRAVAUX D'ÉCONOMIES D'ÉNERGIE
- ▶ LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE (ÉLECTRICITÉ VERTE, BIOMÉTHANE...)



ENERGIES.VIALIS.NET
03 89 24 69 56

ALSEN-ENERGIES.FR
03 89 24 69 30

L'énergie est notre avenir, économisons-la !