

DÉFENSE Manurhin confirme une très forte croissance

Manurhin a annoncé hier le résultat de son activité 2014. Les chiffres sont en adéquation avec les prévisions qui avaient été faites par Rémy Thannberger, président du conseil de surveillance de l'entreprise mulhousienne. Le chiffre d'affaires s'élève à 50,6 millions d'euros, en progression de 32 %. Le résultat d'exploitation s'affiche à 7 millions d'euros, en augmentation de 64 %. Le résultat net du groupe est en hausse de 58 %, soit 6,1 millions d'euros. « Les résultats enregistrés sur l'exercice 2014 sont parfaitement en ligne avec les prévisions de la direction », explique Rémy Thannberger, ils confirment la pertinence des choix stratégiques, la force du modèle économique et l'excellence du savoir-faire industriel 100 % « made in France » de Manurhin. L'entreprise, qui exporte 100 % de sa production, annonce un carnet de commandes de 114 millions d'euros au 31 décembre 2014.

ENTREPRISES Candidatures pour les trophées de l'innovation

DEPUIS 12 ANS, les Trophées Alsace Innovation sont soutenus par la Région Alsace et la CCI Alsace. Organisés par Alsace Innovation, ils visent à encourager l'innovation, à promouvoir des produits, procédés ou services innovants développés par les entreprises alsaciennes et à illustrer ainsi le potentiel d'innovation de la région. L'édition 2015 est officiellement lancée, et les porteurs de projet ont jusqu'au 15 avril pour déposer leur dossier de candidature. Comme en 2014, les Trophées Alsace Innovation sont portés en collaboration avec les pôles de compétitivité. Alsace BioValley, Fibres Energivie et Pôle Véhicule du Futur sont rejoints en 2015 par de nouveaux acteurs : Hydreos et la grappe d'entreprises Pôle Textile Alsace. Cette année, l'appel à projets et le dossier de candidature se feront selon six approches thématiques possibles, chacune dotée d'un prix : Santé, Bâtiment et Matériaux durables, Mobilités, Eau, Textile et « généraliste ». Les analyses des projets innovants et avis structurés sont assurés selon la spécificité des dossiers soit par Alsace Innovation soit par le pôle concerné. La sélection des projets se fera en commun et le jury de sélection des lauréats sera composé des membres de chaque filière, d'Alsace Innovation et d'experts comme Bpifrance et l'INPI.

Calendrier

15 avril 2015 : Clôture des inscriptions et présélection. 8 septembre 2015 : Jury régional
22 octobre 2015 : Cérémonie de remise des Trophées aux lauréats. Inscriptions et dépôt des dossiers de candidatures jusqu'au 15 avril 2015 sur www.concours-alsaceinnovation.com Alsace Innovation. © 0389 366750, contact alsaceinnovation.eu

L'AGENDA ÉCONOMIQUE

STRASBOURG

Gestion des eaux pluviales

► **JEUDI 9 AVRIL.** Le pôle de compétitivité Hydreos organise une journée technique sur le thème « Gestion des eaux pluviales à la parcelle : opportunités, solutions et innovations ». À partir de 8 h 30 à l'ENGEES, 1 quai Koch à Strasbourg. Renseignements et inscriptions : www.hydreos.fr

SCHILTIGHEIM Brasserie de l'Espérance

Heineken mise sur les arômes

Après une année 2014 qualifiée de très bonne, Heineken investit à la brasserie schilikoise de l'Espérance pour y produire une nouvelle bière blanche aromatisée qu'elle destine au marché français des grandes surfaces.

L'année 2014 a été un très bon cru pour les brasseries françaises en raison de la climatologie favorable et de la coupe du monde de football », a rappelé Pascal Sabrié, président de Heineken France, venu présenter hier la feuille de route 2015 de la brasserie de l'Espérance (195 salariés ; 1,1 million d'hectolitres produits en 2014). Ce contexte a tout particulièrement bénéficié à deux marques stratégiques produites à Schiltigheim, l'un des trois sites de production français du brasseur néerlandais (avec Mons-en-Barœul et Marseille). « La Heineken, dont la France constitue le second marché après les États-Unis, enregistre une croissance de 11 % des volumes vendus en grandes surfaces et la Desperados de 14,3 %. Leurs parts de marché ont continué d'augmenter sur ce circuit de distribution, respectivement de 0,7 et 0,4 point ».

Croissance de 11 % pour la Fischer

Avec sa bouteille relookée, sa nouvelle étiquette et ses deux nouvelles références à faible teneur d'alcool, l'emblématique bière Fischer, brassée exclusivement à Schiltigheim et distribuée dans tout l'Hexagone, a



La recette de la bière blanche Edelweiss que la brasserie de l'Espérance produit désormais pour le marché français vient d'Autriche. PHOTO DNA - CHRISTIAN LUTZ-SORG

également répondu aux attentes du groupe Heineken : l'opération de « relance » de la marque alsacienne s'est soldée par une hausse de 11 % des volumes l'an passé. « Un bon chiffre », a concédé M. Sabrié avant de détailler les « innovations » prévues pour l'année en cours. Outre la com-

mercialisation de la marque Heineken en bouteilles PET permettant de la servir entre zéro et deux degrés, pas moins de trente nouvelles références, dit-il, doivent être lancées sur le marché des grandes surfaces. Trois d'entre elles, commercialisées sous la marque Edelweiss, sont produites par la brasserie

de l'Espérance. « Cette marque est déjà distribuée dans le réseau des cafés-hôtels-restaurants où elle fonctionne bien. On va désormais proposer trois références aromatisées respectivement aux herbes des Alpes, aux fruits des bois et à la fleur de sureau, aux zestes d'agrumes et au miel », confie M. Sabrié.

Recette originale autrichienne

La recette originale de l'Edelweiss vient d'Autriche où elle est produite près de Salzbourg par l'une des brasseries du groupe Brau Union Oesterreich acquis par Heineken en 2003.

« C'est une bière blanche non filtrée, de fermentation haute, obtenue à partir de malts d'orge et de blé, produits en France, et de houblon importé des États-Unis et d'Europe de l'Est », résume Stéphane Crepel, directeur de la brasserie schilikoise. Cette nouvelle marque au nom de fleur alpine vient enrichir l'offre domestique de Heineken sur le segment des bières rafraîchissantes qui a, observe M. Sabrié, « connu une croissance de 29 % l'an passé ».

Pour assurer sa production et sa distribution, le groupe a investi 1,4 million d'euros sur son site alsacien : « Il a notamment fallu adapter une ligne de conditionnement à la bouteille Edelweiss et mettre en place une nouvelle machine à packs pour l'emballage », explique le directeur de l'Espérance qui ajoute ainsi une cinquième marque phare à son portefeuille. ■

XAVIER THIERY

STRASBOURG Numérique

Le Shadok livré le 10 avril

Le Shadok, aussi appelé la « fabrique du numérique », ouvre ses portes à Strasbourg le 10 avril et sera inauguré la veille par la secrétaire d'État Axelle Lemaire.

ON ACCÈDE AU SHADOK par une volée de marches qui montent du quai du bassin Austerlitz, entre Neudorf et Esplanade, un nouveau cœur de Strasbourg. L'imposant bâtiment -l'ancien armement Seegmuller- vestige de l'ancien port, aujourd'hui réhabilité, abrite à gauche et à droite des restaurants, des écoles privées, des appartements. Le Shadok est au cœur de cet ensemble appelé Les Dock's, sur 2000 m² et trois niveaux.

« Une fabrique du numérique » : en fait un des lieux « totems » de la candidature alsacienne au label French Tech. Le parti pris du Shadok, appellation autorisée par les ayants droit de Jacques Rouxel, est de croiser la création culturelle, les usages numériques et l'innovation. Le même pari a donné naissance il y a quelques années aux appels à projets Tango et Scan, financés par l'Eurométropole et qui visent à susciter la collaboration entre développeurs, designer, graphistes et entreprises traditionnelles. On retrouve cette déclinaison inscrite dans le bâtiment même du Shadok : au rez-de-chaussée, un bar -le Sha'Com-, un espace de rencontre connecté et l'administration. À l'étage, un petit centre de documentation, un FabLab tenu par une douzaine d'architectes et designer de l'associa-



Le lieu sera ouvert 7/7 aux coworkers, en seconde partie de semaine au public. Ici l'espace de coworking. PHOTO DNA - CÉDRIC JOUBERT

tion AV.Lab (pour créer des prototypes avec des imprimantes 3D, par exemple), un plateau en L modulable de près de 700 m² pour des expositions et des « événements ». Enfin, au deuxième étage, un espace de coworking de plus de 230 m² et des studios pour la création audio et vidéo. « Il s'agit, confie la responsable du lieu, Géraldine Farage, de prendre le contre-pied du numérique froid et techno et d'offrir un éclairage sur le rôle des outils numériques dans la société ». L'espace de coworking sera animé par l'association Alsace Digitale, qui gère déjà la Plage digitale, de l'autre côté du bassin, où sont accueillis ponctuellement ou de manière plus durable une quarantaine de travailleurs indépendants et de toutes jeunes sociétés. « Le cadre est là, le contenu doit

être évolutif », confiait hier Roland Ries, le maire de Strasbourg. Ce sera un lieu de « fertilisation croisée », ajoutait Catherine Trautmann, vice-présidente de l'Eurométropole, où se côtoieront entreprises créatives, acteurs culturels et toutes sortes de porteurs de projets utilisant les ressources du numérique. Le lieu, ouvert 7/7 pour les

coworkers et en deuxième moitié de semaine pour le public, est géré en régie. Six personnes y travailleront. La création du Shadok a représenté un investissement de près de 6,5 millions d'euros pour la Ville de Strasbourg et l'Eurométropole, financés à hauteur de 1,6 million d'euros par l'État (programme d'investissements d'avenir). ■

CHRISTIAN BACH

VISITES GUIDÉES LES 10 ET 11 AVRIL

Axelle Lemaire, secrétaire d'État chargée du Numérique est attendue le 9 avril pour l'inauguration du Shadok. Elle donnera peut-être son sentiment sur la candidature alsacienne au label French Tech, avant un déplacement de la mission du même nom, à Strasbourg, le 13 avril. Les 10 et 11 avril au soir (19 h à 0 h 30), ce sera au tour du grand public de découvrir le Shadok. Des groupes de 70 personnes pourront visiter le lieu -et l'exposition de Luc Schuiten sur Strasbourg dans 100 ans- à l'occasion de « séances déambulatoires ». Des animations seront proposées dans et aux abords du Shadok. Musique électronique expérimentale, démonstrations au FabLab, illustrations du coworking, jeux vidéos en immersion... L'inscription est indispensable sur shadok.strasbourg.eu.

STRASBOURG MediaSchool Group crée SupDeWeb

APRÈS AVOIR CRÉÉ à Strasbourg l'European Communication School (149 élèves) et plus récemment l'Institut européen de journalisme (14 élèves), MediaSchool Group a annoncé la création d'une troisième formation. SupDeWeb, qui sera dirigée comme les deux premières par Luc Buckenmeyer. Cette nouvelle formation du groupe d'enseignement supérieur privé, qui accueillera une dizaine d'étudiants en septembre, parie sur le dynamisme du secteur numérique, où les métiers gagnent en importance au fur et à mesure que les entreprises intègrent les usages et stratégies digitales. SupDeWeb proposera une formation en alternance ouverte à des Bac + 3. Le recrutement est ouvert déjà et se fait sur entretien et test écrit de deux heures. C'est la culture web, la connaissance et la maîtrise des usages numériques qui sont évaluées. Les deux diplômes (Bac + 4 et Bac + 5), qui seront certifiés au bout de trois ans d'existence comme le veut la procédure française, prépareront aux métiers de la gestion des réseaux sociaux, de chefs de projets digitaux, du marketing digital, de l'e-commerce et du m-commerce... Les étudiants passeront quatre jours sur cinq en entreprise et suivront 400 heures de cours par année scolaire (entre septembre et juin). Les droits de scolarité se montent à 6200 euros.

► Renseignements 03 88 36 37 81, info@supdeweb-strasbourg.com.