

ROUFFACH

Mahle-Behr France: la CFDT réagit

Après l'annonce du PDG de Mahle-Behr France, Fernand Gouth, de sa volonté de robotiser ses usines et de réduire les effectifs pour retrouver la compétitivité (DNA du 24 juin), la CFDT ne décolère pas. « Il y a trois ans, pour baisser les coûts de main-d'œuvre, on a tout accepté : gel des salaires, perte de cinq jours de RTT par an... Mais les nouveaux contrats promis ne sont quand même pas rentrés », s'insurge Sabine Studer, élue CFDT au comité d'entreprise. « D'ici 2018, ils veulent robotiser l'usine et supprimer jusqu'à 450 postes, soit la moitié des effectifs. Nous ne l'accepterons pas », fulmine Françoise Kuenemann, déléguée syndicale CFDT. « Il y a trois ans, l'accord devait sauver l'emploi. Là, les salariés se rendent compte qu'ils ont fait des efforts et qu'on va quand même les mettre dehors... ». Aujourd'hui, la CFDT attend de sa direction des informations avant le CE extraordinaire du 23 juillet et une table ronde avec les élus et le sous-préfet, « pour obtenir des engagements que l'entreprise sera aidée pour sauver l'emploi et pas pour financer des robots ».

M.M.

DISTRIBUTION

La Nouvelle Coop lance sa communauté

La Nouvelle Coop créée par Paul Adam et Henri Ancel sur les ruines de Coop Alsace lance sa communauté de « consommateurs ». Ce petit réseau a choisi de dédier ses quatre magasins (Diebolshheim, Benfeld, Ernolsheim-sur-Bruche et Strasbourg-Robertsau) aux produits régionaux de qualité, issus de circuits courts, cultivés dans le respect de l'environnement. Il entend ainsi « proposer une véritable alternative de consommation responsable face à la grande distribution » et « faire prendre conscience au consommateur du fait que son acte d'achat est particulièrement engageant et qu'il ne doit pas être pris à la légère ». Soucieuse « de mettre le consommateur au centre de sa réflexion », la Nouvelle Coop leur propose de prendre la parole. La communauté qu'elle vient de créer lui permettra de recueillir leur avis et veut leur « permettre de réfléchir à leur propre démarche en matière d'alimentation ». Après l'inscription, les consommateurs pourront participer aux discussions (sur des thèmes comme la sécurité alimentaire, le respect des producteurs, les certifications de qualité, la vérité sur les méthodes de fabrication, la sincérité de l'étiquetage, la traçabilité des produits, etc) et gagner des bons d'achat « en fonction de la qualité de leurs contributions », explique la Nouvelle Coop dans un communiqué. <http://consommateur.edeninsight.net/>

OFFENBOURG

Hansgrohe s'agrandit

Le fabricant de systèmes de douches et de robinets Hansgrohe dont le siège est à Schiltach (Forêt-Noire) investit 30 millions d'euros dans l'extension de son centre logistique implanté depuis 1990 à Egelsweier, près d'Offenbourg. La construction de deux nouveaux bâtiments va permettre de doubler la surface de stockage disponible (9 000m²), mais également d'améliorer les délais de livraison. En 2014, le groupe familial qui possède une usine à Wasselonne (Bas-Rhin) et emploie près de 3 600 salariés à travers le monde a réalisé avec ses marques Axor, Hansgrohe, Pharo et Pontos un chiffre d'affaires de 874 millions d'euros (+ 4%).

STRASBOURG Communication

Elum Concept prend de la hauteur

Elum Concept vient de faire son entrée sur le marché de l'aéronautique. Cette petite entreprise strasbourgeoise, spécialiste des solutions électroluminescentes, a développé un système de marquage pour Safran, qui a été dévoilé au dernier salon du Bourget.

L'essai a eu lieu la nuit du 8 juin dernier sur un A380. Pour la première fois, un marquage électroluminescent – affichant le logo Airbus – a été testé sur un avion en vol. Avec succès. Aircelle, la filiale du groupe Safran qui a fait breveter ce système, a ainsi pu « démontrer sa luminosité, sa clarté et sa lisibilité, confirmant son exceptionnelle visibilité à différentes distances et dans des conditions variées », se félicite-t-elle dans un communiqué. Cette réussite est également une source de fierté pour Mathieu Flecksteiner et Maxime Guhmann, les deux associés d'Elum Concept. Et pour cause : ce sont eux qui ont développé cette innovation, « aboutissement de trois ans de travail en étroite collaboration avec Safran », précise M. Flecksteiner, directeur de projet.

Publicité animée intégrée

Ce nouveau marquage n'a en effet plus grand-chose à voir avec les affiches, les stickers, les bâches et autres kakemonos électroluminescents que la petite société strasbourgeoise conçoit et commercialise depuis sa création en 2010, même si le principe reste le même. Toutes ces solutions sont le produit de l'assemblage de différentes couches de métal, de poudre de phosphore et de matériaux isolants qui forment une feuille souple et flexible d'un millimètre d'épaisseur.

Reliée à un boîtier électrique, elle permet de réaliser des effets lumineux dynamiques. « Nous avons découvert cette technologie lors d'un voyage en Chine. À l'époque, elle n'existait pas en France. Nous nous sommes dit qu'elle présentait un réel intérêt, tant dans le domaine publicitaire que dans la sécurité », raconte M. Flecksteiner. Depuis, les deux associés l'ont adaptée pour réaliser des supports publicitaires, des équipements de signalétique, des équipements de protection (gilets de sécurité, casques, T-shirts, etc) et des outils de communication pour des professionnels de l'affichage, des constructeurs automobiles, des équipementiers sportifs, des collectivités territoriales, des chaînes de télévision, et de nombreuses grandes marques. « Nos clients nous fournissent un visuel et nous lui proposons des maquettes animées que nous adaptons ou intégrons sur le support de son choix », explique Mathieu Flecksteiner.

Composants compatibles pour l'aéronautique

Pour Safran, ils sont allés beaucoup plus loin. « Le groupe nous a contactés il y a trois ans pour réaliser un support lumineux pour les avions. Le projet nous semblait alors un peu utopique », reconnaît le directeur du projet. Depuis, Elum Concept a travaillé en collaboration avec les équipes du constructeur de nacelles pour les moteurs d'avions pour faire évoluer ses panneaux – fabriqués en Asie – sur la base de leurs préconisations. « Il a fallu adapter les compo-



Arcelle a testé, le 8 juin dernier, le marquage électroluminescent - affichant le logo Airbus - conçu par Elum Concept. DR MASTER FILMS/H. GOUSSÉ

sants pour les rendre compatibles aux exigences de l'aéronautique, les miniaturiser, s'assurer de leur résistance au kérosène, aux fluides ou encore à la foudre », résume M. Flecksteiner. Ces tests ont été réalisés par les équipes de Safran qui se sont aussi occupés des homologations. Résultat : « Le produit final, breveté par Aircelle, est plus résistant, plus puissant en luminosité, et plus fin. Il mesure à peine 370 microns d'épaisseur ». En fait, « nous avons repoussé les limites de l'électroluminescence », souligne l'entrepreneur strasbourgeois.

L'innovation a été présentée la semaine dernière au salon aéronautique du Bourget. Elle « a suscité un fort intérêt des compagnies aériennes », a constaté M. Flecksteiner. Elle leur permettra en effet « d'apposer leur logo sur les nacelles, le fuselage ou l'empennage de leurs avions, et de le faire clignoter au moment du décollage et de l'atterrissage ». Elles pourront faire de même avec de la publicité. Ce nouveau développement qui « nous ouvre les portes de l'intégration de produits » va permettre à la petite entreprise strasbourgeoise de s'attaquer à de nouveaux marchés comme

le ferroviaire ou les transports en commun. Il va donc favoriser sa croissance déjà très forte depuis deux ans (350 000 euros de chiffre d'affaires en 2014, 600 000 euros en 2015), et lui permettre de faire des projets. Mathieu Flecksteiner et Maxime Guhmann vont très rapidement quitter leurs locaux actuels dans lesquels ils sont à l'étroit, recruter deux personnes et, pourquoi pas, « créer une petite unité de production de panneaux électroluminescents » qui serait alors la première en Europe. ■

ODILE WEISS

CERNAY Plan de sauvegarde de l'emploi chez Trelleborg

La grève dans la balance

Depuis lundi, à Cernay, 90 % des salariés de Trelleborg (consommables offset pour l'imprimerie) sont en grève. Confrontés à un plan de sauvegarde de l'emploi (PSE) touchant 50 des 126 postes de l'entreprise, ils revendiquent des conditions de départ dignes.

ANCIENNEMENT Rollin puis MacDermid, l'entreprise a été rachetée par le suédois Trelleborg en 2008. En 2010, un premier PSE avait vu le départ de 97 salariés. Depuis le 18 mai, un second plan de sauvegarde de l'emploi est ouvert. Celui-ci vise à permettre la fermeture de deux des quatre ateliers en activité sur le site de Cernay : la fabrication de mélanges caoutchouc serait déplacée en Italie pour y être externalisée ; la production de manchons offset serait, quant à elle, définitivement supprimée. Des stratégies qui impacteraient une cinquantaine de salariés. Dans le cadre des négociations liées à ce PSE, l'intersyndicale CFDT/CFTC/CFE-CGC a posé ses conditions. Pour les congés de

reclassement, 15 mois pour les moins de 50 ans et 18 mois pour les plus de 50 ans – 80 % des personnels visés par le PSE ont plus de 50 ans. La direction a proposé sept et neuf mois. Le désaccord porte également sur l'allocation temporaire dégressive, les délégués du personnel demandant 400€ sur 24 mois, la direction voulant se limiter à 200€ sur la même période. Enfin, malgré près d'une vingtaine de réunions depuis six semaines, les négociations continuent également à achopper sur la prime supralégale.

Le choix du débrayage

Hier, alors que les négociations venaient de reprendre, l'usine était toujours complètement arrêtée. Devant les grilles, les grévistes expliquaient le choix du débrayage : « La clôture du PSE est programmée le 21 juillet, il est temps d'avancer. » Si ce mouvement est motivé par la volonté des salariés de permettre aux personnes visées par le PSE de partir dignement, il répond aussi aux craintes de ceux qui vont certes rester,



Les salariés de Trelleborg ont entamé un mouvement de grève depuis lundi. PHOTO DNA - F. STENGER

mais qui se demandent dans quelles conditions. En effet, un changement de convention collective serait à l'étude, et des accords pour-

raient être dénoncés, privant les salariés des acquis obtenus (13^e mois, prime de vacances, 35 heures, heures supplémentaires...). Des perspectives

d'autant plus difficiles à accepter pour le personnel que Trelleborg a réalisé des résultats records en 2014. ■

FRÉDÉRIC STENGER