

(Suisse) puis à Fribourg (Allemagne). Les entrepreneurs rêvent aussi d'un KM3 aux Etats-Unis, d'un KM4 à Pékin... même si on n'en est pas encore là.

«*Mettre un pied dans un des KM permettra à une entreprise d'être simultanément présente partout, des bureaux lui seront automatiquement réservés dans chaque quartier numérique. D'ores et déjà, des sociétés suisses et allemandes sont prêtes à s'investir*», s'enthousiasme Romain

Les entrepreneurs rêvent d'un KM3 aux Etats-Unis, d'un KM4 à Pékin... même si on n'en est pas encore là.

Spinali. A l'entrée de chaque KM, un écran géant affichera en temps réel l'ensemble des projets à l'étude partout dans le monde. «*Car c'est en travaillant en réseau et de manière renforcée, coordonnée, que nous nous développerons.*»

«**PESER.**» Même analyse pour Patrick Rein, président de l'entreprise mulhousienne Activis, dont l'activité consiste à générer du trafic qualifié sur les sites web. La stratégie à l'international du KM, Patrick Rein l'a expérimentée à l'échelle de sa société. Et elle a fait recette. Créée en 2000, la société affiche aujourd'hui un chiffre d'affaires de 4 millions d'euros avec 200 clients aux quatre coins du monde. Du coup, «*pour s'ouvrir de nouvelles portes*», il envisage de s'installer au KM0, ayant déjà mesuré les bénéfices

«*d'intégrer un réseau*»: l'allemand Yamondo qui met en relation des agences de marketing en ligne de toutes nationalités. Car il en est lui aussi convaincu: «*Pour peser à l'international, il faut se fédérer.*»

Dès le lancement de sa boîte, Patrick Rein a ouvert des bureaux à Bâle et à Fribourg; Paris et Dublin ont suivi. Puis il s'est efforcé de recruter des salariés de plusieurs pays: un Américain, un Japonais, un Chinois, un Ecossais, un Ouzbek, une Allemande... «*Maîtriser la langue ne suffit pas, il faut connaître la mentalité d'un pays, la culture, les habitudes du client*», explique le président de l'entreprise.

Lorsqu'Activis n'a pas l'expertise d'un marché étranger, elle sollicite Yamondo, pour faire appel à d'autres entreprises d'e-marketing. Comme demain au sein de l'écosystème KM0, on y partage ses connaissances, compétences, on échange sur les outils, les expériences. «*Yamondo est une idée germanique!*» insiste Stefanie Keller, l'Allemande de l'équipe Activis qui raille la «*France championne de la bureaucratie*».

«*En fait, l'ambition ne manque pas en France, mais tout est centralisé, tout passe par le siège de l'entreprise à Paris alors qu'en Allemagne, les agences locales dans les Länder prennent des initiatives, s'organisent sans attendre les directives de la maison mère.*» C'est ce modèle décentralisé à l'allemande qui colle bien à l'ère numérique que KM0 compte répliquer à Mulhouse. ◆

CINQ JEUNES POUSSES PRENNENT RACINE

VIRTUALISATION D'APPLICATIONS, ÉVACUATION DE L'EAU... ON TROUVE DE TOUT PARMIS LES FUTURS PARTENAIRES DE «KM0».

Tour d'horizon de cinq entreprises alsaciennes qui ne voient que des avantages à participer à l'aventure «Kilomètre 0» (KM0) à Mulhouse.

Systancia 50 salariés

Systancia est la seule entreprise française à faire de la «virtualisation d'applications» pour des hôpitaux, des grands groupes privés dans l'alimentaire, la distribution, la finance... Grâce au cloud, une application devient accessible même si elle n'est pas installée sur l'ordinateur ou le terminal de l'utilisateur. Au KM0 de Mulhouse, Christophe Corne, le dirigeant de cette PME à 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013, a été séduit par «*le cadre de travail*» et l'accès à la fibre optique. «*On sera aussi en prise avec des labos de recherche et des formations initiales de haut niveau en informatique pour nos recrutements, s'enthousiasme-t-il. Le KM0 est une opportunité. Vu tous les moyens qui y convergent et l'idée de développement à l'international des entreprises, c'est l'endroit où il faut être demain.*»

Première Place 9 salariés

«*Quel est le meilleur endroit pour cacher un cadavre? Sur la deuxième page de Google*», plaisante Olivier Zeller, dirigeant de Première Place, une agence

web spécialisée dans le référencement (300 000 euros de CA en 2013). Ses neuf salariés travaillent à dompter l'algorithme du moteur de recherche. «*Google devient de plus en plus complexe. Pour les entreprises, c'est difficile de maîtriser cette compétence en interne alors ils font appel à des agences comme la nôtre*», explique celui qui fait passer son savoir dans la licence «référéncieur et rédacteur web», une formation unique en France, ouverte en 2008 à l'IUT de Mulhouse. C'est là qu'il recrute. Et il espère qu'elle pourra en partie se délocaliser au KM0, comme son entreprise. «*Des métiers nouveaux émergent dans l'économie numérique, c'est une chance pour les jeunes et pour nous de pouvoir travailler demain au cœur de cette émulation.*»

L2E 7 salariés

Cette jeune pousse développe des applications web sur mesure pour les entreprises. Comme Amapi, un outil créé pour aider un maraîcher alsacien à gérer sa distribution de paniers de légumes. Des outils vendus ensuite à d'autres professionnels du secteur. Mais aujourd'hui, le patron de L2E (300 000 euros de CA en 2013), Sébastien Heitzmann, se sent un peu «isolé», et sa boîte «manque de place». «*Au KM0, on profitera d'un brassage, d'échanges, on pourra être en lien direct avec nos partenaires, les agences de référencement et les graphistes auxquels on fait régulièrement appel.*»

Inxmail 3 salariés

Envoyer 6 millions d'e-mails personnalisés d'un coup, c'est le service que propose Inxmail. «*Tout-ours à des personnes qui se sont volontairement inscrites sur un site*», précise le patron, Jonathan Daluz. Dans cette société spécialisée dans l'e-mail marketing, filiale d'un groupe allemand, ils sont trois, face à des concurrents qui comptent 200 salariés. «*Rejoindre le KM0 nous permettra de faire partie d'un pôle qui bénéficie d'une image innovante. La grappe est toujours plus visible que le grain de raisin*», souligne-t-il.

Ceta 20 salariés

C'est sur la partie Fablab du KM0 que lorgne Thiébaud Zeller, dirigeant de la Compagnie européenne techniques appliquées (Ceta, 2 millions d'euros de CA en 2013), une entreprise spécialisée dans l'évacuation d'eau. «*Comme beaucoup de petites industries, nous souffrons du prix trop élevé du ticket d'entrée pour le prototypage de nouveaux produits, alors que 90% de notre chiffre d'affaires provient justement de la commercialisation de ceux inventés par nos soins.*» Le Fablab correspond à son «*approche très empirique*». Et de décrire: «*Sans longues études en amont, on crée un prototype, on cherche l'erreur, on corrige, on en fabrique un autre.*» En s'associant aux entrepreneurs du numérique, il espère développer des «*objets connectés*»: des systèmes intelligents qui permettent de mesurer la consommation d'eau via le volume évacué, d'autres qui contrôlent automatiquement le débit de la chasse, la température au robinet, ou même qui analysent automatiquement les déjections à des fins médicales... Il espère distribuer ses produits «*dans toute l'Europe*».

N.Ro.

