



**OBJECTIF DE LUTZ :
CONSTRUIRE PLUS DE 80 MAISONS
À OSSATURE BOIS PAR AN**

LUTZ, A FOND LE BOIS

ENTREPRISES

Porté par la vague du BBC (bâtiment basse consommation), l'engouement pour la maison à ossature bois a décidé les charpentiers Lutz à en faire un pilier de leur activité. « Nous en construisons 10 à 15 chaque année jusqu'à présent, nous allons passer à plus de 80 par an », annonce le dirigeant Patrick Lutz. Le bois, la PME de Durlinsdorf, dans le Haut-Rhin, l'injecte aussi dans les murs, sous forme de fibres isolantes. Ce virage résolu couronne vingt ans de diversification vers les produits finis à partir de la scierie, toujours pourvoyeuse de la matière première, mais dont Lutz avait pressenti qu'elle ne suffirait pas à assurer l'avenir. Peu à peu, l'entreprise familiale s'est mise à construire des abris-jardins, des préaux, des gloriettes... Outre des maisons toutes prêtes, elle vend des charpentes en kit, à monter soi-même, une spécialité dont elle a été une pionnière. Les investissements sont incessants. Ils ont porté sur un séchoir, un centre d'usinage numérique et enfin un hall de production dédié à la maison bois. Patrick Lutz voit l'avenir avec optimisme. Il a embauché sept personnes en trois ans pour porter les effectifs à 45 personnes, dont cinq en bureau d'études. Cette année, le chiffre d'affaires augmentera de près de moitié, à six millions d'euros. Mais l'entreprise garde la tête froide et reste fidèle à son Sundgau natal, « au cadre de vie irremplaçable ». ■

Contact

► Lutz
Tél. 03 89 40 80 10 - www.maisons-bois-lutz.fr

MARQUE ALSACE : UNE ÉTAPE DÉCISIVE

STRATÉGIE

Comment exploiter au mieux le potentiel de l'Alsace tout en réduisant ses faiblesses ? C'est le sens de la réflexion sur l'attractivité de l'Alsace, initiée depuis janvier 2011 par Philippe Richert, Président du Conseil Régional. Il existe un modèle alsacien de savoir-être, de savoir-faire, de savoir-vivre, de savoir-rire. Mais il manque le faire savoir. Pourtant, dans de nombreux domaines - 35 secteurs environ -

l'Alsace touche à l'excellence, des pôles de compétitivité au patrimoine architectural et naturel en passant par l'événementiel (Noël en Alsace), mais l'offre n'est pas assez structurée ni en phase avec les attentes de la clientèle. Reste aujourd'hui à définir une stratégie de valorisation de l'Alsace avec messages et outils de communication. C'est tout l'enjeu des prochaines étapes du processus de création de la marque Alsace. Il s'agit de créer le « code de marque » et des outils de communication communs mais également de mobiliser les « ambassadeurs » de l'Alsace, d'amplifier le mouve-

ment fédérateur enclenché autour de cette marque en devenir. Plus de 400 personnes, dont de nombreux chefs d'entreprise, se sont déjà impliquées dans la définition de la stratégie de marque et d'attractivité qui doit être validée ces jours-ci par le comité de pilotage. ■

★ Contact Région

► Direction de la Communication
Tél. 03 88 15 69 80

PRIORITÉ JEUNESSE OPÉRATION SAC À DOS

La Région Alsace lance un appel à projets à destination des 18-28 ans résidant en Alsace depuis deux ans au moins. Le but est de les aider, sur le plan financier et logistique, à mener de façon autonome un projet d'intérêt général à l'étranger (solidarité, aide au développement, environnement, culture, social...). Tous les détails de l'opération « Sac à dos » sur le site www.priorite-jeunesse-alsace.eu où vous pouvez télécharger le règlement de l'appel à projets ainsi qu'un dossier de candidature. Les sélections seront opérées par le Parlement des Jeunes.

