

Patrick Rein, le stimulateur TIC de Mulhouse

Le patron d'Activis a initié un programme de recherche en e-marketing qui associe l'université de Haute-Alsace et 9 entreprises.



Si vous tombez sur une réunion à Mulhouse de chefs d'entreprises qui phosphorent sur les moyens de valoriser leur ville, Patrick Rein ne sera jamais loin. Non pas que le fondateur, en 2000, et toujours patron d'Activis appartienne à la catégorie des réseauteurs-nés. Mais son tempérament de créateur le porte à rejoindre les initiatives qui fédèrent les forces vives locales « pour montrer que Mulhouse et le Sud Alsace, ce n'est pas tout ce qu'on en dit de négatif, et cela ne se résume plus au textile, à la chimie, à la mécanique, voire à l'automobile ». Ceci sans déborder de son « statut » de représentant du monde économique. Pas étonnant, donc, que

Patrick Rein ait été l'un des géniteurs, en 2006, de Rhénatic. Cette association rassemble une centaine d'entreprises des technologies de la communication. « Sans qu'on s'en soit vraiment rendu compte, les TIC représentent 3 000 emplois dans la région de Mulhouse. Arrêtons de nous lamenter, nous n'attirerons pas de la sorte : moi, je n'ai pas envie d'acheter chez un commerçant qui se plaint tout le temps. » Le dirigeant a desserré les carcans universitaires pour provoquer la création de la première formation « référenceur Web » de France, une licence pro enseignée depuis

Avec le programme Cogifactory, P. Rein « veut apporter des indicateurs de mesure plus fiables sur le comportement de l'internaute »

septembre à l'IUT de Mulhouse. Petit à petit, le chef d'entreprise a rapproché ses centres d'intérêt de ceux de la communication et de la pub. Du fait de l'activité de sa PME, dont les 34 salariés de 8 nationalités se consacrent en premier lieu au référencement de sites Web, complétée notamment par l'e-business. Le lien se fait plus fort grâce à Cogifactory, le programme de recherche en e-marketing que Patrick Rein a initié l'été dernier. Il associe les compétences de l'université de Haute-Alsace et de neuf sociétés, dont Activis bien sûr, mais aussi Publicis-Koufra, rejoints par des spécialistes locaux du mash-up,

de la veille, de l'eye-tracking... « Dans ce domaine ô combien empirique du marketing en ligne, Cogifactory entend apporter des indicateurs de mesure plus fiables sur le comportement de l'internaute et la réputation en ligne à l'heure où blogs, forums et autres modes « non contrôlés » par les entreprises fournissent 50 % du contenu rédactionnel », expose Patrick Rein. Les champs sont si vastes et si peu défrichés que, pour la première fois à 45 ans, le dirigeant songe à se poser. Activis et Cogifactory vont mobiliser son énergie, sans préparer déjà le coup suivant, jure-t-il. **CR**