

Entreprises romandes &amp; Innovation Paraît chaque mardi

# L'horlogerie tire la croissance de Ceramaret

> **Industrie** Le sous-traitant neuchâtelois achève un cycle d'investissement de 20 millions

> Le groupe reste dans les chiffres noirs

Marie-Laure Chapatte

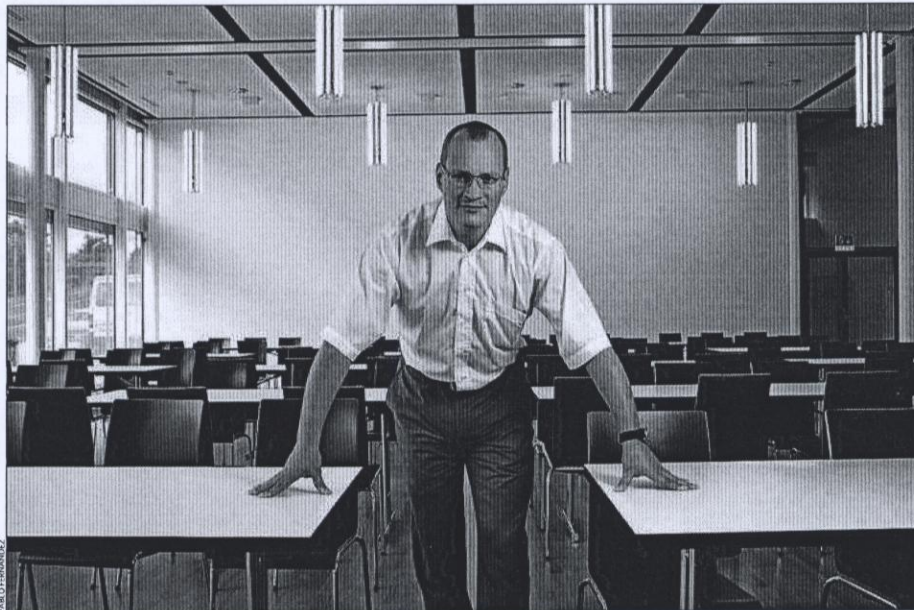
Le premier repas a été servi aux employés de Ceramaret hier, à Bôle (NE), dans un lieu spacieux, précisément ordonné et devant une vaste baie vitrée. Ce restaurant d'entreprise, enveloppé de verre comme les deux récentes extensions de production, constitue la touche finale d'un investissement de plus de 20 millions de francs planifié sur trois ans.

Ce spécialiste de la céramique et des matières dures (comme le rubis, par exemple) fabrique des petites pièces pour les instruments d'analyse (pistons et vannes à billes pour les pompes), l'horlogerie (levées, la partie de l'ancre sur laquelle vient buter la roue d'échappement) ou les imprimantes matricielles (guides aiguilles), par exemple. Avec ce nouvel outil, il s'offre de la réserve pour croître. «Nous comptons aujourd'hui 150 collaborateurs et avons dépassé les niveaux de 2007, mais nous avons dimensionné les bâtiments pour en accueillir 250 demain», explique

«Nous cherchons aujourd'hui à maintenir un équilibre entre nos différents secteurs d'activité»

Bastien Droz. Le dirigeant de 39 ans a repris en août 2011 les rênes opérationnelles de la société et de sa société sœur à Courtemaître (JU), le pierriste Maillard Frères, des mains de son propriétaire, l'industriel Martin Knechtli, qui reste administrateur unique.

Si ce sous-traitant a connu des exercices 2009 et 2010 difficiles, la société, grâce à sa diversification



Bastien Droz, le nouveau directeur de l'entreprise spécialisée dans la céramique et les matières dures. BÔLE, 1ER JUIN 2012

et sa présence mondiale, a pu rester dans les chiffres noirs. «Depuis, notre chiffre d'affaires continue de progresser de quelques pourcent chaque année, ce que nous devons absolument maintenir pour absorber les nouveaux frais liés aux infrastructures», poursuit Bastien Droz. Surtout que l'exercice 2012 a également été placé sous le signe de l'investissement, avec presque 2 millions de francs, mais côté machines cette fois. «Avec la force du franc, comme nous exportons près de 60% de notre production, dont un tiers en Allemagne, nous devons accroître notre efficacité», souligne le dirigeant.

Si l'entreprise familiale ne dévoile ni son chiffre d'affaires ni ses résultats, elle constate que l'horlogerie tire sa croissance aujourd'hui plus qu'hier. «Avec quelque 35% de nos ventes, ce secteur a fortement progressé, de plus de 10% sur quelques années. Ce n'est pas délibéré, au contraire,

puisque nous cherchons aujourd'hui à maintenir un équilibre entre nos différents secteurs d'activité, une recette qui nous avait permis de bien passer la crise de 2009», poursuit le directeur.

Depuis son arrivée il y a neuf mois, celui-ci réorganise la structure de l'entreprise – par exemple en séparant la logistique de la production – et se montre conscient que le défi de demain est dans la quête des nouveaux clients. «Jusqu'à présent, nous étions très orientés expositions. Comme nous n'avons pas de produit à vendre, mais un savoir-faire, nous étions un peu passifs. Nous devons gagner en productivité, par exemple en réalisant des études de marché.» Toujours dans l'esprit de diversifier les secteurs d'activité, en élargissant par exemple les domaines médicaux où Ceramaret pourrait apporter son expertise.

Centenaire depuis 2007, la PME neuchâteloise a une renommée, notamment dans la qualité (res-

pect des délais, suivi technique, accompagnement des clients). Bien qu'elle occupe un marché de niche, elle compte des concurrents américains, européens ou même chinois. Ceramaret doit continuer à se distinguer et ce restaurant d'entreprise colle à son image de marque. Beaucoup de PME font-elles cette démarche? La réponse de Laurent Barlet, coordinateur des projets chez DSR, prestataire choisi par Ceramaret pour exploi-

ter le restaurant: «Certaines PME ou entités avec quelques dizaines de couverts, il y en a, comme Unilabs à Genève, mais ce n'est pas très courant.»

Le propriétaire, Martin Knechtli (62 ans), n'a pour l'instant pas de plans pour la transmission de sa PME. L'an dernier, sa holding MK, qu'il détient avec son épouse Susanne, a vendu une de ses trois sociétés, celles actives dans les systèmes hydrauliques.

## En rubis ou en céramique?

Pourquoi les horlogers font-ils réaliser leurs levées et ellipses en rubis? «Par tradition», estime Bastien Droz, directeur de Ceramaret. S'ils optaient pour la céramique, ils obtiendraient le même aspect rouge translucide et les frais de production seraient divisés par deux.

Explication: le rubis est une pierre monocristalline, très dure, qui ne peut être mise en forme que par usinage à l'aide de diamant. La céramique, elle, polycristalline, est disponible sous forme de poudre, qu'il est très facile de presser à la forme voulue. M.-L. C.

## Le chiffre

# 140

Depuis 2007, la Fondation pour l'Innovation The Ark a soutenu près de 140 projets au sein d'entreprises valaisannes. L'innovation, l'un des principaux objectifs de The Ark, permet une réelle diversification de l'économie cantonale. «Ces projets ont de réels impacts sur la vie des sociétés. Certaines d'entre elles ont ainsi pu engager des collaborateurs supplémentaires, d'autres développer leurs affaires et ouvrir de nouveaux marchés», précise François Seppey, président de la Fondation The Ark. (LT)

## Radar

### CERN

Le CERN a adopté un nouveau dispositif de transfert de connaissances, dénommé CERN Easy Access IP. Son principe consiste en la délivrance d'une licence gratuite d'utilisation pour certaines technologies. «Il s'agit d'un outil pour optimiser la diffusion de notre savoir-faire, explique dans un communiqué de presse Giovanni Anelli, chef du groupe Transfert de connaissances du CERN. Nos technologies sont parfois à un stade de développement trop précoce pour qu'une entreprise prenne le risque d'investir en elles. En leur offrant un libre accès, nous voulons encourager nos partenaires à les évaluer et les commercialiser.» (LT)

### Logitech

Logitech et G24i, la société qui commercialise les cellules solaires inventées à l'EPFL par Michael Grätzel, ont lancé sur le marché un clavier d'iPad doté de telles cellules et capable de le recharger en cours d'utilisation. Les cellules solaires à colorant sont relativement peu coûteuses, mais elles sont surtout intéressantes pour leur finesse et leur efficacité. (LT)

### Hôtel des Horlogers

L'Hôtel des Horlogers du Brassus et Philippe Guignard ont mis fin à la collaboration qui les liait depuis 2005. L'exploitation de l'hôtel continuera d'être assurée par les responsables en place. (LT)

### Swiss Venture Forum

Les entreprises vaudoises Sensile Technologies et AttoLight ont été primées lors du récent Swiss Venture Forum (SVF) de Lausanne, dans la catégorie cleantech. En compagnie de neuf autres sociétés, elles sont sélectionnées pour l'European Venture Summit, qui aura lieu en décembre prochain à Berlin. (LT)

## Agenda

### Du 5 au 8 juin

Salon EPJH-EPMT-SMT. Salon dédié à la joaillerie, l'horlogerie, les technologies médicales et les microtechnologies. Lieu: Palexpo, Genève

www.epjh.ch

### Mardi 5 juin, 15h45

Actes Industries à l'occasion du salon EPJH-EPMT-SMT. Lieu: Palexpo, Genève

www.actesindustries.ch

### Mercredi 6 juin, 9h00

Centrales ARPEA-CREM: petites formes hydroélectriques. Lieu: Salle polyvalente, EPFL, Ecublens

www.crem.ch

## Blue-infinity se mue en agence globale

> **Services** La PME genevoise promet des vins à Hongkong

L'an dernier, Blue-infinity a ouvert un bureau à Hongkong. Aujourd'hui, la société de services informatiques genevoise y a réalisé un projet complet en se muant en agence globale pour le Domaine des Grands Vins de France. «En France, ils ont un réseau de revendeurs et, à Hongkong, nous avons monté une boutique de e-commerce, rebaptisée Signaturefrenchwines.com, explique Sonia Nair, senior manager chez Blue-infinity. Nous avons tout fait, de l'étude de marché à la promotion.» Pour ce projet, Blue-infinity a innové côté revenus puisque la PME genevoise se rémunérera en partie avec les ventes réalisées par le site.

Souignons que sur l'exercice en cours, la société genevoise, qui affiche un chiffre d'affaires d'un peu plus de 40 millions de francs, escompte réaliser 10% de ses ventes en Asie. M.-L. C.

## HyperWeek, le «mini-Facebook» genevois

> **Réseau** La start-up propose de remodeler Intranet. Elle vient de lever des fonds externes

Pour l'entrepreneur Raphaël Briner, fondateur de la société genevoise HyperWeek, Intranet est une formule désuète. «Nous voulons rendre le partage d'informations plus humain au sein des entreprises», résume-t-il. Sa start-up propose une sorte de «mini-Facebook» personnalisé selon les besoins des sociétés ou associations. Plusieurs d'entre elles utilisent actuellement ces réseaux sociaux à la carte, à l'exemple du Montreux Jazz Festival. Lancé début mai, plus de 500 collaborateurs de l'événement participent déjà à cette nouvelle plateforme pour échanger leurs expériences, suivre des instructions ou se donner des conseils.

### Levée de fonds

«Actuellement, nous avons une soixantaine de réseaux privés déployés et nous devrions en compter une centaine en 2012», prévoit Raphaël Briner, dont la société vient de lever un demi-million de francs auprès d'une dizaine d'investisseurs privés, réunis sur la plateforme Investire.ch.

HyperWeek gère également

des plateformes participatives publiques, à l'exemple de Notre-histoire.ch, dédiée aux archives de Suisse romande. Ce site favorise le partage de documents provenant avant tout de particuliers. Leurs documents sont complétés par des institutions impliquées dans la sauvegarde du patrimoine audiovisuel, des bibliothèques, musées, communes, cantons, entreprises ou associations.

Autre exemple: Velocosm.ch, conçue pour faire dialoguer tous les acteurs romands du vélo. «Celle-ci compte 200 membres et 1000 visiteurs par jour en un mois et sans promotion», souligne Raphaël Briner qui avait déjà en 2006 participé, avec des radios helvétiques, au lancement du projet participatif Mx3 permettant à n'importe quel musicien de créer son profil, de mettre en écoute sa musique et recevoir des commentaires.

«Nous sommes beaucoup plus structurés qu'une page Facebook, avec des catégories contextuelles, un moteur de recherche et un annuaire dédié. Pour les entreprises et les associations, qui communiquent sur des sujets sensibles,

Facebook reste trop ouvert et Google+ manque de souplesse», affirme l'entrepreneur. Concrètement, les clients testent gratuitement la plateforme et définissent leurs besoins. HyperWeek conçoit l'architecture du site qui évolue continuellement. Une fois la plateforme adoptée, plusieurs consultants mandatés par les clients dynamisent les commentaires et les interventions laissées sur les différents groupes.

### Chiffres rouges

Comment fonctionne le modèle économique d'un tel service qui prend en compte l'hébergement sur le «cloud», une adresse URL et des pages pour les membres? Le client paie en fonction du nombre d'utilisateurs inscrits. A savoir, 5 francs par mois pour des réseaux privés et 5 centimes par mois pour des réseaux publics.

«En 2012, nous devrions générer un chiffre d'affaires de 400 000 francs», prévoit le fondateur d'HyperWeek, une société qui n'attend toutefois pas encore les chiffres noirs.

Actuellement, la start-up em-

ploie cinq personnes à Carouge et cherche deux autres collaborateurs. Elle s'appuie aussi sur un réseau de distributeurs constitué d'une quarantaine de personnes.

### Plusieurs concurrents

«Nous voulons renforcer notre présence en Suisse allemande et visons également le marché français», précise Raphaël Briner qui possède la double casquette de graphiste et informaticien. Nous avons développé des versions mobiles pour tous les smartphones.

La société connaît plusieurs concurrents qui s'attaquent au travail collaboratif en société. Avec près de 100 millions d'euros levés depuis sa création, la société américaine Yammer se distingue avec ses 4 millions d'utilisateurs et des clients tels Deloitte, Ford ou Thomson Reuters. Toujours aux Etats-Unis, Jive, qui est parvenu à lever 120 millions de dollars en bourse, constitue un autre rival. En Europe, pour n'en citer que quelques-uns, HyperWeek affronte des sociétés telles Podio, reprise par Citrix, ou la société française BlueKiwi.

Ghislaine Bloch