

LE TEMPS

Willemmin-Macodel

Prix de
l'entreprise
romande
2020

La société jurassienne remporte la 9e édition
du Prix SVC Suisse romande, devant
Richard Mille et Infomaniak

Le Swiss Venture Club

félicite



1^{er} Prix

Willemin-Macodel SA
Delémont
Olivier et Patrick Haegeli
Directeurs généraux adjoints



2^{ème} Prix

Richard Mille Group
Les Breuleux
Dominique Guenat
CEO



3^{ème} Prix

Infomaniak SA
Genève
Marc Oehler
CEO



Diplôme

Boschung Groupe
Payerne
Gabriel et Marcel Boschung
CEOs



Diplôme

IMTF Group
Givisiez
Mark Büsser
CEO

www.svc.swiss

Follow us!



Partenaires Or



la Mobilière



pemsa group[®]

Sponsor principal II national



Sponsors et partenaires

Partenaire média

LE TEMPS

Willemin-Macodel, la crise pour berceau

EXCELLENCE Il y a un avenir pour l'industrie des machines en Suisse. Les frères Haegeli, propriétaires de la PME jurassienne, lauréate de l'édition 2020 du Prix SVC, en sont convaincus. L'exemplarité dont ils font preuve a séduit le jury



Willemin-Macodel cible en premier lieu des marchés de niche, toujours en quête de valeur ajoutée, cherchant «ce que les autres ne peuvent pas ou ne veulent pas faire». (PIERRE MONTAVON POUR LE TEMPS)

ALINE BASSIN
@BassinAline

Savoir naviguer par mauvais temps. Plus recherchée que jamais, cette aptitude fait partie du code génétique de Willemin-Macodel. C'est en effet sur fond de crise horlogère et de choc pétrolier que l'entreprise, sélectionnée pour la finale du Swiss Venture Club (SVC) 2020, a vu le jour à Delémont en 1974. Blaise Haegeli, son fondateur, avait alors à cœur de valoriser le savoir-faire industriel régional.

«Dès le début, il a voulu diversifier les marchés cibles, tant pour les produits que pour les pays», se remémore son fils Olivier, aujourd'hui à la tête de la société aux côtés de son frère Patrick. Une société qui, évidemment, n'est pas épargnée par la crise liée au coronavirus. Elle peut tout de même, grâce à cet héritage, se reposer sur un large éventail de clients pour écouler ses solutions avancées d'usinage, même si, notent les deux industriels, «les technologies médicales ont moins joué, jusqu'à présent, leur rôle d'amortisseur qu'en 2009».

Plus que des machines, des solutions

A ce stade, le mot machine n'a pas encore été prononcé, mais c'est bien dans cette industrie aujourd'hui malmenée qu'opère Willemin-Macodel. «Au terme machine, nous préférons celui de solution, précise Patrick Haegeli. C'est-à-dire que le client va venir nous voir avec une pièce à usiner et nous, nous allons lui proposer le meilleur outil pour y parvenir.»

Ce client, dont le nom sera toujours jalousement gardé secret, peut être issu du monde horloger, médical, dentaire, aéronautique ou encore spatial. Pas de l'automobile. «Nous nous sommes toujours refusés à nous y frotter. Trop fluctuant», lâche le copropriétaire de l'entre-

VILLEMING-MACODEL

Direction Patrick et Olivier Haegeli

Création 1974

Siège Delémont

Activité solutions d'usinage

Nombre de collaborateurs 380

prise toujours en mains familiales et qui, à ce titre, ne donne pas d'informations sur son chiffre d'affaires. Le fondateur préside le conseil d'administration, «c'est dire si les séances se déroulent souvent à midi autour d'une table», sourit son fils Olivier.

Derrière cette apparente décontraction se cachent des discussions de haut vol, tant l'environnement dans lequel Willemin-Macodel évolue est concurrentiel, avec une tendance «à se durcir et à se complexifier». Si la première fraiseuse mise au point il y a quarante-six ans avait su s'imposer dans un contexte difficile grâce à son caractère novateur, à sa capacité à proposer aux horlogers des formes complexes, elle a en effet, depuis, cédé la place à bien d'autres innovations.

A commencer par la machine-outil à commandes numériques apparue aux Etats-Unis dans les années 1960. Pour les milieux industriels, c'est elle qui marque le véritable premier pas en direction de l'informatisation de leur métier, les balbutiements d'une mue que le grand public découvrira cinquante ans plus tard sous le nom d'industrie 4.0.

Une révolution tout en douceur

La numérisation, l'entreprise Willemin-Macodel est donc tombée dedans enfant. «On ne peut simplement pas faire sans. Quand on m'interroge à ce sujet, je réponds toujours que c'est comme demander à un être humain de ne pas respirer», s'amuse Olivier Haegeli, ajoutant: «On va vers plus de communication, plus de données. Mais encore faut-il savoir comment les exploiter.»

Les machines développées sont donc encore loin des grandes usines robotisées vers lesquelles la technologie semble diriger l'industrie. D'autant plus que, comme c'est souvent le cas pour les PME suisses, l'entreprise va cibler en premier lieu des marchés de niche, toujours en quête de

valeur ajoutée, cherchant «ce que les autres ne peuvent pas ou ne veulent pas faire».

Ces solutions sur mesure, c'est sur le site de Delémont, où sont concentrées les activités de production, qu'elles seront concoctées. Pour ce faire, quelque 250 personnes et une vingtaine d'apprentis s'y activent. Ces équipes sont épaulées pour la vente et le service par une quarantaine de collaborateurs répartis dans des filiales italienne, indienne, états-unienne et russe.

«La numérisation, on ne peut simplement pas faire sans. Quand on m'interroge à ce sujet, je réponds toujours que c'est comme demander à un être humain de ne pas respirer»

OLIVIER HAEGELI

Mécaniciens de précision, ingénieurs ou techniciens, ces aficionados de la précision vont trouver le meilleur alliage fait d'automatisation et d'activités assistées manuellement pour fabriquer telle pièce pour une montre, une turbine ou une prothèse de hanche. Des exemples des quelque 150 solutions livrées chaque année? «Nous livrons cette semaine à un client étranger une cellule automatisée complète dédiée à l'usinage de kits de mouvements horlogers. Cinq machines et un robot collaborent entre eux pour toujours trouver le meilleur équilibre de production», répond Patrick Haegeli.

Une évolution qui exige aussi davantage de place, raison pour laquelle la société est en train de s'agrandir, toujours dans la zone industrielle ouest du chef-lieu jurassien. Dès la fin de l'année, 5000 mètres carrés supplé-

mentaires offriront plus d'espace pour opérer et innover.

Cette quête du meilleur, elle prend, au quotidien, surtout des allures «incrémentales», visant l'amélioration de l'existant plutôt que la rupture totale. Ce qui ne signifie pas que Willemin-Macodel boude la disruption, «contre laquelle on ne peut de toute manière pas aller», estiment les deux frères.

La révolution ne se trouve simplement pas toujours là où le béotien l'attend. «Il y a cinq ans, nous avons mis sur le marché une nouvelle

PALMARÈS

Classement 2020

Le concours organisé par le Swiss Venture Club récompense une PME qui s'inscrit dans la pérennité. Après une présélection et la visite des entreprises, le jury – composé de personnalités de l'économie romande et auquel participe Le Temps – a établi le classement suivant:

- 1 Willemin-Macodel
- 2 Richard Mille
- 3 Infomaniak
- 4 Boschung
- 5 IMTF

Les finalistes qui ne montent pas sur le podium sont classés ex aequo. Le prix, dont Le Temps est partenaire média, a été remis lundi 7 juin au Swiss Tech Convention Center de l'EPFL à Ecublens (VD). Les éléments qui ont permis d'établir le classement final résident dans l'originalité de la proposition de valeur, le modèle d'affaires, la technologie, les performances, les chiffres clés, la contribution à la vie régionale, la durabilité, la stratégie et la qualité de la direction. ■

4 Spécial innovation

«Les entrepreneurs se sont posé les bonnes questions»

ENTRETIEN La pandémie de covid a fait vivre aux PME suisses un test de résistance sans précédent. Martial Décoppet, responsable de la clientèle entreprises chez Credit Suisse pour la région Suisse romande, a été aux premières loges pour l'observer

ALINE BASSIN

@BassinAline

Agilité, résilience, capacité d'adaptation. Ces termes sont déclinés à l'infini depuis le début de la crise du nouveau coronavirus. Les cinq finalistes du Prix SVC 2020 les ont, eux, pratiqués au quotidien. Dans leurs secteurs respectifs, ils ont montré à quel point les PME pouvaient mettre à profit leur taille pour réagir et rebondir rapidement face à l'adversité. Responsable de la clientèle entreprises chez Credit Suisse pour la Suisse romande, Martial Décoppet a observé avec un intérêt teinté d'admiration la souplesse dont les PME ont fait preuve ces derniers mois.

Après 15 mois de pandémie, comment évaluez-vous la santé des PME romandes? Il m'est difficile de donner une réponse univoque puisque la situation varie évidemment en fonction des activités. Les secteurs tels que le tourisme, la restauration ou l'événementiel sont malheureusement fortement touchés. Pour le reste de l'économie, une fois le choc des premières semaines absorbé, les entreprises ont plutôt bien résisté. Grâce aux aides mises en place telles les RHT (réductions de l'horaire de travail), mais aussi parce que les patrons ont pris des mesures très rapidement pour maîtriser leurs coûts et assurer les liquidités. Cela leur a ensuite permis de se concentrer sur les mesures stratégiques à prendre.

INTERVIEW

Est-ce que d'autres secteurs moins attendus que celui de l'événementiel, des loisirs et des divertissements souffrent? Les jeunes start-up rencontrent des difficultés à lever des fonds parce que tout s'est arrêté pendant un moment du côté des investisseurs. Nous avons mis en place des prêts-relais pour leur permettre de passer le cap.

«Il faut garder la foi et l'enthousiasme. Si ces ingrédients sont réunis, la capacité d'innovation et d'adaptation des PME se confirmera encore et toujours»

Outre les crédits covid, est-ce que Credit Suisse met à la disposition des entreprises des outils spécifiques pour aider les PME? En sus des 3,3 milliards accordés au titre des prêts covid, Credit Suisse a mis en place un fonds de 500 millions de francs pour aider les entreprises clientes qui, en dépit d'un modèle d'affaires performant, ont des problèmes temporaires de liquidité.

Est-ce que la situation change votre évaluation du risque encouru? Notre approche est toujours adaptée en fonction du modèle commercial et de la situation individuelle de l'entreprise concernée. Nous essayons de faire preuve de



Responsable de la clientèle PME chez Credit Suisse pour la Suisse romande, Martial Décoppet a senti une forme de lassitude chez les patrons âgés. (FRANÇOIS WAVERE POUR LE TEMPS)

pragmatisme dans cette période qui reste inédite.

La capacité d'adaptation des PME a beaucoup été saluée durant la crise. Est-ce que leur force de résilience vous a surpris? Une fois le choc passé, j'ai trouvé tout à fait remarquable leur capacité à se remettre en question et à faire évoluer rapi-

dement certains points de leur business model. Les entrepreneurs se sont posé les bonnes questions. Aujourd'hui, l'industrie fait face à un nouveau challenge, à savoir celui des matières premières. Le secteur est confronté à des problèmes d'approvisionnement pour de nombreuses matières comme le plastique, le

métal ou l'aluminium. Cela fait renchérir les coûts de production et contraint les entrepreneurs, une fois de plus, à réagir.

Constatez-vous une accélération de la numérisation dans les PME romandes? Indéniablement. Le gros changement que je vois, c'est vraiment leur développement

rapide dans la vente par internet. Là, on a vraiment gagné trois à cinq ans. D'ailleurs, ce mouvement a permis au secteur de bien s'en sortir.

Est-ce au détriment d'autres investissements? La clé, pour certaines PME, est la rapidité du choix stratégique à opérer. C'est d'autant

plus crucial que les investissements sont conséquents. On parle souvent de l'intelligence artificielle et de la numérisation, notamment. J'ai personnellement en tête l'exemple d'une entreprise qui a décidé de diminuer sa dépendance aux sous-traitants étrangers et de rapatrier à l'interne une partie de sa production. Le processus a été accéléré par la pandémie et le retour sur investissement est très intéressant.

«Une conséquence dont on parle moins, c'est que la pandémie a entraîné une augmentation des successions ou des cessions d'entreprises»

Quel autre effet la pandémie a-t-elle eu? Une conséquence dont on parle moins, c'est que cela a aussi entraîné une augmentation des successions ou des cessions d'entreprises. Je rencontre des patrons qui me disent: «Je vends parce que l'année dernière, c'était trop dur.» Certains se sont dit que le moment était venu de trouver une solution pour transmettre le flambeau. Notre vocation étant d'accompagner les entrepreneurs tout au long de leur cycle de vie, nous les épaulons dans cette démarche.

Quel est, plus précisément, votre rôle dans ce processus qui, avec l'arrivée des baby-boomers à l'âge de la retraite, représente un enjeu majeur pour ces prochaines années? Tout à fait majeur. Nous faisons notamment de la mise en réseau. Credit Suisse a mis en place un desk pour les entrepreneurs, avec par exemple des anciens patrons qui sont intéressés à investir pour soutenir une reprise par des personnes qui n'ont pas forcément les fonds propres disponibles. Il est aussi dans l'intérêt de la banque d'assurer la pérennité de ces entreprises.

Vous évoquez la fatigue de certains dirigeants. Dans quel état d'esprit se trouvent aujourd'hui les entreprises, alors que les signaux se sont améliorés? Actuellement, le moral est bon parce que les carnets de commandes sont pleins et parce que les entreprises ont bien travaillé sur leurs modèles d'affaires pendant la pandémie. Elles ont limité les frais de voyage ou de marketing. Il y a maintenant un effet de rattrapage au niveau des chiffres d'affaires. La question est de savoir combien de temps cela va durer. Il faut en tout cas que la reprise soit pérenne.

Quelles sont, à vos yeux, les clés qui vont permettre à une PME de sortir renforcée de cette crise? En tout premier lieu: il faut garder la foi et l'enthousiasme. Si ces ingrédients sont réunis, la capacité d'innovation et d'adaptation des PME se confirmera encore et toujours. C'est inscrit dans l'ADN de tous les entrepreneurs à succès que je côtoie! ■

La marche du
monde, sur
[LeTemps.ch](https://www.letemps.ch)

A Moutier, la confirmation

Article publié le dimanche 28 mars 2021.

LE TEMPS

Moutier, le 28 mars 2021. La majorité des Prévôtois ont décidé de rejoindre le canton du Jura. C'est la fin de la Question jurassienne.
© Jean-Christophe Bott/Keystone

> **Profitez
des offres spéciales**
[LeTemps.ch/abonnements](https://www.letemps.ch/abonnements)



6 Spécial innovation

Changement de génération chez Richard Mille

HORLOGERIE La marque franco-suisse s'est créée une place à part sur la scène horlogère. Les deux fondateurs de Richard Mille sont en train d'en transmettre les rênes à leurs enfants

ALINE BASSIN
@BassinAline

«Je suis le représentant de la troisième génération de la famille Guenat. Celui, donc, qui était supposé liquider l'entreprise.» Vice-président de la marque Richard Mille, Dominique Guenat choisit l'humour pour évoquer le passage de témoin en cours dans son entreprise, finaliste du Prix Swiss Venture Club 2020. Une allusion à l'adage qui veut qu'après la création d'une société familiale la descendance directe fasse vivoter l'héritage avant que la troisième génération n'en devienne le fossyeur.

Rien de cela chez Valgine, qui conçoit et fabrique la marque Richard Mille, la manufacture horlogère dont l'industriel a pris les commandes en 1986. Il succédait à sa maman et à ses oncles,

ainsi qu'à son grand-père Ali Guenat. Fondateur de la dynastie, celui-ci avait racheté en 1900 un comptoir d'horlogerie des Franches-Montagnes, d'abord pour fabriquer de manière artisanale des montres gousset en argent ou en nickel.

Coup de pied dans la fourmière

Cent vingt ans plus tard, c'est une entreprise en pleine expansion, tout juste ralentie par la pandémie de covid, que Dominique Guenat transmet à sa fille Cécile et son fils Maxime. Ce duo est complété à Paris par Alexandre et Amanda, deux des enfants de Richard Mille. En s'associant au Français à qui la marque doit son nom, l'entrepreneur jurassien a ouvert avec l'avènement du XXI^e siècle un nouveau chapitre de l'histoire de son entreprise.

RICHARD MILLE

Direction
Dominique
et Cécile Guenat

Création 2001

Siège
Les Breuleux (JU)

Activité horlogerie
haut de gamme

**Nombre de
collaborateurs**
220



Boschung, fusion entre voitures et balais

TRANSFORMATION L'entreprise, installée à l'Aéropôle de Payerne, fabrique des véhicules de voirie et de déneigement depuis 1947. Mais les nouvelles technologies l'ont aussi transformée en prestataire de services pour les communes, cantons et aéroports

SERVAN PECA
@servanpeca

Une Tesla en version balayeuse. A peine arrivés au siège de l'entreprise Boschung, nous assistons par hasard à une scène un brin futuriste: le test grandeur nature d'un véhicule autonome. L'Urban-Sweeper S2.0 Autonomous, c'est son nom, zigzague prudemment entre les voitures parkées devant l'entrée. Cette balayeuse autonome est aussi électrique, comme sa grande sœur S2.0, actuellement le best-seller de Boschung.

On aperçoit pourtant un conducteur dans la cabine. Mais ce sont bien des capteurs qui pilotent. «Lui est seulement là pour vérifier que tout fonctionne bien», précise Emilie Boschung, la directrice marketing du spécialiste des engins de voirie et de déneigement. «Plusieurs de ces véhicules sont déjà en fonction aux Etats-Unis, en Chine, en Allemagne et en Suisse», ajoute-t-elle.

A l'Aéropôle de Payerne, la fille et nièce des deux patrons et actionnaires de l'entreprise du même nom sera notre guide pour l'occasion. Dans le show-room qui fait face à la réception, la première étape de la visite nous ramène instantanément en 1970. La Pony, une laveuse, balayeuse, saleuse, chasse-neige, est l'ancêtre de tous les véhicules spéciaux que Boschung a développés depuis sa création par Marcel Boschung, en 1947.

Des milliers de stations météo

Cela fait longtemps que les véhicules de l'entreprise nettoient les routes. Tout automobiliste qui se respecte a déjà vu et/ou croisé l'un des produits développés par l'entreprise d'origine fribourgeoise. Plus de 15000 de ses modèles sont actuellement en circulation dans le monde. Mais la société compte également quelque 5000 stations météorologiques au bord des pistes, des routes

BOSCHUNG

Direction Marcel et
Gabriel Boschung

Création 1947

Siège Payerne

Activité Fabrication
de balayeuses
et de véhicules
de déneigement

**Nombre de
collaborateurs**
500 (150 en Suisse)



Le camion Jet Broom, ici dans le show-room de Boschung, à Payerne, est un engin prisé par les aéroports. (THIERRY PORCHET POUR LE TEMPS)

et des ponts. Ces boîtes grises surmontées de capteurs collectent des informations sur l'air, l'humidité, le vent ou encore la température au sol. En bref, tout ce qu'il est utile de savoir sur l'état d'une chaussée. C'est l'autre source de revenus de Boschung. Mais

aussi l'un des trois piliers de sa stratégie pour se différencier des concurrents. «Ces stations permettent de lancer des alertes. C'est l'étape de la détection», décrit Emilie Boschung. Vient ensuite l'action, avec les différents véhicules ou, parfois, sur le

contournement de Lausanne par exemple, avec un système d'aspersion automatique pour éviter le gel. Enfin, il y a la troisième partie, celle de la gestion. Celle-ci s'appuie sur un logiciel. Baptisé Borrma et déployé dès les années 1980, ce système de gestion permet de tout savoir et de tout organiser à distance depuis un écran. Les kilomètres et les itinéraires parcourus par les véhicules, les zones traitées, les quantités de sel ou de saumure déposées.

Emilie Boschung est de la troisième génération de l'entreprise en mains familiales. La troisième génération, c'est, dit-on, celle qui fait péricliter l'affaire. Ce dicton, on le lui ressort souvent, sourit-elle. La dernière fois, se souvient Emilie Boschung, la boutade venait du conseiller d'Etat vaudois Philippe Leuba, lors de l'une des nombreuses cérémonies officielles qui ont lieu dans les locaux de Payerne. C'est que, depuis que les quatre sites de l'entreprise ont été réunis en un seul, en 2017, Boschung a l'habitude d'être visitée. Son modèle d'affaires, ses engins et sa salle d'exposition sont devenus un outil de promotion pour cette PME qui compte environ 140 employés en Suisse.

Effervescence quand même

Derrière le show-room, au rez-de-chaussée de ce bâtiment de trois étages, se trouvent les ateliers. En cette année marquée par l'épidémie de coronavirus, les budgets publics sont sous pression, les aéroports en sous-régime. Les affaires de Boschung s'en ressentent. Elle recourt un peu au chômage partiel. Mais dans ses ateliers, le ralentissement ne se voit pas. Il y règne une certaine effervescence. Le service après-vente, les services, les réparations, les rénovations... Comme dans le monde des véhicules de tourisme, l'automne et l'hiver sont les saisons les plus exigeantes pour les voiries et les aéroports – et donc pour Boschung.

Boschung compte quelque 5000 stations météorologiques au bord des pistes, des routes et des ponts

A Payerne, l'entreprise a par ailleurs regroupé les fonctions administratives et les postes de direction. Mais aussi la recherche et le développement, ainsi que les petites séries de production, de préproduction, ou encore la conception de ses stations météo. La production de plus grande ampleur est, elle, réalisée en Hongrie, en Allemagne, en Russie et en Chine notamment. Boschung compte environ 500 employés hors de Suisse. Près de 80% de son chiffre d'affaires est d'ailleurs réalisé à l'exportation.

On sait par exemple que l'aéroport O'Hare de Chicago a acquis pas moins de 65 de ses Jet Broom pour nettoyer ses sept pistes. Le Jet Broom, c'est le produit le plus visible de la gamme. Une cabine de camion Mercedes, mais un châssis renforcé, mis au point spécialement par Boschung. Le véhicule est équipé d'une lame, d'un système d'aspersion et d'une soufflerie installée entre les essieux qui, en fonction des besoins saisonniers, peut devenir aspirateur. En Suisse, les aéroports de Zurich et de Genève ainsi que les autoroutes valaisannes et tessinoises sont aussi débarrassés par des Jet Broom.

C'est autour de ce géant des routes que s'achève notre visite et que commence la séance photo. A l'extérieur, l'Urban-Sweeper autonome a terminé son nettoyage. Le parking de Boschung est impeccable. Mais, sans surprise, son laboratoire à ciel ouvert l'était déjà avant notre arrivée. ■

«Notre concept était de créer des montres qui respecteraient tout ce qui faisait la valeur de la tradition horlogère, mais qui se devaient d'innover sur le plan technique et esthétique»

DOMINIQUE GUENAT, COFONDATEUR DE RICHARD MILLE

Les deux hommes se sont rencontrés à la fin des années 1980 et ont travaillé ensemble sur les montres du joaillier français Mauboussin. Ils s'apprécient et, les années passant, ressentent une certaine frustration à la vue d'une horlogerie de luxe ronronnante.

«Notre concept était de créer des montres qui respecteraient tout ce qui faisait la valeur de la tradition horlogère, mais qui se devaient d'innover sur le plan technique et esthétique», résume Dominique Guenat, assis en face de Cécile dans les locaux du siège suisse de Richard Mille, aux Breuleux (JU).

Le mariage de l'habillage et du mouvement

A quelques mètres du père et de la fille s'exposent dans des vitrines un florilège de la créativité et de l'audace qui a jailli de ce partenariat; des modèles dans lesquels chaque pièce, chaque rouage joue sa partition pour créer une symphonie horlogère. «Dès le départ, observe le cofondateur de la marque, nous avons voulu que l'habillage et le mouvement soient solidaires, nous démarquer du mouvement rond qui équipe les boîtiers ronds.»

Cette volonté va pousser les deux créateurs à emprunter de nouvelles

voies technologiques pour assouvir leurs ambitions. Les deux trublions vont par exemple puiser leur inspiration dans le monde de la formule 1 ou de l'aéronautique, leur passion pour la mécanique ne se limitant pas à l'horlogerie.

Rapidement, ils explorent de nouveaux matériaux comme le titane, le carbone ou le graphène, grâce auxquels leurs garde-temps vont devenir des poids plume. En 2010, lorsque la marque officialise son partenariat avec Rafael Nadal, la RM 027 Tourbillon que le joueur de tennis arbore pendant ses échanges pèse moins de 20 grammes. La collaboration avec le tout récent vainqueur de Roland-Garros se poursuit: l'Espagnol portait dimanche sur le court central une montre estimée à 1 million de dollars.

L'inventivité du Jurassien et du Français va rapidement payer. Il leur faut trois ans pour développer la RMO01, qui sort en 2001 et rencontre rapidement le succès. Plus de 120 modèles vont suivre au fil des ans, propulsant Richard Mille dans la cour des grands. Publié par Bucherer, le top 50 des marques horlogères suisses place la société en neuvième position, avec un chiffre d'affaires estimé à 900 millions de francs.

Sans donner de chiffre plus précis, Dominique Guenat confirme que la société aurait pu franchir le milliard cette année. Mais le retard de production dû à la crise sanitaire a retardé cette échéance: alors que 5200 pièces auraient dû trouver preneurs en 2020, 4300 montres seront finalement produites en raison de la fermeture de l'usine pendant près de deux mois. «Depuis le lancement de la marque, souligne le maître des lieux, nous n'avons jamais pu satisfaire la demande.»

Consolider l'édifice

A l'heure de la transmission, le père et la fille s'accordent à voir dans la consolidation de Richard Mille le principal défi à relever: «Jusqu'à aujourd'hui, précise Cécile Guenat, nous avons eu un fonctionnement de PME. Il s'agit maintenant de structurer l'entreprise.»

La croissance des ventes est en effet inévitablement allée de pair avec une augmentation des effectifs. L'entreprise est devenue un petit groupe qui emploie aujourd'hui 195 personnes en Suisse et une trentaine à

«Depuis le lancement de Richard Mille, nous n'avons jamais pu satisfaire la demande»

DOMINIQUE GUENAT, COFONDATEUR DE RICHARD MILLE

Paris. Il y a vingt ans, le site jurassien employait 25 personnes, tandis que quatre autres œuvraient dans la capitale française.

A la tête de la création et du développement, deux activités qui travaillent de concert, Cécile Guenat voit cette structure géographique comme très positive, tout en soulignant que la communication entre les deux sites est capitale.

Pour optimiser cette nouvelle gouvernance, les rôles ont été clairement répartis: son frère Maxime s'occupera de la direction opérationnelle, Alexandre Mille des activités commerciales, sa sœur Amanda sera, elle, chargée des relations publiques et du marketing. A l'heure actuelle, quatre autres personnes, dont les deux fondateurs, font partie du directoire qui est consulté pour toute décision importante et qui a la chance, observe Cécile Guenat, «de respecter une parfaite parité hommes-femmes».

Cécile à qui il appartiendra, aux côtés de son équipe, de maintenir l'esprit Richard Mille. Dotée d'un CFC en bijouterie et d'un bachelors de la Haute Ecole d'arts et de design de Genève, la jeune femme a déjà fait ses preuves, en développant la collection femmes de la marque horlogère. Celle-ci génère aujourd'hui 35% des recettes.

Comme le relève Dominique Guenat, la rançon du succès de Richard Mille est d'être beaucoup copié, ce qui impose d'avoir toujours une «longueur d'avance». Sa fille est prête à se plier à cette exigence: «Ce n'est pas compliqué d'être différent, glisse-t-elle. C'est beaucoup plus intéressant.»

Dominique Guenat (au centre), sa fille Cécile et son fils Maxime. Le cofondateur est en passe de transmettre les rênes de l'entreprise horlogère à ses enfants. Ce nouveau duo est complété à Paris par Alexandre et Amanda, deux des enfants de Richard Mille, l'autre cofondateur de la marque. (MATTHIEU SPOHN POUR LE TEMPS)

PUBLICITÉ

FAIS LA DIFFERENCE

IMTF fournit des solutions technologiques financières et des logiciels de conformité réglementaire aux banques, assurances et autres industries au niveau mondial. Nous sommes une équipe multiculturelle aux horizons divers et faisons la différence en valorisant notre diversité. En effet, nous mettons un point d'honneur aux environnements techniques sains, aux hiérarchies planes et à l'indépendance au travail. Ensemble, nous formons une équipe de professionnels engagés et motivés, unis par une même passion: **l'excellence.**

Rejoins-nous à notre
siège à Givisiez/Fribourg (CH)
Pour plus d'informations:
imtf.com/join-us



IMTF



8 Spécial innovation

IMTF, pionnier méconnu de la fintech

SÉCURITÉ C'est à la fin des années 1980 que cette discrète PME fribourgeoise développe ses premières technologies financières. Elle aide aujourd'hui quelque 200 banques à traquer les fraudes et le blanchiment d'argent

ALINE BASSIN
@BassinAline

Lorsque la déferlante fintech s'abat sur la scène mondiale de l'innovation, dans les années 2010, Informatique-MTF (IMTF) est déjà une entreprise florissante, active depuis une vingtaine d'années dans ce secteur. De quoi interpellier son patron, Mark Büsser: «C'est vrai qu'en termes de communication, on a peut-être raté quelque chose», relève-t-il.

Assimiler cet ingénieur diplômé de l'EPFZ à un «bourgeois gentilhomme» de la numérisation financière représenterait une erreur de jugement. Si le Jourdain de Molière découvre avec stupéfaction qu'il pratique la prose depuis une quarantaine d'années, Mark Büsser mai-

trise parfaitement son sujet et il le sait très bien.

Il a été l'un des premiers en Suisse à percevoir le potentiel numérique que revêtaient les services financiers. Le jury du Prix Swiss Venture Club (SVC) ne s'y est d'ailleurs pas trompé, retenant son entreprise parmi les six finalistes de l'édition 2020. Le lauréat sera connu le 4 novembre.

Migros pour mettre le pied à l'étrier

Avant que le monde bancaire ne devienne son terrain de chasse, c'est pour Migros que la société basée à Givisiez (FR) développe sa première solution informatique en 1987. Internet n'a pas encore tissé sa toile et les informaticiens stockent leurs données sur de grandes disquettes.

IMTF

Direction
Marc Büsser

Création 1987

Siège Givisiez (FR)

Activité logiciels d'automatisation et de sécurité

Nombre de collaborateurs
plus de 200



PUBLICITÉ

RÉSERVEZ UNE DÉGUSTATION OFFERTE!

FELFEL
GOOD FOOD AT WORK

VOUS CONNAISSEZ DÉJÀ FELFEL?

La solution de restauration en entreprise la plus fraîche, la plus variée et la plus populaire de Suisse.

www.felfel.ch



Fondateur et propriétaire de la PME fribourgeoise IMTF, Mark Büsser a su déceler il y a trente ans le potentiel des technologies financières. (PIERRE-YVES MASSOT / REALEYES.CH)

L'économie, quant à elle, y a à peine recours.

«Les relations avec les fournisseurs du géant orange pour les commandes de produits frais étaient gérées par fax. Chaque jour des dizaines de responsables recevaient les offres des producteurs. Il fallait ensuite que leurs assistants aillent rechercher les offres antérieures archivées sur papier pour comparer avant de négocier les prix», décrit Mark Büsser.

En quelques mois, cette start-up de la première heure développe son logiciel HyperDoc, qui va métamorphoser le déroulement de cette activité. «Chaque fax était scanné et archivé, ce qui permettait désormais aux responsables de produits et à leurs équipes d'avoir accès rapidement à l'historique des informations pour faire leurs commandes.»

L'automatisation comme «cheval de Troie»

«Nous avons compris très vite que l'archivage électronique ne suffisait pas pour séduire les entreprises», poursuit le propriétaire de la PME, qui compte aujourd'hui quelque 150 employés. «Il fallait agir au niveau des processus pour qu'elles y trouvent un intérêt. L'automatisation a été en quelque sorte notre cheval de Troie pour entrer dans le secteur bancaire.»

Celles-ci doivent en effet traiter au quotidien des centaines de milliers d'ordres de paiement, une activité pour laquelle les interventions humaines sont encore substantielles à l'orée des années 1990. Les logiciels de gestion des services financiers développés par l'entreprise trouvent rapidement preneur.

Les clients bancaires d'IMTF ont aussi besoin de sécurité et sont soumis à toute une série d'obligations. «Contrairement à une idée répandue, la Suisse a depuis longtemps l'une des réglementations les plus sévères au monde», insiste Mark Büsser.

Cette caractéristique va servir de tremplin pour réaliser un coup de maître au tournant de l'an 2000. Un an plus tôt, une nouvelle loi anti-blanchiment est entrée en vigueur en Suisse. Elle demande un intense travail de vérification en conformité de la part des banques, que la petite entreprise va une nouvelle fois faciliter avec un produit idoine. Le succès est immédiat, surtout auprès des établissements de taille moyenne, «typiquement les banques cantonales». Celles-ci n'ont pas les ressources pour développer leurs propres solutions.

C'est en signant avec un géant de la branche qu'IMTF frappe fort, cinq ans plus tard. En prélude à son développement international, la PME accueille le géant bancaire français Société Générale dans son portefeuille de clients. Aujourd'hui, elle est active dans 50 pays, en Europe, en Asie et – encore très peu – en Amérique. En Suisse, Pictet, Julius Baer ou encore les banques cantonales de Fribourg, Neuchâtel et du Valais lui font confiance.

Discret sur son chiffre d'affaires, Mark Büsser indique une croissance d'environ 20% ces dernières années. Il mise sur une progression de 10 à 15% en 2020. Si la pandémie consacre leur orientation, elle freine les relations humaines, qui restent «indispensables» avant de signer un contrat.

Car au fil des ans, la société familiale n'a cessé d'étoffer sa palette de

solutions, notamment dans le segment de la RegTech, des technologies liées à la réglementation. «Une banque se doit aujourd'hui de parfaitement connaître son client, par exemple pour identifier plus facilement tout comportement anormal, précise Mark Büsser. Mais même avant cela, quand il débute sa relation bancaire, elle doit pouvoir effectuer très rapidement toute une série de vérifications nécessaires. S'assurer que la personne qui veut faire une hypothèque n'a pas de poursuites ou identifier les PPE, les personnalités exposées politiquement.»

En 2001, ces profils jugés sensibles étaient au nombre de 30000. Aujourd'hui, il y en a trois millions dans le monde. S'y ajoutent maintenant les personnes qui pourraient causer du tort à la réputation de l'établissement.

En quête de talents

Pour évoluer à la pointe de la technologie, IMTF recourt à des développeurs recrutés dans le monde entier. Une vingtaine de nationalités et presque autant de langues se côtoient dans le spacieux bâtiment que l'entreprise occupe. En bon Fribourgeois, l'allemanique Mark Büsser s'exprime d'ailleurs avec aisance en français, par exemple lorsqu'il s'agit d'évoquer le changement de génération en cours, sur fond de pénurie d'informaticiens et d'informaticiennes.

Son fils a déjà rejoint l'entreprise, mais il faudra aussi renouveler toute une armada numérique qui s'est souvent distinguée par sa fidélité: «Nous remarquons que nos collaborateurs trouvent du sens à leur action, observe Mark Büsser. Ils voient

«Nos collaborateurs voient un côté éthique dans leur activité puisque, au bout du compte, ce sont des infractions qui sont détectées et empêchées»

MARK BÜSSER, FONDATEUR D'IMTF

un côté éthique dans leur activité puisque, au bout du compte, ce sont des infractions qui sont détectées et empêchées.»

Par ailleurs, les progrès de l'intelligence artificielle offrent encore bien des perspectives à IMTF, «par exemple pour éviter les fausses alertes lorsqu'on fait des vérifications».

Et puis, de l'autre côté de l'Atlantique, il y a l'eldorado états-unien, l'un des seuls gros marchés qui manquent à la palette de la société. «Nous y songeons, confie Mark Büsser. Mais c'est encore trop tôt. Cela impliquerait des ressources de gestion que nous n'avons pas pour l'instant.»

Dans un avenir plus proche, ce sont plutôt d'autres branches économiques qui pourraient être ciblées. Selon l'entrepreneur, l'industrie devient elle aussi de plus en plus contrôlée. Elle aura inévitablement besoin d'outils numériques pour s'adapter à cette tendance. ■

PUBLICITÉ

«Ma PME est-elle protégée contre les cyberattaques?»

Découvrez la réponse et des conseils avec le test de sécurité IT.
swisscom.ch/security-check

swisscom

Prêts.

10 Spécial innovation

Infomaniak, l'envol du Google suisse

INTERNET L'hébergeur de sites basé à Genève accélère sa diversification et sa croissance est dopée par le lancement de nouveaux services en ligne. Rencontre avec son cofondateur Boris Siegenthaler



Boris Siegenthaler (au premier plan), cofondateur et directeur d'Infomaniak, va bientôt quitter la direction. D'ici à quelques semaines, c'est Marc Oehler (au second plan), actuel directeur des opérations, qui lui a succédé. (EDDY MOTTAZ/LE TEMPS)

ANOUCHE SEYDTAGHIA

@Anouch

Boris Siegenthaler est intarissable. Difficile, voire impossible, de poser des questions au cofondateur et ancien directeur d'Infomaniak. Dès sa première réponse, il se lance dans un monologue enthousiaste où s'enchaînent l'annonce de nouveaux services, la présentation d'initiatives pour l'environnement ou encore de mesures en faveur de son personnel. L'entreprise genevoise spécialisée dans les services informatiques est en plein boom. Elle le doit en partie à la pandémie, qui dope la demande pour ses offres. Elle le doit aussi à Boris Siegenthaler, qui, vingt-six ans après avoir fondé Infomaniak, lui insufflé une énergie impressionnante.

Créée en 1994, l'entreprise - qui fait partie des finalistes de l'édition 2020 du Prix SVC - s'est très vite spécialisée dans l'hébergement de sites internet. En 2020, Infomaniak s'est transformée en un petit Google suisse. Boris Siegenthaler, qui martèle la nécessité de proposer une alternative helvétique aux géants de la Silicon Valley, est en train de réussir son pari. «Notre croissance devrait être de 23% cette année, avec un chiffre d'affaires qui va atteindre 26 millions de francs. Nous visons les 50 millions en 2023 pour réinvestir cette croissance et maintenir le rythme de nos développements. Nous sommes en train d'engager 15 employés d'ici à fin janvier, qui vont s'ajouter aux 150 employés actuels.» Infomaniak ne recrute pas

de vendeurs. «Trois quarts de nos employés sont des développeurs et aucun collaborateur ne s'occupe de vente, poursuit Boris Siegenthaler. Nous avons encore tant à développer!»

couleurs) pour l'écosystème collaboratif proposé par la société genevoise. Et, du système de transfert de fichiers au service de visioconférence, la palette proposée par Infomaniak se développe rapidement.

«Trois quarts de nos 150 employés sont des développeurs et aucun collaborateur ne s'occupe de vente. Nous avons encore tant à développer!»

BORIS SIEGENTHALER, COFONDATEUR ET ANCIEN DIRECTEUR D'INFOMANIAK

Car la société ne s'arrête pas. Fin décembre 2019, elle lançait kDrive, une solution de stockage collaborative capable de rivaliser avec les solutions de Microsoft et de Google. «C'est notre produit avec la plus forte croissance, il a généré 1 million de francs de chiffre d'affaires à lui seul en moins de douze mois, poursuit le directeur. Nous souhaitons faciliter la vie aux PME qui souhaitent passer du cloud d'un GAFAM au nôtre. Et l'année prochaine, nous lancerons une offre, toujours pour les entreprises, avec des services illimités et une facturation par utilisateur.»

Infomaniak est si sûr de lui qu'il lance même des services... sans sa marque. Depuis quelques jours, il permet en effet à des clients, que ce soit une étude d'avocats ou une école privée, d'utiliser leur propre identité de marque (nom de domaine, logo et

En grande partie focalisée sur les entreprises, la société n'oublie pas les particuliers: le 10 novembre prochain, elle lancera un service d'email gratuit à vie pour les résidents suisses, avec des services de synchronisation d'agenda et de carnet d'adresses. «Nous allons aussi insuffler une part d'intelligence artificielle dans nos services, qui vont par exemple vous suggérer dans quel dossier en ligne glisser telle pièce jointe», poursuit Boris Siegenthaler.

C'est au milieu de ce tourbillon de nouvelles que le cofondateur va bientôt... quitter la tête de l'entreprise. D'ici à quelques semaines, c'est Marc Oehler, actuel directeur des opérations, qui lui succédera à la tête d'Infomaniak. «J'ai envie d'être plus discret, de prendre du recul par rapport au quotidien pour établir une stratégie à long terme. Je resterai directeur stratégique et c'est Marc qui conti-

nuera de piloter la société», détaille Boris Siegenthaler. Marc Oehler est lui aussi ambitieux. «Pour moi, il est important de continuer à avancer vite en lançant de nouveaux services pour montrer aux consommateurs que nous proposons des alternatives intéressantes aux services de Google, d'Amazon ou de Microsoft. Tout en n'analysant jamais les données de nos clients à des fins publicitaires ou marketing.»

Expansion outre-Sarine

Le futur directeur général vise aussi la Suisse alémanique. «C'est notre marché en plus forte croissance, et nous voulons y gagner en visibilité afin que les entreprises qui se digitalisent voient qu'il existe des solutions puissantes qui sont développées en Suisse plutôt que d'opter par défaut pour des services créés et gérés à l'étranger. Outre-Sarine, les gens apprécient nos services, mais d'autres trouvent un peu étrange que nos prix alignés sur le marché européen soient si bas en Suisse, car plus de 40% de notre chiffre d'affaires vient de notre clientèle européenne...»

Infomaniak prévoit, en parallèle, de créer son quatrième centre de données en Suisse alémanique. Les deux actuels se situent dans la périphérie genevoise, et un troisième sera édifié ces prochaines années dans la région.

Centres de données plus verts

Les centres de données, un domaine où Boris Siegenthaler est aussi intarissable: «Pour un hébergeur qui utilise uniquement de l'énergie renou-

velable et qui refroidit ses serveurs avec de l'air naturel, ce qui génère le plus de CO2 est l'achat de nouveaux serveurs. Il n'est pas écologique de remplacer de manière anticipée les serveurs sous prétexte que les technologies récentes sont moins gourmandes en énergie. C'est pour cela que l'on s'engage à utiliser nos serveurs au moins quinze ans. Cela représente en plus des économies substantielles, car on peut augmenter la puissance de nos anciennes machines avec des composants haut de gamme à bas coût qu'on achète aux enchères.»

Pour son troisième data center, Infomaniak travaille également en collaboration avec les SIG sur un projet de réutilisation de la chaleur émise par ses centres de données: «Cela doit permettre de chauffer 20 immeubles en hiver et d'alimenter un quartier entier en eau chaude. L'idée est ainsi d'utiliser deux fois l'énergie: une fois pour le calcul et une fois en produisant de la chaleur pour la collectivité.» Et ce n'est pas tout: l'actuel directeur a aussi une petite idée pour la structure actionnariale de son entreprise. Le souhait de Boris Siegenthaler est d'arriver à protéger l'indépendance de l'entreprise et d'arriver à ce que la moitié du capital puisse être détenue par ses employés et l'autre moitié par ses clients. L'objectif est aussi d'éviter que la société, courtisée en permanence par des fonds d'investissement et des concurrents étrangers, ne soit rachetée, délocalisée en partie et revendue ensuite plus cher. ■

INFOMANIAK

Direction
Marc Oehler

Création 1996

Siège Genève

Activité services
internet

Nombre de
collaborateurs
130

De la Suisse romande au sommet international? Pourquoi pas.



Le SwissTech Convention Center est connu pour ses technologies innovantes. Et c'est là que sont récompensées, tous les deux ans, les meilleures PME de Suisse romande. Nous félicitons tous les finalistes du Prix SVC Suisse romande 2020:

Boschung Groupe

Richard Mille Group

IMTF Group

Willemin-Macodel SA

INFOMANIAK NETWORK SA

En tant que Banque des entrepreneurs et partenaire stratégique du SVC, nous soutenons l'entrepreneuriat. Depuis 1856.

credit-suisse.com/entrepreneurs



NOUS RALLIONS LES PME



MERCI

infomaniak