

Des ingénieurs à la fibre écolo

START-UP • L'ambition de Bcomp? Remplacer les matières non renouvelables dans certains produits par des fibres naturelles. Le marché des sports et des loisirs visé en premier lieu.

GÉRARD TINGUELY

Avec deux ingénieurs, un chargé des finances et administration, un responsable marketing, «on a vraiment l'équipe pour bien démarrer», affirment en cœur Andreas Brühlhart, Christian Fischer et Cyrille Boinay. Avec le Jurassien Julien Rion, absent, ils regroupent en effet les compétences utiles à l'aventure entrepreneuriale. Leur société Bcomp¹, tout juste fondée, a décroché un premier crédit du fonds Fribourg Seed Capital et doit obtenir de la commission de Fri Up la permission de s'installer définitivement dans ses locaux.

Ce qui motive, c'est de créer quelque-chose et de voir ce que le marché en fait

«Notre mission de base, explique l'ingénieur en sciences des matériaux Christian Fischer, c'est de remplacer des matières grosses consommatrices de ressources (aluminium, plastique, carbone) par un nouveau matériau à base de fibres naturelles. Pour cela, nous avons breveté une technologie de tissage des fibres de lin. Selon les propriétés que nous voulons obtenir – empêcher l'écrasement d'un tube ou sa déchirure, obtenir plus de rigidité des surfaces planes – nous renforçons certains points en croisant ou superposant les mèches de fibres de différentes manières.»

Bâton de ski superléger

Comme exemples aboutis de leurs recherches, les fondateurs de Bcomp présentent un bâton de ski très léger, constitué à 60% de fibres de lin, les résines pour l'encollage faisant le reste. Un ski dont le noyau est fabriqué avec ces mêmes fibres a aussi été testé. «Notre société est devenue plus exigeante sur l'origine des produits, la durabilité, le rapport aux producteurs. Elle veut davantage de transparence», juge Cyrille Boinay, en charge du marketing.

Le premier marché visé par le quatuor est celui des sports et des loisirs. Il y a deux raisons à cela. D'abord, le niveau techno-



Cyrille Boinay (à g.), Christian Fischer et Andreas Brühlhart: une équipe complémentaire qui a tout pour réussir. ALAIN WICHT

logique y est relativement faible. «Depuis 50 ans, on fabrique à peu près toujours les mêmes skis.» C'est aussi un secteur où il est possible d'injecter très vite de nouvelles technologies. «Nous sommes très axés sur la performance et la substitution d'un matériau par un autre plus naturel», dit Christian Fischer. Comme ce cadre de vélo en carbone, très réactif, qui peut gagner en amortissement grâce aux fibres naturelles. Itou pour le ski en carbone manquant de feeling. Il a fallu plusieurs années de recherches pour optimiser la structure et trouver le bon équilibre entre les différents types de fibres.

Par la suite, Bcomp n'exclut pas de conquérir le marché du meuble (design), de la robotique industrielle ou de s'intéresser à d'autres fibres (chanvre, bambou, soie). Mais il faut d'abord trouver un certain nombre de clients (des marques) qui achètent les noyaux de ski, bâtons ou casques fabriqués au «naturel». Pas question donc de lancer une nouvelle marque,

d'autres s'y étant cassé les dents avant eux. «Ce n'est pas avec le ski que l'on gagnera nécessairement notre argent. Mais en fonction de la demande des clients, il faut rester opportunistes, disposer d'une large gamme de produits et d'une réserve d'innovations», dit Andreas Brühlhart.

Consacrer beaucoup de temps

Le travail nécessaire au lancement d'une start-up n'est pas mince, reconnaissent les fondateurs. Il faut consacrer beaucoup de temps à expliquer son projet à diverses instances (VentureKick, Seed Capital), vérifier sur les sites spécialisés que les brevets envisagés n'existent pas encore. La CTI (agence de la Confédération pour la promotion de l'innovation) est ici d'un grand secours qui met l'un de ses coachs à disposition.

Ayant son financement assuré jusqu'à la fin 2011, l'équipe de Bcomp recherche des investisseurs pour accompagner sa croissance dès 2012. «Avec nos

deux ingénieurs, nous voulons d'abord créer de la valeur ajoutée, et au début garder pour nous la société. Avant de chercher des investisseurs – une équipe complémentaire comme la nôtre leur plaît – il faut créer quelque-chose de sensé, qui a une belle image et un esprit de responsabilité», dit Christian Fischer.

Mine de rien, derrière Bcomp se dissimulent près de cinq ans de travail et de compagnonnage entre les fondateurs, âgés de 29 à 37 ans. Venus de plusieurs cantons (AG, BE, JU, FR), formés à la HEG-Fribourg ou à l'EPFL, passés l'un ou l'autre par des expériences professionnelles dans la grande industrie ou à l'étranger, ils se sont croisés à plusieurs reprises avant de se retrouver autour de cette même motivation: créer quelque chose et voir ce que le marché décidera. Ce que Cyrille Boinay traduit par: «Je me leve en ayant envie d'aller travailler!» I

¹ www.bcomp.ch

ENTREPRISES

Communication très prenante

Seul un dixième des 2000 dirigeants interrogés l'automne dernier jugent leur communication d'entreprise peu transparente, insatisfaisante, hésitante ou excessive. Sinon, pour les quatre cinquièmes des PME de moins de 50 employés, la communication a une place essentielle. Et pour la plupart des sondés, cette tâche englutit moins de 40% de leur temps de travail. Par contre, parmi ceux qui dirigent plus de 1000 personnes, un quart consacrent 80% de leur temps à communiquer. C'est surtout vrai dans la pharmacie, la chimie, la technique médicale, la biotechnologie et l'industrie.

Cette enquête en ligne de l'agence Farnier nous apprend aussi que les dirigeants communiquent peu avec les médias, sauf ceux des grandes entreprises qui sont davantage sollicités par eux qu'ils ne prennent l'initiative de les appeler. La branche technologique fait exception, plus de la moitié de ses cadres cherchant le contact.

Dans toutes les branches, la communication entre cadres et collaborateurs est jugée décevante car elle est censée améliorer la marche des affaires et le taux de satisfaction de tous. Le plus souvent, la communication passe par des canaux traditionnels (réunions, entretiens, e-mails). Les réseaux sociaux, malgré l'éloge qui en est fait, sont encore peu exploités. Dans la finance et l'industrie, plus de la moitié des cadres sont friands d'intranet.

L'enquête révèle aussi une faiblesse de communication entre cadres et actionnaires, surtout dans le secteur du conseil et des services. Ce qui s'explique: ces sociétés sont souvent aux mains du management. Un vrai déficit est constaté entre les dirigeants et les organisations économico-professionnelles, voire même avec les fournisseurs. Il y a donc du pain sur la planche. GTI

EN BREF

UN SÉMINAIRE À SUCCÈS

IMMOBILIER Grâce à sa formule originale – les professeurs experts se prêtent à des jeux de rôles – le séminaire «Le droit du bail autrement» rencontre un succès grandissant. La quatrième édition aura lieu le 29 mars (8h à 16h), au Musée olympique, à Lausanne. Public cible: tous les professionnels concernés de près ou de loin. Concernant la formation continue, le module «Gérance» conduisant au brevet fédéral s'étend du 11 mars au 7 octobre 2011. Plus d'infos: www.svit-school.ch

BIEN CONSTRUIRE

MONTAGNE L'Association suisse pour l'aménagement national (ASPAN) organise, le 31 mars à Bramois (Sion), un séminaire sur «L'immobilier de loisir en montagne - Défis et bonnes pratiques». Si les activités immobilières y sont source de revenus importants, elles posent aussi nombre de questions, tant sur le plan international que local, pour l'aménagement du territoire. Infos: anne.huber@vlp-aspan.ch GTI
Inscription: www.vlp-aspan.ch/fr/agenda

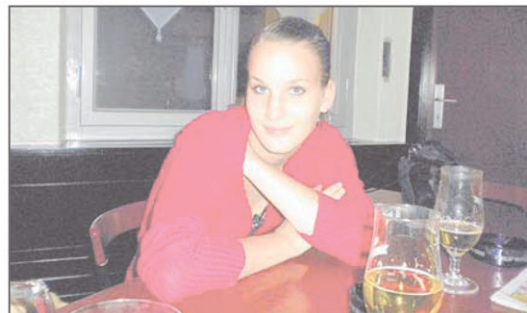
PETITE ENTREPRISE

Apéro futé étanche la soif des fêtards de la nuit

Les vendredis et samedis, de 20 h à 5 h du matin, Apéro futé livre à domicile bières, vins, minérales, snacks, surgelés et cigarettes. Zone visée: la Broye «encore toute endormie» et une partie des districts voisins. Les commandes peuvent arriver jusqu'à 4 h 30. Et pas question de livrer à des mineurs: la carte d'identité est requise.

C'est Malvina Collaud de Saint-Aubin, 21 ans, qui a lancé «sa» petite entreprise. La motivation de celle qui vit avec son copain: gagner un peu d'argent pour ses études en pédagogie-social et s'assumer seule le plus possible. «L'idée m'est venue en faisant la fête avec des copains. Alors qu'on refait le monde, on stresse à cause du petit verre qui manque. On se dit alors: ah! si l'on pouvait se faire livrer la fameuse bouteille, le soda et les chips qui vont avec»

Une belle idée certes, mais difficile à réaliser vu les autorisations/réglementations cantonales et les heures d'ouverture à respecter. «A force d'en parler, et après deux ans de rigolade, je me suis renseignée sérieusement. Et sur internet, je suis



Malvina Collaud: elle joue au Père Noël tous les week-ends. DR

tombée sur SOS APERO, à Grenoble. Je leur ai posé plein de questions. Pour eux, ça marchait et ça m'a rassurée.»

Sans faire d'étude de marché, elle mettra six mois pour qu'Apéro futé existe, alors que personne n'y croyait. Un stock relativement important sera constitué. «Au départ, on pense s'arrê-

ter à l'essentiel, mais on en rajoute toujours plus pour n'avoir pas à répondre: désolé, nous n'avons pas! Aujourd'hui j'ai affiné mes achats, je sais ce qui marche. 7000 francs ont été investis. Je me suis autofinancée avec mes économies. Les sous reçus petite des grands-parents, tonton, tata, parrain et marraine. Aujourd'hui, je sais que j'ai bien fait.»

Dans la région, Apéro futé a suscité un intérêt étonné. «Quand les gens m'appellent la première fois, ils ne savent pas trop si c'est une plaisanterie. Comme ce groupe payvernois: quoi, c'est vrai le truc; quoi, vous livrez; quoi, c'est pas plus cher! Quand je livre c'est chouette, j'ai le sentiment d'arriver comme le Père Noël. Les gens sont tellement surpris et satisfaits du truc. C'est génial!»

Pour le moment, les commandes proviennent surtout de la Broye. Il y a aussi de fidèles clients à Marly et de la pub est faite sur Fribourg. «Chaque vendredi c'est l'adrénaline: combien de commandes et va-t-on y arriver? Je suis très exigeante, je veux que tout soit parfait. Parfois, je panique d'avoir oublié quelque chose.»

Très longtemps, Malvina se souviendra de sa première commande. «Vous vous rendez compte, on appelait mon APERO FUTÉ». Dont le slogan, enfanté après des heures de cogitation entre amis, tient bien la route: «Apéro futé, un coup de fil et c'est livré!» GTI

> www.apero-fute.ch Tél. 079 688 85 75.