

Cet article de [l'Agefi](#) vous est envoyé par quartier@y-parc.ch.

## ENJEUX-SUISSE

Jeudi 2 novembre 2006

### **Adage microtechnique: aime ton partenaire comme toi-même!**

*Comprendre comment les partenariats affectent la vie des entreprises du secteur, tel était le thème du Forum MicroTech Industry 2006.*

**Levi-Sergio Mutemba**

#### **À Yverdon-les-Bains**

Dans le domaine de la microtechnique, les partenariats constituent de plus en plus un facteur d'innovation et, par conséquent, de croissance à long terme. Les alliances entre les entreprises et leurs sous-traitants se multiplient et un nombre croissant de concurrents se muent en alliés stratégiques dans le but, en effet, de créer de nouvelles solutions originales. Le Forum MicroTech Industry 2006, qui s'est tenu avant-hier à Y-Parc, avait précisément pour objet de comprendre comment les partenariats transforment la manière d'opérer des entreprises présentes dans le secteur microtechnique. Organisés par la plateforme de promotion MicroTech Industry (MTI), le parc technologique d'Yverdon-les-Bains ainsi que le réseau Rezonance, les neuf ateliers d'échanges d'expérience ont permis de saisir les différentes formes de collaboration ayant le vent en poupe.

#### **L'information authentique apporte de la valeur ajoutée**

Dans le cas de l'entreprise textile Switcher, son emblématique patron Robin Cornelius a insisté sur le partenariat dans la traçabilité. La marque à la baleine jaune, qui s'est forgé une réputation d'acteur responsable et innovant avec ses vêtements biologiques, a ainsi souscrit aux principes de respect-inside.org, le premier site international à informer sur la traçabilité, la transparence et la visibilité de la chaîne d'approvisionnement. Un partenariat qui n'apportera une importante valeur ajoutée mesurable que dans quelques années. «D'ici 5 ou 10 ans, les entreprises ignorant les règles sociales et environnementales paieront des taxes sur leurs produits. En ce qui me concerne, je préfère anticiper aujourd'hui et quelles que soient les contraintes, sachant que demain la transparence et la traçabilité seront les principales valeurs ajoutées de Switcher», affirme le visionnaire qui a généré l'an dernier un chiffre d'affaires d'environ 80 millions de francs. Collaboration académique: une question de survie

En revanche, pour Lyncée Tec, le partenariat relève plus de sa genèse que d'un choix. Car, si son patron Yves Emery collabore de manière étroite avec l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), cela tient aussi au fait que Christian Depeursing, qui dirige le groupe microvision et microdiagnostic du laboratoire d'optique appliquée (LOA), fut autrefois son professeur. Les microscopes digitaux holographiques ainsi développés sont capables d'observer l'infiniment petit au nanomètre près. «Une collaboration académique implique que nous devons constamment faire valoir notre savoir-faire afin d'assurer une certaine visibilité et rester dans un processus d'innovation et de création», explique Yves Emery. Ce partenariat permet également à Lyncée Tec de développer les compétences de l'équipe travaillant dans le cadre d'un contrat établi avec l'EPFL et la CTI. «Les aspects de veille technologique sont également importants pour les deux parties. Enfin, il s'agit aussi de bénéficier en retour des expériences faites de part et d'autre dans la R&D», précise Christian Depeursing. Cette collaboration présente toutefois plusieurs défis, en particulier la nécessité de publier de nombreux articles scientifiques où les inventeurs doivent livrer certaines données vitales à la concurrence. «Nous devons éviter, notamment, de créer des contradictions entre les besoins industriels de la société et les besoins de la recherche scientifique de l'EPFL», conclut le professeur de l'EPFL.

**Angle**

## **Le client dit tout à son partenaire OEM Seyonic, et celui-ci le lui rend bien...**

Pour l'entreprise neuchâteloise Seyonic, le silence est un péché mortel. Cette jeune spin-off de l'Institut de microtechnique (IMT) de l'Université de Neuchâtel est spécialisée dans le développement et la production de microsystèmes pour la manipulation de liquides. Elle compte parmi ses clients des noms tels que l'américain Caliper Life Sciences, l'un des leaders mondiaux dans le domaine de l'automatisation de laboratoires, la pharma allemande Evotec ou encore le groupe Hamilton, leader mondial des seringues de précision et des robots de laboratoire. L'échange d'informations est bidirectionnel

Cette clientèle intègre les systèmes de pipetage de Seyonic dans leurs instruments et, de par l'établissement de partenariats étroits, elle peut proposer des innovations et systèmes ciblés aux besoins de ses partenaires. L'échange d'informations est bidirectionnel, dans la mesure où Seyonic intègre les informations transmises pour innover et faire ainsi mieux valoir son savoir-faire auprès de ses clients. Un client racheté exige de redéfinir les objectifs

Les avantages de tels partenariats entre les parties sont multiples: la mise sur le marché de nouvelles solutions est plus rapide, l'adoption de nouvelles technologies devient une norme et la formation des équipes est permanente. «On peut également souligner l'apprentissage des métiers entre partenaires. Avant de démarrer, je n'avais pas une grande connaissance des applications pharmaceutiques. Aujourd'hui, une grande partie de ma clientèle est positionnée dans ce secteur.» Les risques ne sont toutefois pas anodins. La mise en place de partenariats se fait sur la durée, et il peut arriver qu'après des mois d'efforts déployés pour stabiliser et renforcer une relation de confiance un client soit racheté. «S'il s'agit d'une petite entreprise, il n'est pas toujours certain que nous puissions renouveler le contrat. En revanche, dans le cas de reprise d'un grand client coté en Bourse, un changement d'équipe n'altère en rien sa capacité financière», souligne le patron neuchâtelois. Enfin, Marc Boillat précise également que les PME tendent à fixer des objectifs orientés sur le long terme, tandis que les grands groupes sont souvent soumis à des contraintes boursières les amenant à afficher des objectifs à court terme. De 3 ingénieurs en 1998, l'entreprise qui tire son nom de la rivière du Seyon en compte aujourd'hui 10. – (LSM)

## **L'AVIS DE L'AGEFI**

### **Levi-Sergio Mutemba**

#### **Clients, fournisseurs: pas toujours partenaires**

Lors du forum, un auditeur se leva et, feignant une gêne subtile qu'affichent ceux qui se savent ignorer maintes choses en ce bas monde, demanda à l'auditoire: «Mais qu'est-ce qu'un partenariat, au juste? Je pensais qu'il suffisait d'être un client ou un fournisseur pour être un partenaire.» En d'autres termes, à quoi bon toutes ces arguties, dans la mesure où aucune entreprise ne peut se passer d'un partenaire? Faux. Nombre de fournisseurs et de clients ne sont pas des partenaires au sens entrepreneurial du terme. Ils n'entretiennent pas de relations où chacun y trouve son compte, et encore moins un rapport qui les pousse sans cesse à davantage d'innovation et de qualité, soit les deux principales hormones de croissance d'une entreprise. Le véritable partenariat, pour reprendre l'expression de Marc Boillat, c'est «une relation où chacun est responsable de la destinée de l'autre». Ce qui signifie que, si le fabricant de composants micromécanisés entend assurer sa croissance à long terme, il a tout intérêt à faire en sorte que ses prestations contribuent à la croissance de son client. A l'inverse, le client, de par sa connaissance tout-terrain du marché final, peut faire remonter jusqu'à son sous-traitant des informations précieuses pour le développement de ses produits. Prenez la formule 1: lorsqu'un pneu éclate, Michelin ou Bridgestone sont rarement coupables. Il arrive en effet que l'écurie ait fait le choix de mettre des pneus secs alors que les conditions climatiques plaident pour des gommes intermédiaires. Après mûre réflexion avec l'équipe technique de Bridgestone, Ferrari a choisi des pneus désavantagés la monoplace lors des premiers tours, mais rendant celle-ci imbattable par la suite. Inutile d'énumérer la liste des trophées que ce partenariat foncièrement entrepreneurial a valu au cheval cabré...