

# focus

## Qui suis-je? Où vais-je? Que veux-je?

Activ21 teste votre personnalité, celle de vos collaborateurs (actuels ou à venir), votre couple ou vos centres d'intérêt. Pour vous aider à prendre des décisions. [www.activ21.com](http://www.activ21.com)



Marc Biderbost

Quelles sont les professions les mieux à même de vous correspondre? Vos atouts principaux? Les points de divergences susceptibles de mener à des dissensions dans votre couple? Quelle destination de vacances vous convient le mieux? Quels sont les joueurs les plus motivés à gagner un match – et donc ceux qu'il faut mettre sur le terrain?

Marc Biderbost et sa jeune société du TechnoArk de Sierre se proposent de vous aider à répondre à ces questions et à bien d'autres. Grâce à une panoplie de tests (de personnalité, d'orientation, de couple, etc.) disponibles sur internet.

**Pourquoi «Activ21»?** Pour activités du XXI<sup>e</sup> siècle. Notre philosophie consiste à rendre le monde plus facile à vivre. Aider à faire le tri dans la surabondance d'informations qui caractérise notre époque. Nous mettons de l'intelligence dans le traitement de l'information, nous modélisons en quelque sorte le cerveau des meilleurs experts, pour aider les gens à faire des choix.

**En quoi vous distinguez-vous des tests disponibles sur le marché?** Nous proposons des tests véritablement individualisés et non pas basés sur des typologies, comme c'est le cas de la plupart des tests. Ils sont plus précis, plus pertinents: ils tiennent compte d'un nombre de paramètres, de dimensions, bien plus conséquent. Et ils se fondent sur les analyses et les mesures scientifiques

les plus pointues du moment. Il est, par exemple, impossible de tricher: le système détecte immédiatement les incohérences, les éléments surestimés ou sous-estimés, etc. Enfin, notre prix grand public (30 francs) est bon marché.

**N'y a-t-il pas danger à tester, par exemple, la «compatibilité» de son couple?** Nous identifions les points de convergence ou de divergence entre deux personnalités. Les sujets qui méritent qu'on en parle, pour prévenir les problèmes ou les conflits. Aucun de nos tests ne vous dira ce que vous devez faire ou ne pas faire. Il ne s'agit pas non plus de tests d'aptitudes. Ils donnent des bases de réflexion, de discussion.

**Pourquoi avoir choisi internet, avec le risque d'être perdu dans la masse d'informations qu'il recèle?** Le référencement est capital. Il faut parvenir à se faire voir, se faire connaître. Mais internet reste le meilleur moyen pour atteindre une majorité de gens. De plus, il ne nécessite pas de systèmes complexes: ceux qui n'ont pas d'accès au web peuvent en trouver un chez des amis ou dans des cybercafés.

**Quels marchés visez-vous?** Ces tests sont utiles aussi bien pour la gestion des ressources humaines, l'orientation professionnelle et scolaire, la réinsertion de personnes handicapées, de délinquants ou encore à certaines étapes de la vie (divorce, chômage, etc.).

Ils s'adressent aussi bien aux professionnels qu'au grand public: nous commercialisons, pour chaque secteur, deux versions, destinées à chacun de ces publics cibles. Avec les versions anglaise et allemande, qui seront lancées à la mi-novembre, nous visons clairement un marché international.

**Vous avez développé plusieurs partenariats. De quel ordre?** Nous avons établi des collaborations avec les milieux académiques, les centres de recherche. Il s'agit de partenariats spécialisés – en mathématiques, en linguistique ou encore en sémantique – qui nous aident, au coup par coup, sur des questions bien spécifiques. Nous sommes par ailleurs à la recherche d'un partenaire financier de deuxième tour, ainsi que de clients pilotes pour tester nos prototypes et en vérifier l'ergonomie.

**Quels sont les prochains tests que vous mettrez en ligne?** Au début novembre, nous lancerons un test sur la gestion des conflits professionnels. D'autres, dans le domaine du sport et du tourisme, sont prévus dans le courant de l'année prochaine.

**Pourquoi avoir fait appel à CimArk?** Comme toutes les start-up, nous cherchions un endroit où nous installer, de l'argent pour survivre et des outils pour fonctionner. Mais ce qui est vraiment fondamental, ce sont les compétences, les connaissances, qu'ils nous ont apportées. Surtout, ils ne nous ont jamais lâchés.

# Pas de travail sans innovation !

L'analyse des tendances et du potentiel économiques de la Suisse occidentale, menée dans le cadre du projet RIS-WS (focus 73 et 79), est sous toit. L'occasion de faire le point sur le lien entre performance d'innovation et dynamique de l'emploi.

Dites «innovation» et bien des esprits penseront «nouvelles technologies», «richesse», «création d'emplois». Bien sûr, l'association d'idées n'est pas fautive. Mais quel est le lien réel entre la performance d'innovation et la dynamique de l'emploi ? La première favorise-t-elle la seconde ? La réponse à ces questions peut se résumer à deux chiffres, fournis par le Recensement des entreprises 2005 de l'Office fédéral de la statistique: 33'000 et 42'000.

## L'avis du client

Alinghi, le grand vainqueur de la Coupe de l'America 2007, s'affiche sur des casquettes, des porte-monnaie, des vélos et même du vin ou des machines à café. Désormais, il se décline également sur des sacs en polymères biodégradables.

Prosource, la société qui détient les droits de la marque pour les accessoires et habits au célèbre logo rouge, a en effet choisi les produits bioapply pour ses deux boutiques de l'aéroport de Genève et du port de Valence, en Espagne. Des produits écolo. «C'est dans l'air du temps et cela colle bien avec l'image d'Alinghi», commente Eric Ödman.

Le manager n'a ainsi pas hésité à déboursier un peu plus que la normale pour proposer à sa clientèle des emballages plus favorables à l'environnement que les traditionnels sacs en plastique. «Quand on explique aux gens pourquoi nous avons opté pour ces sacs, cela leur plaît», constate-t-il. Et cela a «un effet positif» sur la marque.

De bioapply, Eric Ödman dit apprécier le professionnalisme et le service. Il relève également la qualité des articles qui lui sont fournis, en particulier de l'impression. «Nous avons fait des comparatifs avant de nous décider», assure-t-il, sans cacher sa satisfaction quant au résultat.

L'homme en est toutefois conscient. Le recours aux sacs biodégradables doit s'accompagner d'un travail d'explication. Ne serait-ce que pour rappeler aux clients que si les sacs biodégradables, ils ne sont pas pour autant bons à jeter à la mer.

33'000, c'est le nombre de postes de travail créés dans les secteurs à forte performance d'innovation au cours de la décennie 1995 - 2005. Dans des domaines comme l'industrie chimique (très tournée vers le commerce extérieur), l'horlogerie, la fabrication d'instruments médicaux et de précision, l'immobilier, l'informatique ou encore les services aux entreprises. Ce dernier ayant généré, à lui seul, plus de 17'000 nouveaux emplois.

A l'inverse, les branches à plus faible niveau d'innovation ont sensiblement réduit le nombre de leurs employés durant la période étudiée. Au total, ce sont ainsi 42'000 places de travail qui sont passées à la trappe dans l'hôtellerie et la restauration, l'édition et l'impression, les postes et télécommunications et surtout le secteur du commerce et des articles domestiques (avec une perte de pas loin de 12'000 postes).

**Stimuler l'innovation** L'influence de l'innovation sur la création d'emplois et, partant, sur la bonne tenue de l'économie en général est patente. Elle nécessite surtout qu'on s'intéresse de près à la manière d'encourager, de renforcer la capacité d'innovation intra ou inter entreprises. De resserrer les liens entre l'économie et les milieux de la recherche, d'accentuer les mécanismes de transferts de technologies et de connaissances, un processus dans lequel la Suisse occidentale pêche quelque peu.

Reste que pour définir le meilleur moyen de soutenir l'innovation, encore faut-il connaître les besoins et les écueils auxquels sont confrontées les sociétés de la région. 120 entités de Suisse occidentale, des PME pour l'essentiel, ont d'ores et déjà été interrogées dans le cadre du projet RIS. Et le constat est sans appel: «à cause des faiblesses et des obstacles du système d'innovation, près d'un tiers du potentiel d'innovation de l'entreprise est mal utilisé» ou pas utilisé du tout. Cette proportion est plus élevée encore chez les structures de petite taille.

Au nombre des obstacles, on peut citer les ressources internes (organisation, stratégie, qualification, financement, etc.), la recherche et l'analyse d'idées d'innovation, ainsi que la prédisposition aux coopérations. A noter que si certains d'entre eux sont plus fréquents chez les micro et les petites sociétés – comme les sources d'idées, le financement ou le développement de partenariats, pour lesquels les grandes structures se sentent généralement «mieux préparées» – les ressources internes sont «le mouton noir de toutes les catégories d'entreprises», relèvent les responsables du projet.

**Besoins des entreprises** Le diagnostic ainsi établi doit maintenant servir de base à la mise en place d'un système d'innovation régional, d'une politique véritablement axée sur les besoins de l'économie. Il doit permettre d'imaginer des instruments orientés sur la demande des entreprises – et non sur l'offre, comme c'est généralement le cas à l'heure actuelle. C'est la création de valeur, le développement des emplois dans la région qui sont ici en jeu.

# Quand le plastique vire au vert

**Prix start-up en technologie de l'Y-Parc. Bourse genevoise du développement durable. Lauréate du trophée Eco-conscience 2006. La société multiplie les récompenses. Et s'apprête à commercialiser des tongs biodégradables.**

Les chiffres sont impitoyables. Ils sont surtout impressionnants. Quelque 850'000 tonnes de plastique sont utilisées en Suisse, chaque année. Un ménage consomme rien moins que 680 sacs par an, soit deux par jour. Et si leur durée de vie – avant qu'ils ne finissent à la poubelle ou pire, dans la nature – est de 20 minutes en moyenne, celle nécessaire à leur décomposition atteint le nombre colossal de... 400 ans !



Pascal Binard et Frédéric Mauch

Il n'en fallait pas plus pour convaincre deux anciens du secteur automobile de se lancer dans la commercialisation et le développement de produits d'origine végétale, compostables, biodégradables (tout ce qui se recycle n'est pas forcément biodégradable) et réutilisables. «Des accessoires de grande consommation avec un impact écologique maîtrisé», pour reprendre la définition de Frédéric Mauch.

**Des produits 100% écolo** Le résultat, ce sont des sacs, qui se décomposent en 40 jours dans un environnement approprié. C'est de la vaisselle, réalisée à partir d'amidon ou de canne à sucre. C'est aussi, à l'horizon 2008, une tong à base d'amidon de maïs. Pour les responsables de bioapply, il s'agit là d'une application à forte valeur ajoutée, sur un marché, celui de la savate, qui pèse 20 milliards de dollars. Il s'agit surtout d'une alternative à un produit jetable par excellence et qui, compte tenu du nombre de paires écoulées (puis jetées) chaque année, présente un bilan écologique peu réjouissant.



Comme tout ce que vend bioapply, cette tong d'un nouveau genre sera réalisée à partir de matières premières européennes. Elle sera aussi produite sur le vieux continent, afin de limiter autant que faire se peut les déplacements, source de pollution. «Nos fournisseurs se situent à moins de 1000 kilomètres de notre marché. Nous sommes ainsi cohérents sur l'ensemble du processus», insiste Pascal Binard.

Du choix des matières premières à leur acheminement, en passant par les encres utilisées pour l'impression des logos et slogans, le maître mot est le développement durable. Les articles que la petite entreprise exporte dans les pays voisins de la Suisse et jusqu'en Lettonie se targuent d'être des modèles d'écologie. Des produits 100% d'origine végétale. 100% compostables. 100% sans OGM, sans métaux lourds. Qui répondent à la norme européenne 13432 (produit compostable et biodégradable) et sont certifiés par l'organisme indépendant OK compost.

La formule séduit. Son portefeuille clients compte des noms comme Switcher, le Crédit Agricole (Suisse), le groupe Ringier. Des artisans aussi, à l'instar des boulangers et pâtisseries genevoises ou des agriculteurs du bout du lac réunis sous le label «Genève Terre Avenir».

**Qualité, solidité, esthétique** Il faut dire que, lorsqu'elle est déclinée par bioapply, la protection de l'environnement rime avec qualité, avec solidité. Avec esthétique minutieusement étudiée – «un sac est un support d'image, relève Pascal Binard. S'il n'est pas beau, il est difficile à vendre.» Elle rime surtout avec prix compétitifs, voire plus intéressants que ceux pratiqués par certains concurrents étrangers de la jeune pousse.

Mais l'entreprise genevoise – qui accompagne par ailleurs ses clients dans la mise en place de leur campagne de communication ou dans la formation de leur personnel – compte bien ne pas en rester là. En collaboration avec plusieurs partenaires académiques, suisses et allemand, elle planche désormais sur les bioplastiques du futur. Sur des bouteilles biodégradables, réalisées à partir de déchets agricoles.

«La plupart des start-up se créent sur une technologie. Nous, nous sommes partis avec des produits et nous travaillons maintenant à développer notre propre technologie, notre propre matière première», commente Frédéric Mauch. Reste à gérer la mutation. A intégrer des ingénieurs à l'équipe qui compte, outre les deux fondateurs, une graphiste, un agent commercial et des stagiaires. A «se donner les moyens de ses objectifs», comme le dit Pascal Binard. Et cela pourrait passer par l'ouverture du capital.

## L'apport du Réseau CCSO

C'est avant tout sur le «changement de modèle de l'entreprise» qu'est intervenu le CCSO Genève. Sur l'évolution de la société, d'un projet purement marketing/vente en projet industriel et technologique. «Ils ont toutes les compétences pour gérer les aspects marketing. Nous nous sommes donc concentrés sur le processus d'industrialisation. Sur le positionnement dans la chaîne de valeur. Sur le développement de relations de proximité avec les fournisseurs de matières premières et les industries de transformation», précise Didier Mesnier.

Au-delà de l'aspect technologique – convertir des déchets agricoles en emballages – pour lequel l'entreprise bénéficie du soutien de la CTI (Agence pour la promotion de l'innovation), les partenariats sont, pour le chef de projet du CCSO Genève, une des conditions du succès. «Ils doivent occuper le terrain avant que de gros acteurs ne s'engouffrent dans ce créneau», porteur s'il en est. La France n'a-t-elle en effet pas décidé d'interdire les cabas en plastique non biodégradables à compter de 2010 ? Quant à la ville de San Francisco, c'est à la fin de l'année qu'elle les aura remplacés par des sacs d'origine végétale.

### Pour en savoir plus...

Rue de la Rôtisserie 17  
1204 Genève  
Tél 022 311 88 11  
Fax 022 311 88 92  
[www.bioapply.com](http://www.bioapply.com)  
[p.binard@bioapply.com](mailto:p.binard@bioapply.com)  
[f.mauch@bioapply.com](mailto:f.mauch@bioapply.com)

## Histoire d'un succès

Un outil de travail performant, bien utilisé, rentable. Des commandes à la hausse. Et une équipe à même de les honorer rapidement, efficacement, sans jamais déroger à la qualité qui fait la réputation de l'entreprise. Les deux fondateurs de Pasche et Dubath (focus No 59), Etienne Pasche et André Dubath, ont fait plus que redresser la barre. Ils ont assuré l'avenir de leur société.

Le spécialiste des escaliers, implanté à Epagny (Fribourg), affiche des chiffres noirs. Sa clientèle s'est étoffée. Les patrons ont même pu réinvestir une partie de leurs bénéfices dans une machine à poncer. Ils sont surtout en voie de transmettre le flambeau à leurs fils. Une manière d'assurer la continuité. D'éviter aussi «que ce soit aussi dur pour eux que cela l'a été pour nous, quand nous avons débuté», relève Etienne Pasche.

### L'apport du Réseau CCSO ?

«Une réorganisation fondamentale de la gestion.» Pour Etienne Pasche, le Réseau CCSO, et plus particulièrement son antenne fribourgeoise, ont apporté l'expertise – notamment administrative – que les fondateurs n'avaient pas forcément. «Nous ne sommes pas des commerciaux. Certaines tâches n'étaient dès lors pas bien réalisées. Il était important de

remettre en question l'organisation de la société.»

Si la situation est aujourd'hui satisfaisante, le patron reconnaît que des progrès sont toujours possibles. Il se dit prêt à faire appel, à nouveau, au Réseau CCSO si cela devait s'avérer nécessaire. Ce pourrait d'ailleurs être le cas dans un avenir pas trop lointain, pour «faire le point».

### Les raisons de la réussite ?

Etienne Pasche ne tarit pas d'éloges sur l'équipe (5 employés et un apprenti) sur laquelle s'appuie l'entreprise. Il se réjouit de la réorganisation, menée il y a un peu plus de trois ans maintenant. Il se félicite aussi du «risque payant», pris à l'époque par les deux associés, lorsqu'ils ont décidé d'acquiescer à leur permettre d'augmenter la production et répondre ainsi à la demande.

«C'était un investissement conséquent, admet-t-il. Mais si nous n'avions pas fait ce pas, je ne sais pas où nous en serions aujourd'hui. C'était ça ou végéter.» La conjoncture a fait le reste. Enfin, la venue de son fils dans la société a insufflé un nouvel élan. «Cela nous a beaucoup motivé, nous montrant que l'entreprise pouvait continuer, même sans nous.» [www.escalier.ch](http://www.escalier.ch)

## Projet biotech européen

Faire coïncider l'offre et la demande. Trouver la bonne personne pour le bon poste au bon moment. Le secteur des sciences de la vie est confronté à un manque de professionnels hautement qualifiés. Il requiert, de la part de ceux qui y travaillent, de la mobilité et de la flexibilité. En clair, le développement de ressources stratégiques est un enjeu majeur d'un domaine d'activités en pleine croissance.

Forts de ce constat, Swiss Biotech Association, Young European Biotechnology Network et l'Université des sciences appliquées de Wädenswil ont commencé par lancer, avec le soutien de la CTI (Agence pour la promotion

de l'innovation), une plateforme internet, destinée à mettre en relation entreprises et demandeurs d'emploi. Aujourd'hui, ils franchissent un pas supplémentaire et ambitionnent de créer un réseau international de connaissances et de compétences dédié aux acteurs des sciences de la vie.

Un consortium, réunissant rien moins que 25 associations nationales actives dans le domaine, a été mis sur pied. Et un projet, BIO-ACTORS, auquel le Réseau CCSO est désormais partie prenante, a été déposé auprès du 7e programme-cadre européen de recherche et de développement. Pour en savoir plus: [esther.merino@ccso.ch](mailto:esther.merino@ccso.ch)

## Petits-déjeuners start-up

### Vaud

Date **23 novembre 2007**

Heure **08h15 - 10h30**

Thème **Quelle est la forme juridique la plus adaptée pour ma société ?**

Lieu **World Trade Center, Lausanne**

Renseignements

Séverine Turin 021 316 58 20

Inscriptions: [info.selt@vd.ch](mailto:info.selt@vd.ch)

### Genève

Date **2 novembre 2007**

Heure **08h30 - 10h15**

Thème **Le nouveau droit des SA et des Sàrl**

Lieu **Chambre de Commerce et d'Industrie de Genève**

Date **30 novembre 2007**

Heure **08h30 - 10h15**

Thème **L'utilité d'une convention inter-actionnaires**

Lieu **Chambre de Commerce et d'Industrie de Genève**

Renseignements

Juliette Zurmühle 022 388 34 34

[www.petitsdejeuners.ch](http://www.petitsdejeuners.ch)

## Formation

Université de Lausanne

Centre de formation continue

Renseignements

Tél 021 692 22 90

[formcont@unil.ch](mailto:formcont@unil.ch)

[www.unil.ch/formcont](http://www.unil.ch/formcont)

Thème **Sémiotique publicitaire**

Date **9 novembre 2007**

Heure **09h00 à 17h30**

Lieu **Université de Lausanne, Dorigny**

Haute Ecole de Gestion

Fribourg

Renseignements

Gerhard Schneider-Clotilde Jenny

Tél 026 429 63 63

[environnement@hefr.ch](mailto:environnement@hefr.ch)

[www.heg-fr.ch/](http://www.heg-fr.ch/)

Thème **Droit de**

**l'environnement**

Dates **8 et 9 novembre 2007**

**8 novembre: mécanismes de protection contre le bruit et l'OPB**

**9 novembre: le rayonnement non-ionisant / électro-smog**

Lieu **Fribourg**

Voir aussi [www.ccso.ch](http://www.ccso.ch)



Réseau **CCSO**  
**Contacts**

**CCSO Centre directeur**

Rte du Jura 37-CP 100-1706 Fribourg  
Tél 026 347 48 48

[focus@ccso.ch](mailto:focus@ccso.ch) - [www.ccso.ch](http://www.ccso.ch)

Contact: Christoph Meier

**CimArk – Antenne valaisanne**

[cimark@cimark.ch](mailto:cimark@cimark.ch) - [www.cimark.ch](http://www.cimark.ch)

Contact: Dominique Perruchoud

**CCSO Genève – Antenne genevoise**

[info@ccsoge.ch](mailto:info@ccsoge.ch) - [www.ccsoge.ch](http://www.ccsoge.ch)

Contact: Jean-Marc Hilfiker

**AIT – Antenne vaudoise**

[d.tiercy@ait-va.ch](mailto:d.tiercy@ait-va.ch) - [www.ait-va.ch](http://www.ait-va.ch)

Contact: Daniel Tiercy

**Juratec – Antenne jurassienne**

[p.mercerat@juratec.ch](mailto:p.mercerat@juratec.ch) - [www.juratec.ch](http://www.juratec.ch)

Contact: Pierre Mercerat

**Fri Up – Antenne fribourgeoise**

[office@friup.ch](mailto:office@friup.ch) - [www.friup.ch](http://www.friup.ch)

Contact: Olivier Allaman

**GINNOV – Antenne neuchâteloise**

[francois.klaye@ccso.ch](mailto:francois.klaye@ccso.ch) - [www.ccso.ch](http://www.ccso.ch)

Contact: François Klaye

**Impressum**

Editeur: CCSO Tirage: 3500 ex

Publication: 8 fois par an

Rédaction: Claire Kaplun

Coordination: Nathalie Bersier

Conception: Murielle Leyss

Photos: Activ21, Bioapply

Imprimerie: Claraz SA, Fribourg