

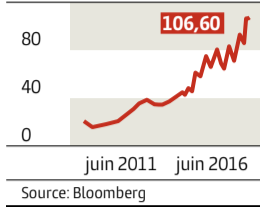
Economie & Finance

Fleuron allemand en mains chinoises

Le spécialiste allemand des robots industriels Kuka a signé mercredi un accord sur son rachat par Midea. Ce groupe chinois s'est engagé à ne pas réorganiser Kuka durant sept ans et demi.

PROGRESSION CONTINUE

Action Kuka, en euros



MICHEL COMBES Président-directeur général de SFR

Le Brexit doit servir de révélateur et pousser l'Union européenne à renoncer à sa politique «suicidaire» en matière de concurrence qui pénalise les entreprises européennes, a-t-il dénoncé mercredi.



4,51

GLENCORE A VERSÉ 4,51 MILLIARDS DE DOLLARS EN 2015 AUX GOUVERNEMENTS DES PAYS DANS LESQUELS IL EXPLOITE OU EXPLORE DES RESSOURCES MINIÈRES.

Le géant zouginois des matières premières a dévoilé mercredi son premier rapport sur le sujet.

SMI 7978,96 +2,64%	↑	Dollar/franc 0,9797	↓
Euro Stoxx 50 2832,18 +2,66%	↑	Euro/franc 1,0878	↑
FTSE 100 6360,06 +3,58%	↑	Euro/dollar 1,1103	↑
		Livre st./franc 1,3217	↑
		Baril Brent/dollar 49,97	↑
		Once d'or/dollar 1321	↑

Des Suisses séduits par l'innovante Shenzhen

INDUSTRIE Longtemps tournée vers la production de masse, la zone économique spéciale du sud de la Chine se met au service des inventeurs. La société vaudoise Rovenso vient d'en profiter. Des étudiants de l'EPFL s'y rendent cet été



FRÉDÉRIC LELIÈVRE, SHENZHEN
@FL_HK

Des câbles de toute sorte, des composants électroniques, des batteries, le tout posé en vrac sur de petits étals. Segbuy, à Shenzhen, est perçu comme la caverne d'Ali Baba des bidouilleurs. Sur les dix étages de ce bâtiment, des centaines de stands proposent tout ce qui se fait d'électronique. De quoi satisfaire l'appétit des «makers», ces passionnés qui fabriquent des objets innovants à des coûts défiant toute concurrence et qui, pour les plus chanceux, pourront conquérir le monde avec leur création.

«C'est comme un supermarché, résume Karina Chang. Nos inventeurs s'y approvisionnent souvent», ajoute la responsable pour la Chine de Hax. Cet accélérateur américain de start-up, installé en haut d'une tour proche de Segbuy, est adossé au fonds de capital-risque SOSV. Hax soutient les entrepreneurs qui préparent «une nouvelle génération de produits avec une forte composante technologique, et qui visent un marché mondial», détaille Karina Chang. Les bureaux vitrés, aux allures d'ateliers, sont ouverts 24h/24. Certains s'y déplacent sur un hoverboard.

La Silicon Valley des usines

A Shenzhen, surnommée la Silicon Valley des usines, «nous disposons d'un écosystème industriel unique», observe Karina Chang. Deux fois l'an, Hax sélectionne des équipes, dans lesquelles elle investit pour les aider à accélérer leur développement, et en particulier à fabriquer leur prototype de robot. Les Vaudois de Rovenso font partie de la dernière volée. «Nous venons



8000

Quelque 8000 sociétés technologiques sont installées à Shenzhen, dont des géants du Web (Tencent), du téléphone (Huawei) ou des drones (DJI).

Premiers tests de ROVéo 250 dans les rues de Shenzhen. Le robot de la société vaudoise Rovenso est destiné au marché du démantèlement nucléaire ou pétrolier. (ROVENSO)

de finir nos 111 jours à Shenzhen, dans ce «goulag» à start-up, à travailler comme des fous. Mais quel résultat!» s'enthousiasme le directeur et cofondateur Thomas Estier, contacté par Skype entre deux voyages. Il vient de rentrer en Suisse, mais a passé la semaine dernière à Munich; début juillet il retournera en Chine, à Shanghai.

Il y présentera le prototype, le premier de taille réelle, réalisé chez Hax: un robot de 250 kg, destiné au marché du démantèlement nucléaire ou pétrolier. Installée au parc de l'innovation de l'EPFL depuis 2014, Rovenso ambitionne de devenir leader mondial d'ici à 2020 des robots civils au sol.

«Cela a été trois fois plus vite qu'en Suisse pour une qualité comparable», raconte Thomas Estier. Les Chinois sont ultrarapides. Une pièce livrée le matin qui ne convient pas reviendra dans l'après-midi améliorée. En Suisse, face aux fabricants, nous sommes considé-

rés comme des clients de troisième classe, parce que nous ne sommes qu'une start-up. A Shenzhen, nous avons été traités presque comme des clients de première classe, notamment grâce à l'appui de Hax.»

Secteur métamorphosé

L'expérience de Rovenso illustre la métamorphose actuelle de la zone économique spéciale créée par Deng Xiaoping en 1979. Quelque 8000 sociétés technologiques y sont installées, dont les géants du Web (Tencent), du téléphone (Huawei) ou des drones (DJI). Les investissements en R&D en 2015 sont estimés à 3 milliards de dollars, près de 6% du produit intérieur brut de Shenzhen, contre 2,3% en moyenne à l'échelle de la Chine.

«Au-delà du dynamisme de Shenzhen, j'ai été surpris par la transformation de l'industrie, relève le patron de Rovenso. Celle que je connaissais, il y a 15 ans, ne s'intéressait qu'au volume et à la

forte croissance. Aujourd'hui, elle est à la recherche d'innovation, prête à travailler sur de petites séries exigeantes pour acquérir des compétences.»

L'usine du monde serait-elle devenue l'usine pour tout le monde? «Exactement, comme le montre la multiplication de ces

«Nous venons de finir nos 111 jours à Shenzhen, dans un «goulag» à start-up, à travailler comme des fous. Mais quel résultat!»

THOMAS ESTIER, DIRECTEUR GÉNÉRAL ET COFONDATEUR DE ROVENSO

communautés de «makers», répond Marc Laperrouza. Cet autre Suisse enthousiasmé par Shenzhen se prépare à y emmener quatre équipes de l'EPFL, de l'ECAL et de HEC Lausanne. Les 25 étudiants participant à CHIC, un programme soutenu par ces écoles ainsi que par la Confédération grâce à Swissnex Chine ou encore le canton de Vaud. Les futurs ingénieurs, designers et économistes vont profiter des ressources de Shenzhen pour réaliser un objet sur lequel ils travaillent depuis plusieurs mois, comme une *lunch box* chauffante ou des baguettes connectées pour jouer à la batterie. Un objet pour lequel Marc Laperrouza demande aussi de développer un modèle économique.

En juillet, les étudiants suisses auront une semaine pour réaliser leur prototype chez Seed Studio. «Nous sommes un «maker» pour les «makers», sourit Albert Miao, cofondateur de cette entreprise

créée en 2008. Nous aidons ceux qui ont des idées à les concrétiser.» Sur une étagère de la salle de réunion, une photo montre Li Keqiang dans les locaux de Seed en 2015. Le premier ministre chinois y avait fait une halte lors d'une visite dans la région, au cours de laquelle il avait promu l'innovation comme l'avenir économique de la Chine.

Seed emploie 250 personnes et vend des composants dans le monde entier. Pour répondre à la demande, l'étage d'un nouveau bâtiment vient d'être loué. S'y trouve la chaîne de production. Des ouvriers assemblent des cartes électroniques. À côté, deux imprimantes 3D fabriquent de petits cylindres jaunes.

«Les Chinois copient tout»

L'univers des «makers» n'est toutefois pas tout rose. Il côtoie aussi le monde du *shanzhai*, un terme qui désigne les copies bas de gamme des produits électroniques, avec des marques comme Nakia ou Samsung. A Shenzhen, la notion de propriété intellectuelle reste abstraite. Ce n'est pas Armando Moll qui dira le contraire. «Les Chinois copient tout, et ils en sont fiers», avertit le patron de Technacon, un fournisseur de l'industrie européenne avec trente ans d'expérience. Sa société vient de quitter un quartier industriel crasseux pour le parc de la science et de la technologie, flambant neuf. «La qualité progresse, mais la plupart des sociétés continuent de s'en moquer, poursuit-il. Seul le coût compte. Mais dans mon domaine les garanties sont de huit, voire dix ans. Les Chinois n'y sont pas encore.»

Pour éviter d'être copiée, l'équipe de Rovenso a monté son robot seule, commandant les pièces à différents fournisseurs. «Il faut aussi prendre tout le monde de vitesse, ajoute Thomas Estier. Enfin, tous les logiciels sont des secrets maison.» Son prototype achevé, Rovenso prépare à présent une nouvelle levée de fonds pour cet autonome, et espère lancer ses produits sur le marché en 2018. ■

Bucherer est prêt à faire décoller sa propre marque

HORLOGERIE Longtemps dans l'ombre du grand détaillant lucernois, la production de montres Bucherer a quadruplé depuis 2009

Non, Bucherer n'est pas seulement le grand détaillant suisse d'horlogerie. Le groupe lucernois, dont les boutiques se trouvent en Suisse (13 points de vente), en Autriche, en France et en Allemagne, est aussi une marque horlogère.

C'est pour le rappeler haut et fort que son patron, Sascha Moeri, avait invité la presse mercredi à Lengnau (BE), près de Bienne. L'occasion, aussi, d'inaugurer l'agrandissement

et la rénovation d'un site de production dont la marque a longtemps été locataire.

Désormais, sur trois étages, sont concentrés la recherche & développement, la production de mouvements, l'assemblage ou encore le service après-vente de Bucherer. Au total, environ 65 personnes, sur les 160 employés de la marque, sont réunies dans la manufacture.

Mais ce regroupement de compétences n'est qu'une étape parmi d'autres. Depuis cinq ans, toutes sortes d'actions ont été entreprises pour faire décoller une marque qui a longtemps vécu dans l'ombre du détaillant éponyme.

Elle a par exemple présenté lors du dernier Baselworld, en mars, un nouveau calibre développé à l'interne, le A2000. Une sorte de plateforme qui servira de base à de nombreuses futures déclinaisons – du basique aux mouvements à grandes complications – et qui «permet de réduire notablement les coûts de production», selon Sascha Moeri, 43 ans, qui dirige la marque depuis 2010.

Pour l'heure, la majorité des montres estampillées Bucherer – l'essentiel de l'éventail de prix s'étend de 5000 à 30000 francs – restent équipées de mouvements Sellita, ETA, Dubois Dépraz ou

Renaud & Papi. La marque ne donne pas de chiffres précis, mais sur les 25000 pièces écoulées en 2015, environ 20% embarqueraient des mouvements maison, selon nos informations. Une part qui, quoi qu'il en soit, va aller en augmentant, promet-on à Lengnau.

En Chine, en Suisse et à Hollywood

La marque a aussi travaillé à séduire les femmes. En 2009, seules deux montres sur dix étaient des modèles féminins. L'an dernier, cette part avait doublé.

Côté marketing, Carl F. Bucherer – c'est le nom exact de la marque,

hérité du fondateur – fait désormais de Lucerne la base de sa communication. «Nous sommes les seuls à nous appuyer sur cette ville reconnue à l'international», se réjouit son patron, sans s'embarrasser du fait que les montres sont fabriquées dans le canton de Berne.

La marque a par ailleurs associé son image à celle de l'actrice chinoise Li Bingbing. En Suisse, Bucherer est désormais partenaire de l'Association suisse de football. Elle s'active aussi dans le placement de produits dans plusieurs films hollywoodiens.

Cette agitation s'avère payante, si l'on en croit les chiffres présentés jeudi. «C'est presque gênant de le

dire aujourd'hui, au vu du contexte général, mais nous sommes en forte croissance», a répété Sascha Moeri. En 2009, la marque avait vendu 6400 pièces. En 2010, un peu plus de 12000 pièces. En 2015, elle a dépassé le stade des 25000 montres, pour environ 100 millions de francs de chiffre d'affaires, répartis à 40% en Asie et 30% en Europe.

Sascha Moeri veut arriver à 30000 «le plus vite possible». «Nous avons toujours été limités dans notre croissance. Ce n'est aujourd'hui plus le cas.» ■

SERVAN PECA
@ServanPeca