

JURA Gagnant d'un concours, Geosatis passe une semaine à la Silicon Valley.

Le Noirmont séduit l'Amérique

SAN FRANCISCO
LUCIEN CHRISTEN

«Ce voyage est très bénéfique pour nous. Nous risquons d'en tirer profit rapidement grâce notamment à un projet pilote en collaboration avec un distributeur et le département de la probation de la ville de San Francisco.» Reshad Moussa, responsable du développement commercial de Geosatis, est ravi.

Craintes dissipées

C'est après avoir gagné le Swisscom Startup Challenge 2014 que l'employé de l'entreprise basée au Noirmont, spécialisée dans les bracelets de surveillance électroniques, a pu se rendre à la Silicon Valley afin de se frotter au marché américain. «Si nous avons quelques craintes quant à la différence de mentalité entre la Suisse et les Etats-Unis, nous avons été agréablement surpris par le bon accueil fait à notre produit. La réintégration sociale est également mise en avant, nos craintes se révèlent finalement être moins fondées que ce que l'on avait pu s'imaginer.»

Pour preuve, le département de la probation de la Ville de San Francisco s'est porté volontaire pour un projet pilote dès la fin de la présentation de Reshad Moussa. «C'est un superproduit et je vous dis ça du haut de mes 30 ans d'expérience dans le domaine carcéral», lance Wendy Still, la cheffe dudit département. Ce qui l'a séduite? «Le bracelet est beaucoup plus léger et discret que ceux que nous utilisons actuellement. Le dispositif victime (ré: qui prévient son détenteur si le porteur du bracelet se rapproche, dans le cas de violences conjugales par exemple) est également quelque chose que nous n'avions jamais vu, ça me plaît beaucoup.»

L'art de séduire

Et si Geosatis séduit, c'est que les exigences suisses en la



Reshad Moussa présente ses bracelets de surveillance électroniques à la cheffe du département de la probation de San Francisco, Wendy Still. LUCIEN CHRISTEN

matière sont pour le moins contraignantes. «Nos clients en Suisse mettent la barre très haut. Il y a beaucoup plus d'éléments requis pour être conforme en Suisse qu'aux Etats-Unis. Du coup, on a un avantage lorsque l'on démarche des clients américains», continue l'ingénieur de formation de 37 ans.

Rendez-vous enchaînés

En une semaine, Reshad Moussa aura enchaîné pas moins de 11 rendez-vous, sans compter les visites d'entreprises organisées par Swisscom. Départements de probation, distributeurs, investisseurs et sociétés technologiques, la firme normonnière n'a pas chômé. «Ces différentes rencontres nous ont permis de mieux cerner les attentes des clients d'outre-Atlantique. Nous pourrions également améliorer notre produit à la suite des remarques qui nous ont été faites.»

Parmi ces remarques, celle de Kent Borowick, responsable financier de LCA, distributeur de matériel de surveillance électronique: «Vos bracelets se lavent-ils dans un lave-vaisselle? Car c'est comme ça que nous faisons ici.» Une remarque qui fait sourire Reshad Moussa. «Nous n'avons jamais testé cette méthode. Mais c'est intéressant de le savoir, nous allons effectuer les tests.»

Obstacle

Mais, la plupart du temps, les questions sont techniques. «Apparemment, une des grosses difficultés à San Francisco concerne la topologie. La ville est entourée d'eau et de montagnes et les nombreux buildings sont un obstacle à la bonne réception des données de localisation. Les pilotes révéleront si nos bracelets sont plus efficaces que ceux de nos concurrents dans de telles conditions», répond le responsable du développement commercial de Geosatis. ●

Belles perspectives

Autre réussite pour Geosatis, l'intérêt marqué du distributeur LCA, qui travaille notamment avec la probation de San Francisco. «Rien n'est encore décidé, mais si nous débutons une collaboration avec ce distributeur, cela pourrait nous ouvrir de nombreuses portes et donc nous permettre de bien nous implanter aux Etats-Unis», dévoile Reshad Moussa, responsable du développement commercial de Geosatis.

Car, ce qui compte pour s'implanter sur un marché, ce sont les contacts, comme l'ont martelé les nombreux investisseurs rencontrés par les gagnants du concours de Swisscom. «Le responsable financier de LCA a personnellement beaucoup aimé notre produit. Comme il connaît la majorité de nos clients potentiels, son influence est très bénéfique. Il avait d'ailleurs déjà parlé de nous à certaines personnes afin de plaider notre cause avant même que nous leur ayons nous-mêmes présenté nos bracelets», poursuit-il.

La seule barrière à cette expansion reste le prix. «Nous avons jusqu'ici pu nous aligner sur les tarifs sud-africains et moldaves (ré: les plus bas d'Europe). Cela ne devrait donc pas nous poser de sérieux problèmes de le faire aux Etats-Unis. Le fait de proposer un bracelet haut de gamme permet également un prix plus élevé», reprend Reshad Moussa, qui peut également profiter de l'excellente réputation des produits suisses de manière générale. ●

SWISSCOM DANS LE CAPITAL

En clôture du deuxième Swisscom Challenge, l'opérateur de téléphonie a annoncé son entrée dans le capital de Geosatis. Une rentrée financière qui se combine à celle de plusieurs autres investisseurs privés suisses (un banquier privé genevois, deux industriels jurassiens actifs dans l'horlogerie, un industriel bâlois œuvrant dans la chimie et une Family office zurichoise pour une somme globale de 1,6 million). Swisscom actionnaire majoritaire? La firme n'a pas souhaité dévoiler le montant de son investissement. De quoi permettre à la start-up du Noirmont, qui n'en est d'ailleurs presque plus une, de respirer un peu.

«Cette rentrée financière va nous permettre d'engager de nouveaux collaborateurs, de développer notre marketing et notre communication et de finaliser la production de la commande pour l'Afrique du Sud», explique Reshad Moussa, responsable du développement commercial de Geosatis.

De son côté, Swisscom explique son investissement: «Geosatis évolue dans un marché de niche d'envergure mondiale et amène une réelle différence. Nous voulons les aider à faire grandir leur business car les retombées seront aussi bonnes pour nous», déclare Stefan Kuentz, directeur d'investissement chez Swisscom Ventures. «Geosatis sait exactement à qui s'adresser pour favoriser son développement. Ils connaissent parfaitement leur marché.» Une connaissance qui pourrait être bénéfique au géant Suisse de la télécommunication, notamment pour la vente de ses cartes SIM (ré: dont sont équipés les bracelets de Geosatis en Suisse) à l'étranger. Actuellement, l'entreprise noirmonnaise collabore aussi avec d'autres opérateurs, notamment en Afrique du Sud. La possibilité d'étendre son marché sur plusieurs continents a de quoi séduire Swisscom.

Pour sa part, Geosatis espère également de ce partenariat qu'il lui donne «un accès stratégique aux nouvelles technologies et autres avancées de Swisscom», déclare Reshad Moussa. ●

LE LOCLE Un étage de plus et des façades neuves pour une société en plein essor.

Dixi Polytool vise les 50 millions en 2018

La grande baie vitrée, ses façades satinées et le logo de l'entreprise qui se voit de loin annoncent la couleur: un vent nouveau souffle sur Dixi Polytool (photo David Marchon), fabricant d'outils au Locle. Depuis deux ans, l'équipe dirigeante a retroussé ses manches et transformé une entreprise qui pouvait passer pour un tantinet poussiéreuse – en tout cas vu de l'extérieur – en un grand vaisseau industriel prêt à affronter les pires embruns.

Hier, le CEO de l'entreprise, Marc Schuler, était ravi d'inaugurer un projet d'extension et de rénovation allant de pair avec une toute nouvelle manière d'organiser la production à l'interne. Désormais, c'est une solide crois-



sance que vise l'entreprise: «Notre objectif est d'atteindre 50 millions de chiffre d'affaires en 2018», lance Marc Schuler. Avec de l'embauche à la clé: la société espère passer de 240 collaborateurs aujourd'hui – dont 170 au Locle, une trentaine chez Rollier à La Neuveville et le solde à l'étranger – à un effectif de 300 personnes.

Destinés notamment à l'horlogerie et au médical, ses outils sont pour certains aussi fins qu'un cheveu... et il s'agit d'outils de coupe! Un imposant parc de machines permet de répondre à presque toutes les demandes alors qu'un partenariat avec Rolomatic, au Landeron, pousse l'entreprise sur un nouveau terrain, celui des fraises-mères, desti-

nées à tailler de minuscules engrenages horlogers.

Mais hier, c'est aussi de volumes plus imposants qu'il a été question: «Le moment était venu d'investir dans la rénovation», a relevé Pierre Castella, directeur général de Dixi Holding, qui chapeaute les quatre entités du groupe loclois. Ce vaste projet, qui a nécessité un investissement de cinq millions de francs, a été mené par l'architecte Andrea Pelati, à Neuchâtel. Un étage supplémentaire a été ajouté sur le flanc ouest de la longue usine. Et les façades ont été assainies, isolées, rafraîchies et désamiantées. En chauffage, l'économie sera tout de même de 40 000 litres de mazout par année. ● FRK

VACHES D'HÉRENS

Sérane reine à Essertines

Le Ponlier Pierre-Alain Monard, copropriétaire avec Samuel Dind de Sérane, était vachement – c'est le cas de le dire – déçu le 12 octobre au retour de l'arène des combats de reines du Comptoir de Martigny. Sa lutteuse sacrée reine de la Vue-des-Alpes au printemps dernier a été sortie après avoir passé les qualifications du matin pour un soi-disant mauvais comportement avec l'homme.

«Un rabatteur lui a donné un coup de bâton alors que les quinze dernières vaches étaient dans le ring et elle s'est mise en position de lutte», raconte celui qu'on appelle plus souvent Pampi. Ce geste d'humeur lui a valu d'office la 15e place des finalistes. On ne la verra donc pas à Aproz

en mai à la grand-messe de la race d'Hérens.

En revanche elle a montré sa valeur, d'ailleurs reconnue malgré tout par passablement d'éleveurs, à Essertines-sur-Yverdon pas plus part que dimanche dernier. Sérane a raflé le titre de reine des reines chez les vaches lourdes dans ce match vaudois. Et ce n'est pas tout. Dans la catégorie des génissons, Pierre-Alain Monard peut désormais compter sur une autre reine, Baccara, à pile poil deux ans.

A noter enfin la belle deuxième place dans cette catégorie des génissons d'une autre vache d'Hérens neuchâtoise, Mirabelle, propriété des gars de l'Amicale du 6 janvier à Rochefort. ● RON