

Les start-up ont réussi à convaincre le public

Une vingtaine de start-up ont étrenné la première édition du Village de l'innovation, au Comptoir Suisse. A la veille de la fermeture, le bilan est positif.

Isabelle Aeschlimann appréhendait un peu l'expérience. A tort: «Être au Comptoir Suisse nous permet d'atteindre des gens qu'on ne voit pas dans les salons spécialisés, et des gens d'autant plus ouverts que, contrairement à d'autres stands, ils ne seront pas priés d'acheter à la fin de la démonstration.»

Intérêt pour le solaire

La fondatrice et gérante de Wattable a pu tester l'intérêt pour la table solaire, pour jardin ou balcon. L'énergie est accumulée par le panneau photovoltaïque installé dehors, via un micro-onduleur et une fiche ordinaire de 230 volts. L'électricité est envoyée dans l'appartement et diminue d'autant la facture du compteur. «On s'aperçoit que les gens ne connaissent pas très bien le domaine de l'électricité, mais qu'ils sont prêts à se lancer dans les nouvelles techniques, dont le solaire, surtout quand c'est simple et direct», se réjouit

Isabelle Aeschlimann. Le grand public peut aussi se familiariser avec des sujets pointus. C'est le cas du test Pill Protect, mis au point par Gene Predictis. Ce test ADN permet d'évaluer le risque de thrombose chez les femmes, en lien avec les contraceptifs. «Nous tenons compte de l'analyse ADN, de la composition du médicament, et du mode de vie

de la personne pour établir un profil et déterminer les risques», précise la CEO Goranka Tanackovic. L'impact s'est révélé très positif auprès des visiteurs. «Les femmes bien sûr étaient très intéressées. Il est important pour nous que les gens sachent que cela existe.» La validation clinique de Pill Protect est finalisée, et il peut déjà être prescrit par les gynécologues ou généralistes. Facturé 270 fr., il est remboursé par les caisses maladie. Gene Predictis réalise d'autres tests sur la base d'analyses ADN, et cherche des investisseurs. «La visibilité offerte par le Village de l'innovation est de ce point de vue intéressante», souligne Goranka Tanackovic.

La société One Creation, active dans le financement de start-up et de PME, était le parrain de cette première édition.

Son CEO, Olivier Ferrari, juge que «ce type d'expérience devrait être réédité dans d'autres événements comparables au Comptoir Suisse».

Selon lui, le brassage des visiteurs est une manière unique pour les petites sociétés, comme pour One Creation, de s'inscrire dans la durée et dans la mémoire des gens. «Qu'il s'agisse de M. Tout-le-monde ou de représentants d'investisseurs, voire de fonds de pension, tous font un saut au Comptoir et sont passés au Village de l'innovation».

Le placement privé (ou «private equity») est, note-t-il, aussi mystérieux pour les gens que peuvent l'être certaines start-up de pointe. «C'est une question de culture. Ici, il est souvent assimilé à de la pure spéculation, ce qui n'est pas la perception qu'on peut en avoir aux Etats-Unis.» **Ivan Radja**



Le Village de l'innovation boucle sa première édition demain au Comptoir Suisse, à Lausanne. DR