



venturelab news

venturelab, un programme national de l'Agence pour la promotion de l'Innovation CTI, offre, en étroite collaboration avec les universités, EPF et HES suisses, des modules de formation pour soutenir les jeunes entreprises innovantes et sensibiliser les étudiants au thème de l'entrepreneuriat

V E N T U R E L A B

Un cœur de conquérant

Le métier de rêve pour Ralph Rimet? Entrepreneur sans aucun doute! C'est avec cet objectif qu'il a envisagé son avenir et planifié sa formation en profitant des possibilités offertes par venturelab

Ralph Rimet a suivi une formation d'économiste d'entreprise à la Haute école spécialisée (HES) à Lausanne. Pour sa dernière année de formation, il s'inscrit au programme «Business Expérience» de la HES-SO du Valais à Sierre qui intègre la formation «venture challenge».

Le début d'une relation intense avec venturelab

Cette période marque le début d'une relation intense avec venturelab. Dans le cadre de venture challenge, les étudiants sont sensibilisés à l'entrepreneuriat. En groupe, ils doivent développer concrètement des idées d'entreprises.

Le BlueWatchDog: ou comment le tram donne des idées

Les fondements de l'entreprise Secu4, la start-up de Rimet qui commercialise avec succès le BluewatchDog, dispositif antivol et antiperte, remontent à cette époque. Ralph se rappelle: «Consciemment, j'avais choisi deux collègues à la fibre entrepreneuriale pour faire partie de mon groupe de projet. Mais il nous a fallu un certain temps avant de trouver l'idée commerciale vraiment convaincante. Finalement, le hasard nous a aidés: lors d'une sortie à Zurich, mon collègue a oublié son porte-monnaie

dans le tram et une passagère nous a tout de suite interpellés. Cet incident a été le déclic: nous allions inventer un petit appareil pratique qui remplirait automatiquement cette fonction!»

était à l'époque déjà BlueWatchDog. «Les résultats de l'étude étaient positifs et mettaient en évidence un potentiel bien réel. Il était dès lors tout à fait clair que j'allais m'engager plus avant sur cette voie!»

L'autre carrière de Ralph Rimet

Nous sommes en juillet 2005, Ralph continue à travailler en solo sur le projet puisque deux des membres de

optimisme. En tant que joueur de hockey sur glace en ligue nationale avec Lausanne, puis en 1ère ligue avec Montana, il avait accumulé une expérience dans le milieu sportif qui lui a alors beaucoup servi. Mais Ralph doit aujourd'hui revoir cet engagement: «Il est malheureusement devenu pratiquement impossible de caser les trois entraînements hebdomadaires dans mon agenda». Au grand dam de son club qui aimerait beaucoup le voir poursuivre et faire profiter l'équipe de son leadership et de son esprit d'entreprise!

Retour dans le petit bureau du «TechnoArk» à Sierre. Cet incubateur, un élément de l'offre mise en place dans le canton du Valais pour encourager l'innovation, a représenté un pilier impor-

tant pour le jeune entrepreneur Ralph. Un autre appui essentiel était venturelab. «Avec Business Experience, j'avais déjà accompli le cours d'un semestre venture challenge. J'ai ensuite suivi les modules «venture plan» et «venture training». L'importance d'un réseau large et diversifié m'est apparue au fil des nombreux «venture apéros» et des «Petits déjeuners pour entrepreneurs» qui sont

régulièrement organisés en Suisse romande. Puis, en séjournant à Boston en été 2006 en tant que lauréat de «venture leaders», j'ai pu donner une dimension internationale à ce réseau.

Pour Ralph commence alors une période d'espoir et de lutte

Un potentiel bien réel

Le trio avait pris un certain retard et a dû mettre les bouchées doubles. «Mais la certitude d'avoir trouvé un produit vraiment novateur nous donnait des ailes», se souvient Ralph qui devient alors l'entrepreneur dont il rêvait et se met au travail dans un petit bureau avec 10'000 francs de capital de départ mis à disposition par la HES-SO Valais. Parallèlement, Ralph devait terminer ses études, ce qui lui a permis de combiner idéalement la pratique et la théorie: le travail de diplômé du spécialiste en marketing Ralph Rimet consistait en une étude de marché pour son produit, qui s'ap-



l'équipe d'origine ont pris un emploi rémunéré. Pour Ralph commence alors une période d'attente, d'espoir et de lutte qu'il aurait été difficile de surmonter sans sa conviction et son

S O M M A I R E

- 1 Un cœur de conquérant**
BlueWatchDog
- 3 venturelab**
Diversifié et polyglotte
- 4 CTI Start-up**
Chromacon, une technologie révolutionnaire
- 5 Portraits d'entrepreneurs**
Poken et Sensimed
- 6 venture plan et venture training**
Stratégie de réussite pour idées novatrices
- 7 venture challenge et venture ideas**
Révélez votre envie d'entreprendre
- 8 venture news**
L'actualité romande pour tous les entrepreneurs

Pour toute information:

«venturelab» c/o IFJ
Institut für Jungunternehmen
PSE-C
1015 Lausanne

jordi.montserrat@venturelab.ch,
Regional Manager Suisse Romande

nadine.reichenthal@venturelab.ch,
Communication &
Programme Manager

Secu4, un combat réussi

2004

- Ralph Rimet quitte la HES de Lausanne pour le Valais, où il est attiré par le cours venture challenge qui fait partie du programme «Business Experience» proposé par la HES-SO Valais à Sierre. Ralph entre ainsi en contact pour la première fois avec venturelab.
- L'équipe de Ralph initie le projet du BlueWatchDog.

2005

- Ralph termine ses études d'économiste d'entreprise. Son travail de diplôme est une étude de marché qui révèle le potentiel commercial du BlueWatchDog.
- Ralph devient entrepreneur indépendant au bénéfice d'un capital de 10'000 francs et d'un petit bureau dans l'incubateur TechnoArk à Sierre; il a un travail temporaire chez Securitas.

2006

L'«année venturelab» de Ralph avec le développement, le perfectionnement et la mise en valeur de son idée et du modèle commercial, de son savoir-faire entrepreneurial et de son réseau:

- validation du plan d'affaires et de la stratégie dans le module «venture plan»;
- Plan de croissance et présentation aux investisseurs potentiels dans «venture training»;
- Lauréat de venture leaders: Ralph passe 10 jours à Boston et profite de contacts internationaux;
- Ralph fréquente assidûment les events «venture ideas» et les «venture apéros».
- Ralph reçoit ses premières distinctions avec PERL, Prix de l'innovation de Lausanne Région et d'une bourse de The Ark.
- Le premier prototype du BlueWatchDog est disponible, son format est encore légèrement supérieur à celui d'une carte de crédit.

2007 – 2009

- Création de Secu4.
- Participation au SwissTech Tour.
- Recherches de financement couronnées ou non de succès sur la base d'innombrables présentations.
- Secu4 engage son premier collaborateur (à 50%), l'entreprise compte aujourd'hui deux demi-postes (en plus de Rimet).
- Succès n° 1: Secu4 est dans le top 100 des meilleures start-ups européennes de Red Herring.
- Succès n° 2: commercialisation du produit grâce à des financements de resp. 300'000 puis 1,4 million de francs.
- Succès n° 3: Secu4 reçoit le label CTI start-up.
- Succès n° 4: Secu4 est aussi nommé dans le top 100 des meilleures start-ups mondiales de Red Herring.
- Succès n° 5, n° 6 et suivants: le produit se vend sur internet, dans les magasins spécialisés et bientôt aussi chez les distributeurs d'électronique «grand public».

Pour en savoir plus sur le BlueWatchDog: www.secu4.com

Le «chien de garde» en format carte de crédit

Considérant les étapes marquantes de sa jeune carrière d'entrepreneur, Rimet l'optimiste considère que «finalement, les événements se sont toujours enchaînés au bon moment». Les spécialistes des liaisons Bluetooth au sein de la HES valaisanne ont par exemple été déterminants: «Ils m'ont

très tôt incité à miser sur le concept du BlueWatchDog en liaison avec le téléphone portable. J'ai ainsi pu mettre au point un prototype en 2006 et passer ensuite au proof of concept. Le premier BlueWatchDog avait une taille encore respectable, mais l'objectif du format carte de crédit était clair dès le départ.»

Le lieu de naissance du succès:
L'incubateur du Technoark de Sierre



Traversée du désert

Beaucoup auraient considéré les mois suivants comme une véritable traversée du désert. Confiant dans le potentiel de son produit, il a tout de même fallu à Rimet une bonne dose de courage pour se mettre volontairement au chômage et renoncer à son propre appartement. «Je ne savais tout simplement pas si j'allais pouvoir payer mon loyer pendant plus de trois mois!», raconte-t-il en repensant à cette période. Il a donc habité quelque temps chez un ami, parfois aussi dans son bureau et il a continué à s'engager pour le BlueWatchDog. «J'ai amélioré le produit et présenté le projet plus de 50 fois.» Quelques Business Angels se sont laissés convaincre; les anciens collègues d'études de Ralph étaient eux aussi persuadés du potentiel du projet.

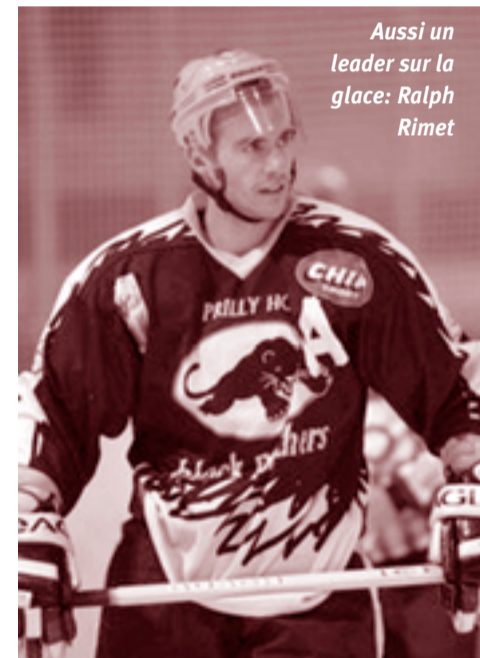
Au front avec un premier collaborateur

Les fonds étaient alors suffisants pour engager un premier collaborateur en la personne de l'ingénieur Simon Rinaldi, lui aussi convaincu du potentiel du projet. En parallèle, des négociations avec un partenaire américain

s'annonçaient très prometteuses. Mais, en 2007, en lieu et place du contrat attendu, Rimet et son employé reçoivent une réponse négative. Rimet se souvient: «Le produit était prêt, la production aurait pu commencer et nous étions sans aucune ressource financière; mon compte privé était lui aussi pratiquement vide et j'avais un employé à rémunérer. Simon était conscient des risques, mais il est resté! Et nous avons donc décidé de continuer.» Ralph souligne que cette amère déception lui a aussi appris quelque chose: «Je sais aujourd'hui qu'un entrepreneur doit être fondamentalement optimiste pour avoir une chance de percer. Les nombreux messages de soutien reçus des membres de mon réseau, entre-temps toujours plus étoffé, m'ont en outre conforté dans ma décision de continuer.»

Réseau: donner pour recevoir

Ralph Rimet considère les réseaux comme un élément-clé de la réussite entrepreneuriale: «Mais attention: une collection de cartes de visite n'est pas, et de loin, un réseau. Un réseau



de relations se cultive par des contacts multiples et réguliers. Si l'on veut profiter de contacts plus larges, il faut être prêt à y mettre du sien et à s'investir personnellement auprès des collègues qui en ont besoin». Pour le Valaisan, on observe un nouveau type de relations, empreintes d'ouverture et de solidarité, entre les entrepreneurs de sa génération. Un exemple concret: Ralph entretient encore de multiples contacts avec les participants à venture leaders 2006 à Boston. Des contacts qui lui demandent



De la boîte originale à l'élégant format carte de crédit

du temps et qu'il doit «aujourd'hui forcément sélectionner pour faire face à la masse de travail liée au démarrage de mon entreprise».

Retournement de tendance et premiers succès

L'échec enregistré fin 2007 a en quelque sorte marqué un retournement de tendance. Se dépensant sans compter et après de multiples présentations et discussions, Ralph est parvenu en 2008 à mobiliser dans un

casion de la conférence LIFT à Genève et obtention du label CTI Start-up. Finalement, Ralph a accepté d'annoncer son produit auprès de Red Herring, ce qui lui a valu une reconnaissance immédiate parmi les 100 start-ups européennes les plus prometteuses. Secu4 a même réussi à entrer dans la liste des 100 meilleures start-ups du monde.

Place aux nouveaux défis

«Cette nomination a eu des répercussions formidables: félicitations et réactions de toutes parts, une forte présence médiatique et des contacts commerciaux», commente Ralph. Simultanément, le BlueWatchDog est aussi parvenu à accéder à une plus grande visibilité: en plus des commerces spécialisés, le système d'alarme novateur sera prochainement aussi en vente chez les distributeurs d'électronique «grand public». Endurant et confiant, le sportif de Sierre a-t-il aujourd'hui gagné la bataille? «Une victoire d'étape oui sûrement», relativise Rimet pour qui «le championnat continue!» Entrepreneur jusqu'au bout des doigts, il sait que de nouveaux défis l'attendent et il s'en réjouit!

«Une collection de cartes de visite n'est pas, et de loin, un réseau.

premier temps 350'000 francs, puis 1,4 million pour améliorer et finalement produire le BlueWatchDog. Les premières distinctions ont suivi: nomination à SwissTech Tour en 2007 déjà, puis, en 2008, distinction à l'oc-

Avec le soutien de The Ark

Secu4, la start-up de Ralph Rimet, est domiciliée depuis ses débuts au TechnoArk de Sierre, avec une cinquantaine d'autres start-ups, PME ou instituts de recherche.

Le TechnoArk de Sierre existe depuis 20 ans déjà et constitue le plus ancien parc technologique de Suisse!

Depuis la création de la fondation The Ark en 2004, le canton du Valais encourage encore plus intensément l'innovation et les hautes technologies dans le canton. Le succès de Rimet démontre l'efficacité de cette démarche initiée en 2004 sous la houlette de «The Ark – fondation pour l'innovation en Valais», fondation qui a apporté son soutien et soutenu financièrement Ralph à ses débuts.

Venant de Lausanne, Ralph Rimet a initié sa carrière d'entrepreneur en Valais où il a suivi le cours «venture challenge» intégré dans le programme «Business Experience» de la HES-SO Valais de Sierre.

Organisation faîtière, la fondation The Ark coordonne les intérêts des différentes parties du canton. Sur différents sites, des sociétés anonymes indépendantes gèrent avec le concours du canton, des communes ou d'organismes privés des centres de l'innovation et des incubateurs: BioArk à Monthey (sciences de la vie), IdeArk à Martigny (intelligence artificielle, interfaces humain-machine); PhytoArk à Sion (plantes médicinales), BlueArk à Viège (énergies renouvelables); TeleArk à Brigue (information et communication) et TechnoArk à Sierre.

venturelab – diversifié et polyglotte

Roberto Vitalini travaille à Mendrisio, Barbara Yersin à l'EPFL à Lausanne et Sadik Hafizovic au Technopark à Zurich. Dénominateur commun: leurs contacts avec «venturelab».

Minsh: un monde virtuel subaquatique

«venture challenge est un programme vraiment unique que je recommande à toutes celles et ceux qui ont la fibre entrepreneuriale!». Barbara Yersin, de l'EPFL commente ainsi l'offre de «venturelab»; en toute connaissance de cause puisqu'elle a participé au «venture challenge», au «venture ideas» et qu'elle a fait partie des lauréats de «venture leaders 2008».



Son projet «Minsh» est synonyme de nouvelles impulsions dans les réseaux sociaux du Web 2.0. Barbara ne se contente pas créer des avatars tels qu'on les rencontre actuellement dans les mondes virtuels: elle élabore des figures capables d'actions autonomes. Par exemple, lorsque l'utilisateur n'est pas sur le réseau, son avatar peut tout de même entrer en contact avec d'autres figures virtuelles, partager des informations et même exécuter certaines tâches.

Deuxième particularité de Minsh: Barbara renonce à la représentation traditionnelle des avatars sous forme humaine (elle a écrit sa thèse sur le sujet). Elle transpose son monde virtuel dans le milieu subaquatique: ses avatars sont des poissons.

Une vidéo visible sur www.minsh.net donne une idée des possibilités du projet de Barbara qui sera mis en ligne en avril – dans un premier temps en collaboration avec Twitter, par la suite avec d'autres réseaux sociaux.

www.minsh.net

Zurich Instruments: une année réussie

Les amplificateurs lock-in sont capables de filtrer des signaux acoustiques extrêmement faibles parmi des bruits d'une intensité parfois 1000 fois supérieure. Ils font partie de l'équipement standard des labos de recherche en électronique et en physique et jouent aussi un rôle important dans les installations radar ainsi que dans le domaine médical, notamment dans les tomographes à résonance magnétique (imagerie par résonance magnétique = IRM).

Alors que les amplificateurs «lock-in» conventionnels fonctionnent sur le mode analogique, la spin-off de l'EPFZ Zurich Instruments AG a mis au point un amplificateur numérique doté d'un domaine de fréquence beaucoup plus étendu. «Dans l'IRM, notre appareil développe une puissance semblable à celle de quatre

modèles conventionnels. Même si notre amplificateur n'est pas bon marché, il s'avère tout de même nettement plus avantageux», explique Sadik Hafizovic, CEO de l'entreprise.

Le nom de la start-up est révélateur d'un attachement fort au pôle de recherche zurichois, mais c'est grâce à l'institut berlinois IZM Fraunhofer que Zurich Instruments a signé son premier succès.

L'idée commerciale avait toutefois déjà été reconnue à sa juste valeur: En 2008, Zurich Instruments a reçu le label CTI Start-up de l'Agence pour la promotion de l'innovation CTI, a fait partie des lauréats du prix de l'innovation décerné par l'IMD de Lausanne, reçu 100'000 francs de la Schweizerische Volkswirtschaftsstiftung et enfin 130'000 francs de venture kick. «Cette aide nous a permis de traiter les aspects touchant à la propriété intellectuelle et de professionnaliser le département développement», résume Sadik.

De plus, en tant que lauréat de «venture leaders 2008» Sadik a pu passer dix jours à Boston en tant que membre de l'équipe nationale des startups.

www.zhinst.com

Bashiba: des projets futuristes

Roberto Vitalini est fondateur de Bashiba. «Nous créons, développons et commercialisons des projets et services futuristes», telle est la devise de Bashiba sur son site www.bashiba.com. Grâce à des technologies ultramodernes, Roberto souhaite jeter un pont entre la science et l'art en offrant aux entreprises la possibilité de visualiser leurs données en temps réel. Roberto partage son temps de travail entre Mendrisio et les Etats-Unis. Lauréat de «venture leaders 2008», il a eu l'occasion de faire des expériences déterminantes outre-Atlantique:



«20 personnes motivées, issues de cursus académiques complètement différents, se retrouvent pour passer dix jours ensemble à Boston – ce contexte en lui-même est déjà unique et hautement stimulant! Les contacts au sein du groupe et le partage d'idées et de projets ont ensuite contribué à créer un environnement créatif et hyper motivant.

Avec un style d'enseignement complètement différent, les cours d'entrepreneuriat n'avaient rien à voir avec ce que je connaissais de mon MBA. Sur la base d'exemples issus de la région de Boston ou de la Silicon Valley, régions au dynamisme bouillonnant, nous avons discuté de problèmes auxquels nous sommes nous aussi confrontés. Un exemple particulièrement marquant était celui de la répartition du capital-actions. Avec «venture leaders», j'ai réalisé concrètement quelles pouvaient être les répercussions de décisions prises prématurément dans la phase initiale d'une entreprise.»

www.bashiba.com

«Nettoyeurs demandés»

L'équipe de ChromaCon dispose d'une technologie révolutionnaire depuis le début: Les procédés de nettoyage permettent d'économiser beaucoup d'argent dans la production de médicament. Aujourd'hui, grâce au coaching CTI, c'est aussi la stratégie et le modèle d'entreprise qui sont au premier rang.

Il y a deux formes de Thalidomide, en tout point semblable. Mais, la différence est capitale dans l'effet qui en résulte. La première est un tranquillisant efficace, l'autre, prise par des femmes enceintes a généré de graves problèmes dans le développement du nouveau né. Cette deuxième forme était à l'origine du scandale Contergan.

«Thalidomide a drastiquement ouvert les yeux de la branche pharmaceutique sur les conséquences que des médicaments non nettoyés pouvaient

un ordinateur portable dans le coin d'un laboratoire du Technopark zurichois. Pourtant, l'équipe a déjà développé de nombreux projets pour de grandes entreprises pharmaceutiques et signera plusieurs contrats, d'ici l'été pour la livraison d'installations pilotes comportant la technologie ChromaCon.

L'intérêt des grandes entreprises n'est pas anecdotique: ChromaCon a considérablement amélioré le processus de nettoyages des protéines, par la chromatographie. Au niveau technique,

à travers une matière poreuse fixe. Si l'on récupère le résultat au bon moment, on obtient la matière utile souhaitée. Cette technologie ne permettait pas un processus de nettoyage continu, car avec un flux continu, il est impossible de récupérer la matière souhaitée. A l'EPFZ, l'équipe ChromaCon a réussi à développer et à breveter un processus de nettoyage de protéines grâce à une combinaison optimale en six étapes.

Le nouveau procédé permet ainsi aux entreprises pharmaceutiques d'économiser beaucoup d'argent. ChromaCon améliore le nettoyage et être jusqu'à 10 fois plus productifs. Ceci représente 50 à 70 % des coûts de production des médicaments biotechnologiques. Les substances utilisées pour les médicaments pouvant coûter jusqu'à un million de dollar par gramme, c'est une amélioration sensible pour les dépenses médicales.

Malgré cet immense avantage, la croissance de ChromaCon reste lente. Le long cycle d'innovation de l'industrie pharmaceutique et les investissements coûteux pour renouveler les installations de production demande beaucoup de pati-

ence, surtout lorsqu'il s'agit d'introduire une nouvelle technologie dans le domaine de la production.

avoir.» nous dit Guido Ströhlein, CEO de l'entreprise zurichoise ChromaCon. Aujourd'hui, il existe toute une branche qui s'occupe de développer des produits de nettoyage. Le marché grandit actuellement très vite. En effet, les nouveaux médicaments biotechnologiques à base de protéines sont produits à l'aide de micro-organismes et de mammifères et comportent beaucoup plus de corps étrangers que des médicaments traditionnels. ChromaCon est actif dans ce marché croissant du nettoyage thérapeutique des protéines.

Intéressant pour les «Grands» de la branche

La jeune entreprise n'a que 3 ans et le bureau du CEO Ströhlein consiste en

Soutien aux créateurs d'entreprises

La CTI Start-up met à disposition des jeunes entreprises plus de 40 Business Coaches et experts.

Le programme de Coaching en trois étapes amène au label CTI Start-up, décerné par un Jury professionnel de haut niveau, composé d'experts de la branche.

Les jeunes entreprises s'investissent pour une durée de 6 à 24 mois et la CTI Start-up prend en charge les frais.

Etape 1: Evaluation de base. Pour recevoir le soutien de CTI Start-up, le projet doit avoir une base technologique, être innovant et réaliste.

Etape 2: Evaluation professionnelle. Lorsqu'un projet est agréé, un coach est désigné pour encadrer le projet. Les spécialistes de la branche aident les créateurs d'entreprises et les jeunes entrepreneurs à élaborer un concept commercial de manière professionnelle. En cas d'évaluation positive, la stratégie commerciale et le positionnement sont optimisés en commun avec le coach et un plan d'affaires est élaboré.

Etape 3: Coaching et label. Dans cette étape, la start-up est coachée pour développer les secteurs importants de son entreprise. Les promoteurs du projet peuvent poser leur candidature pour obtenir le label «CTI Start-up»

Ce label confirme que la jeune entreprise est prête à entrer sur le marché et à recevoir un soutien financier.

Contact et inscription: info@ctistartup.ch



Le team Chromacon (de la gauche): Lars Aumann (CTO), Thomas Müller-Späh (CSO) et CEO Guido Ströhlein

Portrait CTI Coach



Pierre Comte

avait déjà une impressionnante carrière derrière lui, lorsqu'il fonda en 2001 Sigma Professional, sa société de conseil. L'ingénieur en Micro-Technologie était Directeur du département recherche et développement à l'Institut Straumann et occupa des positions de haut rang au sein des entreprises Sulzer et Johnson & Johnson. Pierre Comte a acquis une grande expérience de suivi et de coaching pour les entreprises actives dans les domaines MedTech et Life-Sciences. Pierre Comte siège également au Conseil d'Administration de jeunes entreprises technologiques comme Scyon et Sensimed et enseigne depuis de nombreuses années dans le programme de formation «venturelab».

ence, surtout lorsqu'il s'agit d'introduire une nouvelle technologie dans le domaine de la production.

Les trois fondateurs ont, dès le début, pris en compte ces longs cycles d'innovation et ont commencé par financer l'entreprise grâce à des services. «Nous développons des logiciels, permettant l'optimisation des processus de nettoyages existants» explique Guido Ströhlein. L'optimisation ouvre ainsi des portes à la jeune entreprise. Ce service génère du chiffre d'affaires et instaure la confiance.

Compter, compter et encore recompter

L'attente des premières ventes de produits n'est pas le seul défi pour la création de l'entreprise. Le modèle d'entreprise n'était pas optimal au début. Il n'était pas clair si l'entreprise devait produire ses produits elle-même, ou si elle devait sous-traiter la production. Un point difficile, car si ChromaCon ne produisait pas elle

même, elle perdrait au regard de ces clients, de son savoir-faire précieux. L'entreprise a donc recherché un juste milieu, la rendant à la fois lucrative et attirante pour ses clients. «Grâce à Pierre Comte, notre coach auprès de la CTI-Startup, nous avons continuellement amélioré notre modèle d'entreprise en calculant les conséquences financières» se souvient Ströhlein.

Plus loin ensemble, grâce à la CTI

Le modèle choisi transmet beaucoup de savoir-faire aux clients. Ströhlein compte rentabiliser l'entreprise en développant la vente de licence et de services plutôt que sur la production de machines. Cette direction sera maintenue pour l'avenir. Ainsi, grâce à l'appui de l'Agence de promotion de l'innovation CTI, le nouveau projet de développement d'un logiciel permettant la gestion automatique des processus de nettoyage pour les substances actives peut démarrer.

De la Suisse aux Pays-Bas et retour en Suisse: la fièvre Poken

Depuis le 21 janvier, les Pays-Bas connaissent leur «Mot de l'année 2009: Poken». Cette nomination a été annoncée au journal télévisé d'une des plus grandes chaînes de télévision car depuis l'introduction du Poken, une véritable «fièvre Poken» a gagnée les Pays-Bas.

Poken? Oui tout à fait. Le petit gadget électronique est devenu la «carte de visite de la génération Facebook» et fait le lien entre les contacts personnels et les contacts des réseaux sociaux tels que Facebook, LinkedIn, Studi-VZ, Skype et même Xing. Poken a tout ce qu'il faut pour passer dans le monde des affaires.

Le design même de Poken symbolise le fait de serrer la main de ses amis. Lorsque deux Poken entrent en contact, ils partagent autant d'informations que le souhaitent leurs utilisateurs.

C'est de retour en Suisse que l'idée du Poken est née et qu'elle a été développée, sous plusieurs formes: Panda, Renard, Alien ou Abeille.

L'idée appartient à Stéphane Dou-

triaux. Lorsque cet ingénieur informatique originaire du Québec a terminé ses études MBA à Lausanne, il s'est rendu compte qu'il ne pouvait pas tirer pleinement profit des contacts noués avec ses 90 collègues sans liens entre les contacts physiques et les réseaux de contact virtuels.

Pour la mise en œuvre de son idée, Stéphane s'est tourné vers le Laboratoire de Microélectronique de la HES-SO de Bienne. C'est là que le concept simple et pratique a été développé et peaufiné.

C'est également à Bienne que l'idée a trouvé sa forme définitive grâce à l'atelier de design Creaholic de Edgar Mock (qui a également joué un rôle déterminant dans le développement

de Swatch). Le Poken, tel qu'il est disponible sur le marché depuis fin 2008 aux Pays-Bas et ailleurs, est constitué d'une pièce de contact et d'une «main» qui peut être connecté à un ordinateur via port USB. Les utilisateurs peuvent ensuite utiliser la plate-



C'est lui qui a eu l'idée du Poken

forme www.doyoupoken.com pour établir leurs profils sur un «Poken Car» individuel et protégé.

L'entreprise à succès qui est issue de l'idée Poken a débuté très petite, suivant le concept FFF (Family, Friends and Fools). Le premier investissement significatif est venu de venturekick.

Stéphane a réussi à convaincre les jurys des trois phases de présentation obtenant ainsi 130'000 francs de capital de départ.

venturelab a rendu possible au nouvel entrepreneur sa première apparition sur la scène internationale. En tant

que lauréat du concours «venture leaders», Stéphane a pu passer 10 jours à Boston au cours de l'été 2008 où il a été très impressionné par le networking. «Depuis le premier jour j'ai été impressionné par l'intensité des contacts. Sans un programme tel que «venture leaders», un individu ne peut pas établir un réseau de contact d'une telle qualité.»

Environ 3 millions de francs ont déjà été investis dans Poken par des investisseurs professionnels. L'entreprise compte déjà plus de dix collaborateurs. Pour la vente, qui a vraiment pris de l'élan début 2009, Poken ne se

sert pas seulement des méthodes conventionnelles.

Le secret du succès, c'est le marketing viral. Avec ce système de distribution innovateur, les utilisateurs peuvent acheter des Poken en paquets de 12 à des frais réduits, et les distribuent à leurs amis et proches, en conservant ainsi le lien direct avec l'utilisateur et acheteur d'origine. Ce concept a eu l'effet d'une bombe aux Pays-Bas et dans les autres états du Benelux, provoquant un vrai raz-de-marée, des sites web dédiés et des apparitions télévisées. Ce phénomène ne restera sans doute pas confiné à ce marché-test.

La population cible principale, est les jeunes qui utilisent aussi les services de réseautage social. Pourtant, Poken est déjà sur le point de passer du monde du divertissement au monde des affaires.

Des informations supplémentaires (et des Poken) sont disponibles sur www.doyoupoken.com

Un regard précieux! Interview de Sacha Cerboni et Matteo Leonardi, co-fondateurs de Sensimed AG

Pouvez-vous nous présenter Sensimed?

Sensimed SA est une société suisse dont les activités se focalisent sur le design, le développement et la commercialisation de microsystèmes intégrés pour des dispositifs médicaux.

L'idée de la lentille de contact pour le monitoring de la pression intraoculaire (PIO) est née pendant le post-grade en ingénierie biomédicale de Matteo, directeur technique de la société. Sacha est le co-fondateur et Quality Controller de la société, tandis que Jean-Marc Wismer, un CEO d'une grande compétence dans le secteur, s'occupe de la direction de la société.

Nous proposons une solution pour le monitoring de la pression intraoculaire (PIO), afin d'améliorer le diagnostic et le traitement du glaucome. Il s'agit d'une lentille de contact en silicone munie, à l'intérieur, d'un capteur, d'un microprocesseur miniaturisé et d'une antenne pour la communication sans fil. Nous sommes convaincus que SENSIMED TriggerfishTM (tel est le nom du produit) est l'élément idéal pour les ophtalmologues, permettant de compléter le cadre clinique, non seulement avec des mesures précises de la PIO, mais aussi avec un monitoring

24h/24h de son comportement dynamique, ce qui est fondamental pour un diagnostic précis.

Le glaucome est une maladie qui a un impact très important sur la société. En

«Il est nécessaire d'avoir une grande motivation, une bonne dose de bon sens et un peu d'irrationalité.»

effet, selon l'OMS, il existe 67 millions de malades dans le monde, dont 7 millions en Europe et aux Etats-Unis. Si cette maladie n'est pas traitée de façon adéquate dès sa première manifestation, elle conduit à la perte de la vue. Ces chiffres devraient augmenter jusqu'à 80-100 millions de malades en 2020. Le glaucome est la deuxième cause de cécité, après la cataracte.

Plus précisément, le glaucome conduit à un dégât progressif et irréversible du nerf optique sur l'un ou les deux yeux. Initialement il se manifeste par une

diminution du champ visuel périphérique et évolue ensuite jusqu'à la perte de la vue, si aucune action thérapeutique n'est entreprise. Les thérapies ne peuvent pas soigner la maladie, mais seulement empêcher son évolution et la dégradation de la vue qui en résulte par des médicaments ou par une intervention chirurgicale. Si le traitement est médicamenteux, celui-ci devra être suivi à vie. La maladie, asymptomatique, est souvent diagnostiquée quand les dégâts sont déjà présents.

En quoi est-ce un produit unique?

Il n'existe actuellement aucune technique permettant de surveiller la PIO des personnes atteintes du glaucome et encore moins celles des malades potentiels. S'il n'est pas possible de guérir cette maladie, on peut arrêter sa progression par la chirurgie ou par des médicaments spécifiques. Cela place le glaucome dans la catégorie des maladies chroniques et implique la nécessité, d'un monitoring adapté à la situation particulière de chaque patient pendant le traitement. La PIO, en particulier, doit pouvoir être contrôlée afin de garantir que les options thérapeutiques choisies (médicaments, chirurgie ou les deux) conduisent à une sta-

bilisation effective de la situation.

Notre produit actuel permet de suivre le parcours thérapeutique du patient, fournissant le tracé, sur 24 heures, du profil de la PIO. Il permet aux spécialistes de "personnaliser" la thérapie et d'en vérifier l'efficacité.

La deuxième étape vise à fournir un instrument pour le diagnostic précoce sur les patients présentant un ou plusieurs facteurs de risque.

Du point de vue technologique, notre produit se distancie des techniques



Sacha Cerboni et Matteo Leonardi

actuelles car il ne mesure pas de manière absolue et ponctuelle la pression oculaire par indentation ou aplatissement. La technique adoptée, permet de mesurer en permanence la déformation sphérique de l'œil, causée par la variation de la pression à l'intérieur. Le capteur fournit les données en continu permettant d'identifier d'éven-

tuels pics de pression, lorsque ceux-ci se manifestent. Nous sommes convaincus que SENSIMED TriggerfishTM peut révolutionner le diagnostic et le traitement du glaucome. Notre produit a récemment obtenu le marquage CE.

Qui sont vos clients?

Nos clients sont les centres d'excellence dans le soin du glaucome. Nous nous concentrons sur quelques centres spécialisés en Suisse et en Allemagne. Par la suite nous proposerons notre solution à toutes les cliniques spécialisées, puis aux cabinets privés d'ophtalmologie.

Quels conseils donneriez-vous à ceux qui veulent créer une start-up?

Il est nécessaire d'avoir une grande motivation, une bonne dose de bon sens et un peu d'irrationalité. ! Le bon sens sert à éviter de mauvaises décisions, ou à en limiter le nombre, dans un contexte où les connaissances sont importantes. La capacité de pondérer reste fondamentale. Un peu d'irrationalité permet d'aller de l'avant lorsqu'il n'y a pas de stimulation et que le cadre général semble indiquer que l'abandon est la meilleure hypothèse.

www.sensimed.ch



Pour les entrepreneurs aux idées novatrices

Donnez toutes les chances de succès à votre projet d'entreprise. Dans le module venture plan, les jeunes pousses et les créatrices et créateurs d'entreprises potentielles ou existantes cristallisent leurs plans.

Ils apprennent à analyser les opportunités et acquièrent les connaissances et outils indispensables pour les saisir.

- Outils essentiels pour le développement d'une startup
- Réponses et conseils concrets aux questions et problèmes individuels
- Rédaction d'un business pitch ou d'un business plan qui convaincra les partenaires, les clients et les investisseurs

Les entrepreneuses et entrepreneurs sont confrontés presque quotidiennement à de nouveaux défis. Guidés par des experts expérimentés, voguez vers la croissance, construisez la prochaine étape, mettez toutes les chances de votre côté. Apprenez les

astuces décisives pour une bonne navigation, plus spécifiquement pour le développement des ventes, l'élaboration de produits et services à forte valeur ajoutée ainsi que la composition d'une équipe gagnante.

Dans le module venture training, destinés aux créateurs/créatrices d'entreprises et aux membres du management de la startup, l'accent principal est mis sur l'exécution du plan d'affaires ainsi que la mise en oeuvre de la stratégie de croissance.

Pour mettre le cap sur la réussite, nous misons sur une feuille de route précise et le recours aux meilleurs outils et experts. Profitez pleinement de venture training:

- Examen préalable des documents remis
- Expériences pratiques d'expert(e)s confirmé(e)s.
- Application de business tools et d'outils informatiques (plan d'affaires, gestion de projet, budgétisation, etc.) éprouvés.
- Interactions et échanges avec d'autres entrepreneurs.
- Feedback d'un panel d'experts
- Concepts et plans pratiques, prêts à l'implémentation.

Qui peut en bénéficier?

Les Startups à fort potentiel d'innovation et de croissance sont soutenues gratuitement par venturelab si elles remplissent les conditions suivantes:

- **Degré d'innovation:** le produit, la prestation de services ou le modèle commercial doit être unique en son genre et comporter un aspect haute technologie.
- **Potentiel de croissance:** l'entreprise à promouvoir doit avoir le potentiel nécessaire pour créer dans les cinq prochaines années plusieurs emplois dans des domaines d'avenir.
- **Ambition de croissance:** l'entrepreneur/euses vise des objectifs ambitieux et une expansion (internationale).

VENTURE PLAN

Jour 1: Analyse de l'opportunité commerciale

- Construire la vision entrepreneuriale
- Outils et méthodes d'analyse de l'opportunité d'affaires
- Création du modèle d'affaires
- Construire un «business pitch» attrayant et convaincant

Jour 2: Stratégie commerciale

- Outils pour l'élaboration de la stratégie d'entreprise
- Proposition de valeur et positionnement
- Développement du plan d'action

Jour 3: Marketing et ventes

- Outils pour l'élaboration et l'implémentation de la stratégie marketing
- Du marketing à la vente
- Techniques de ventes et orientation client

Jour 4: Finances et financement

- Essentiels de la gestion comptable
- Concept et outils de planification financière
- Stratégie et moyens de financement pour startup

Jour 5: Plan d'affaires et présentation

- Exigences pratiques du plan d'affaires
- Analyse des risques
- Session de présentation - feedback des projets des participants

Remise du Plan d'affaires ou du «Commented Business Pitch».

Inscription au module «venture training»

Commentaires sur le plan d'affaires ou sur le «Commented BusinessPitch»

Sélection des participants au module «venture training»

VENTURE TRAINING

Jour 1: Stratégie de croissance et internationalisation

- Validation de la stratégie de croissance
- Outils pour une croissance internationale

Jour 2: Ventes, Communication et RP

- Stratégie acquisition clients et gestion des «Key Account»
- Gestion de l'équipe de ventes et élaboration des processus d'acquisition
- Stratégie de communication et de relations publiques

Jour 3: Développement de produits et gestion du capital intellectuel

- Création de valeur dans le développement de nouveaux produits
- Stratégie et outils pour la gestion du capital et de la propriété intellectuels

Jour 4: Construire et gérer l'équipe

- Recrutement et croissance de l'équipe
- Outils de gestion et «management cockpit»

Jour 5: Gestion des Finances et présentation individuelle

- Structuration du plan financier, en particulier les éléments relatifs à la croissance
- Présentations des projets /sociétés
- Feedback individuel du panel

venture plan (5 jours)

4, 8, 12, 18 mai et 4 juin

28 sept, 5, 13, 19 octobre et 2 novembre

4 jours Lausanne, 1 jour Genève

4 jours Lausanne, 1 jour Genève

venture training (5 jours)

5, 6 mai et 3, 4, 5 juin

5, 6 et 21, 22, 23 octobre

Crêt Bérard (Puidoux VD)

Crêt Bérard (Puidoux VD)

Vous trouverez le programme actuel des cours sous www.venturelab.ch

Révélez votre envie d'entreprendre!

Avez-vous une idée visionnaire? Etes-vous prêt à lever l'ancre? Alors, nous sommes les personnes dont vous avez besoin. Au cours de 14 ateliers intensifs, chaque mardi ou jeudi de 17h à 21h, des expert(e)s professionnel(le)s vous enseigneront tout ce qu'il faut savoir pour guider une startup basée sur une bonne idée vers la réussite.

Le module **venture challenge** s'adresse aux étudiant(e)s, doctorant(e)s, postdoctorant(e)s, membres des universités et des HES-SO, qui envisagent sérieusement de créer une startup ou d'évoluer au sein d'une startup. Quatre heures par semaine, **venture challenge** offre la possibilité de se glisser dans la peau d'une jeune entrepreneuse ou d'un jeune entrepreneur et d'acquérir ainsi le savoir-faire indispensable à la création et au

développement d'une startup. Pour garantir un travail optimal, le nombre maximum de participants est fixé à 25. Les candidats disposant déjà d'idées commerciales concrètes dans le secteur high-tech auront la priorité. Les participants travailleront activement en équipe sur un projet de startup et tireront les enseignements d'exemples concrets issus de la pratique.

Si vous préférez barrer votre propre bateau plutôt que ramer sur une grosse galère, le module **venture challenge** vous correspond parfaitement:

- Un savoir-faire pratique et concentré pour votre propre startup
- Un réseau d'expert(e)s professionnel(le)s en Suisse
- Une kyrielle de trucs et astuces

venture challenge (cours semestriels)

Automne 2009 dès le 15 septembre à Lausanne

Automne 2009 dès le 16 septembre à Fribourg

Automne 2009 dès le 18 septembre à Yverdon

Automne 2009 dès le 18 septembre à Sierre

Consultez le programme détaillé sur www.venturelab.ch

venture ideas

Le module **venture ideas** est entièrement dédié à la sensibilisation à l'entrepreneuriat au travers des témoignages d'entrepreneurs et du partage d'expérience. Être son propre patron comme alternative de carrière: qu'est-ce que cela signifie? Quels sont les moyens pour démarrer son entreprise? Une occasion exceptionnelle de se projeter et de créer des contacts avec

les acteurs du monde entrepreneurial.

Qui peut participer?

Toute personne intéressée par l'innovation et l'entrepreneuriat dans les hautes technologies.

Pourquoi participer?

- Etudiants, chercheurs, professeurs: venez découvrir une nou-

velle dimension associée à la technologie

- Entrepreneurs, experts: venez participer à l'innovation en marche et partagez votre expérience

- Intéressés par l'innovation et ses potentialités: vous êtes les bienvenus pour satisfaire votre curiosité

venture ideas (Lunch ou ½ journée)

Valais (HES-SO)

vendredi 24 avril de 13h15 à 17h

Yverdon (HEIG-VD)

mercredi 6 mai de 13h40 à 17h15

Neuchâtel

vendredi 8 mai de 12h à 13h30 avec un concours de Pitch

Lausanne (EPFL)

vendredi 15 mai de 13h à 16h45 avec les

«venture leaders 2009»

Genève (UNIGE)

mardi 19 mai de 12h à 13h30 avec un concours de Pitch

Consultez le programme détaillé sur www.venturelab.ch



VENTURE CHALLENGE

Jour 1: Introduction

- Formation de l'équipe et présentation du projet de startup
- Vision d'entreprise et analyse du modèle opératoire
- Techniques de présentation

Jour 2: Analyser l'opportunité commerciale

- Identifier et analyser une opportunité commerciale
- Principes stratégiques de réussite à l'intention des jeunes entrepreneuses et entrepreneurs

Jour 3: Stratégie

- Bases de la gestion stratégique des startups
- Proposition de valeur et positionnement
- Définition des secteurs commerciaux stratégiques

Jour 4: Développement de produit et industrialisation

- Management des processus de développement
- De l'idée à l'analyse des besoins de la clientèle
- Risk Management, organisation et industrialisation

Jour 5: Marketing

- Définition de la stratégie marketing
- Connaissances marketing éprouvées et applicables aux startups
- Guérilla-marketing créatif

Jour 6: Communications et relations publiques

- Mettre sur pied sa stratégie de communication
- Elevator pitch pour les sociétés et leurs offres
- Image d'entreprise, marketing en ligne, PR, événements

Jour 7: Vente et Négociation

- Acquisition de clients de référence
- Planification systématique des processus d'acquisition et de vente

Jour 8: Comptabilité et Finances

- Trésorerie, Profits et Pertes, bilan comptable
- Chiffres clés et outils pour la gestion financière

Jour 9: Ecrire le Business Plan

- Exigences pratiques d'un plan d'affaires de startup
- Les groupes cibles et leurs besoins spécifiques

Jour 10: Gestion des ressources humaines

- Se connaître en tant qu'entrepreneur
- Construire et gérer des équipes gagnantes
- Principes de gestion des ressources humaines

Jour 11: Droit, fiscalité et gestion du capital intellectuel

- Protection de la propriété intellectuelle
- Choix d'un statut juridique adapté
- Optimisation des aspects juridiques et fiscaux

Jour 12: Gérer la Startup

- Construire et gérer la startup
- Assumer la croissance
- Développer une stratégie d'expansion internationale

Jour 13: Financement

- Modes de financement des différentes phases d'une startup
- Négociations avec les Business Angels et les Venture Capitalists
- Investisseurs pour le financement de la phase de démarrage

Jour 14: Présentation finale

- Présentation finale de l'équipe: plan d'affaires
- Questions - réponses et feedback de l'expert

2 millions de Francs pour des projets prometteurs



Du laboratoire au marché, grâce à venture kick

L'initiative privée venture kick a choisi une voie novatrice dans le domaine de la promotion de startups. Elle soutient les équipes de projet et les personnes au bénéfice d'idées dans la phase qui précède la création d'entreprise.

Les candidats peuvent gagner un capital d'amorçage allant jusqu'à 130'000 francs. Pour y parvenir, ils doivent se présenter devant un jury d'experts spécialistes selon une procédure en trois étapes: après la première phase (venture pitch), les projets sélectionnés gagnent 10'000 francs, après la deuxième

venture kick soutient les projets des universités suisses pour transformer les résultats de la recherche en entreprises pouvant s'imposer durablement sur le marché. L'initiative elle-même est une succes-story: à fin 2008, 64 projets ont reçu 2 millions de francs. De plus, toujours grâce à venture kick, ce sont 37 entreprises qui ont pu voir le jour, créant 133 places de travail.

me phase (venture case) 20'000 francs et après la présentation finale (venture kick) 100'000 francs. De phase en phase, la barre est placée toujours plus haut – seuls les meilleurs reçoivent donc le «kick» total!

Le processus est aménagé de sorte à

être terminé en neuf mois. La création de l'entreprise doit aussi avoir lieu pendant ce délai. Il s'agit d'une condition pour recevoir les 130'000 francs. La personne qui postule ne doit pas encore avoir créé son entreprise, et doit être inscrite dans une école polytechnique fédérale, une université ou une HES-SO.

venture kick a débuté en été 2007. En tant qu'initiative privée, venture kick est financée par les fondations GEBERT RÜF, ERNST GÖHNER et OPO-, qui souhaitent contribuer à renforcer le site économique suisse par la promotion des jeunes entreprises.

Première étape (venture pitch): Les présentations se déroulent pratiquement à un rythme mensuel avec des groupes de 8 équipes. La moitié d'entre elles reçoivent 10'000 francs et se qualifient pour la **Deuxième étape (venture case):** Reprenant le même principe, il s'agira ici d'un montant de 20'000 francs. Les meilleurs se qualifient pour la **Troisième étape (venture kick).** Celui qui saura persuader le jury, reçoit la somme supplémentaire de 100'000 francs – il aura ainsi acquit un capital de départ d'un montant total de 130'000 francs. La somme remportée de 100'000

francs ne pourra être transféré que lorsque l'entreprise-projet aura effectivement été fondée.

Entre les présentations, venture kick propose de transmettre aux fondatrices et fondateurs au sein de Kickers Camps, les bases et les notions indispensables à leur savoir-faire entrepreneurial.

Haute qualité des projets

L'impression marquante qui se dégage après la première année d'exercice de venture kick, est la haute qualité des candidats et particulièrement des projets proposés.

Ainsi, le jury composé d'experts de haut niveau a une tâche difficile pour sélectionner les participants: Le nombre de projets éligibles dépasse régulièrement les montants budgétisés. Le rapport annuel de venture kick démontre que les résultats accomplis pendant la première année d'exercice ont largement dépassé les attentes. De plus, les Feedback des experts, des universités et des Spin-offs ont été très positifs.

37 Spin-offs fondées

Cette réussite se traduit en particulier aussi dans le nombre effectif d'entre-

prises fondées et dans le volume des financements qui à leur tour ont pu mobiliser les Spin-offs: Ainsi, à partir des 64 projets soutenus par un montant total de 2 millions de francs, 37 entreprises «Spin-offs» ont été fondées. Les projets soutenus ont dégagés pour leur financement la somme cumulée de 15 millions de francs.

Sur la bonne voie

Ces chiffres ne confirment pas seulement l'immense potentiel des universités suisses. Ils montrent aussi que le procédé utilisé dans la phase pre-Seed (donc avant la fondation d'une entreprise) est la bonne. venture kick remplit ainsi le vide qui existait auparavant dans le système de financement.

Présent à un niveau national

La domination des deux écoles polytechniques de Zürich et de Lausanne auprès des projets choisis n'est pas étonnante. Il est toutefois intéressant de remarquer que les candidats restant sont issus de près de 20 universités et hautes écoles spécialisées différentes. Ceci prouve que venture kick a réussi en peu de temps à lancer une initiative nationale, présente au sein de toutes les hautes écoles.

Contact et informations

venture kick
c/o IFJ Institut für Jungunternehmen
PSE-C, 1015 Lausanne
info@venturekick.ch
+41 (21) 693 90 70

Evénements pour Startups

venturelab travaille en partenariat avec les événements destinés aux entrepreneurs, pour soutenir les activités de réseautage et d'échange indispensables à l'innovation et à la création d'entreprise. Consultez les programmes sous

www.venturelab.ch/fr/vaperos.asp



5@7 First Tuesday

Plus de 30 First Tuesday sur des thématiques en lien avec la création et le développement d'entreprises sont organisés chaque année dans toute la Suisse romande! Chaque First Tuesday est suivi d'un venture apéro afin de favoriser les échanges et le réseautage! Pour recevoir les invitations, il vous suffit de vous inscrire par simple e-mail.

Programme et inscriptions

www.rezone.ch

Inscription obligatoire, entrée libre et gratuite

Les petits déjeuners des PME et Startup organisés par le DES et le SELT

Organisés chaque mois par les promotions économiques des cantons de Genève et de Vaud, les petits déjeuners traitent de thématiques diverses qui concernent directement les startup et les PME. Ils ont lieu chaque deuxième vendredi du mois pour le canton de Vaud et le dernier vendredi du mois pour Genève, de 8h15 à 10h15.

Consultez les programmes sur www.venturelab.ch/fr/vaperos.asp



Consultez les programmes sur www.petitsdejeuners.ch/programme.php



Consultez les programmes sur www.petitsdejeuners-vaud.ch



À Neuchâtel, Neode organise les «Insider Forum», plateforme publique d'échange d'expériences entre créateurs d'entreprises. Consultez les programmes sur www.neode.ch



En Valais, The Ark, partenaire privilégié pour la création d'entreprises innovantes, organise les «Rencontres de l'Incubateur». Consultez les programmes sur www.theark.ch

De l'idée à l'entreprise profitable: le guide des prix et concours à l'innovation

Un panorama complet des prix sur le site de venturelab www.venturelab.ch/fr/GruenderPreise.asp et dans le Swiss Venture Guide: www.cti-invest.ch/default.asp?V_ITEM_ID=1787

venture kick	CHF 130'000.-	permanente	www.venturekick.ch
Trophée PERL	CHF 50'000.-	Janvier 2010	www.lausanneregion.ch
Swiss Economic Award	CHF 75'000	Février 2010	www.swisseeconomic.ch
venture leaders	10 jours de cours à Boston (USA)	Mars 2010	www.venturelab.ch/vleaders.asp
Entrepreneur of the Year	Divers (World Summit, IWC Watch...)	30.04.2009	www.ey.com/ch/eoy
Swiss Technology Award	Stands dans d'importantes expositions commerciales	Été 2009	www.swisstechnology-award.ch
Innovation Prize Freiburg	CHF 20'000.-	31.08.2009	www.frinnovation.ch/innovationspreis
Prix de Vigier	CHF 50'000.- p.a CHF 100'000 chacun	05.10.2009	www.devigier.ch
ZKB Pionnier Prize Technology	CHF 98'698.04	30.10.2009	www.technopark.ch
IMD	Support de la part des MDA et EMBA	Novembre 2009	www.imd.ch/startups
Prix Startup en Technologie	CHF 150'000.- et support	n.a	www.y.parc.ch
Fondation Liechti: Coup de Pouce	CHF 50'000.-	n.a	www.fondation-liechti.ch
venture 2010 (ETH & Mc Kinsey)	Total de CHF 150'000.-	n.a	www.venture.ch
Red Herring	Place sur la liste "Red Herring"	permanente	www.redherring.com