

Entreprises romandes & Innovation Paraît chaque mardi

La start-up Cherry Checkout ajoute une touche ludique aux achats sur Internet

> E-commerce

La société genevoise développe un module alliant loterie et bienfaisance

> Le jeu est légal, affirme Berne

Marie-Laure Chapatte

Ils s'étaient rencontrés à un Startup Weekend à Lausanne, en mars 2012. Aujourd'hui, Jérémy Grandjean, Charlie Graham-Brown et Benoît Luthy transforment leur projet en véritable société anonyme, basée à Genève, mais sans bureaux réels. Baptisée Cherry Checkout, la start-up propose un concours-loterie, associé à une bonne action, qui s'implémente sur les sites e-commerce.

Le principe? Celui de la cerise sur le gâteau. En ajoutant 1 ou 2 francs à son panier, en fonction du montant de son achat, le client participe à un tirage lui permettant de gagner en cash le prix de son produit ou service (une chance sur 250). En même temps, il participe à une action de bienfaisance. «Concrètement, aujourd'hui, 40 centimes de chaque franc supplémentaire sont reversés à une œuvre de charité, 40 centimes sont destinés au remboursement et 20 centimes servent à couvrir nos frais», explique Jérémy Grandjean.

Ce dernier estime qu'une transparence totale est nécessaire dans cette activité. Ainsi, les trois compères ont par exemple édité une charte qui définit des règles strictes pour les gains. «Si le premier



Charlie Graham-Brown, Jérémy Grandjean et Benoît Luthy. Les trois fondateurs de Cherry Checkout doivent désormais convaincre un grand site marchand d'adopter leur jeu-concours. GENEVE, 31 OCTOBRE 2013

gagnant ne répond pas à son e-mail et que nous ne pouvons pas lui restituer son gain, au terme d'un certain délai, c'est le deuxième de la liste qui en bénéficie», illustre le jeune homme.

Les questions juridiques, déjà soulevées par les coaches du Startup Weekend, ont été longues à résoudre. Soit près d'un an et huit mois pour que le trio règle l'aspect du jeu-loterie, véritable nouveauté du concept, la concurrence sur les œuvres caritatives existant déjà. «Par exemple, nous ne pouvons pas obliger les gens à participer au concours, il faut que ce soit une démarche volontaire», illustre Jérémy Grandjean. Le directeur adjoint de la Commission des loteries et paris (Comlot) à Berne, Pascal

Philippon, se montre plus précis: «Même s'il y a ici un élément d'adresse (une question basique), le principe du concours s'apparente à une opération de loterie classique et serait illégal. Mais le fait qu'il y ait une possibilité de participation gratuite (par courrier ici), communiqué clairement et offrant les mêmes chances de gains, fait que le jeu ne s'apparente plus à une opération de loterie. Ainsi, il échappe à notre surveillance.» A noter que la définition de la participation gratuite est is-

sue de la jurisprudence définie par le Tribunal fédéral en la matière.

Maintenant que le concept est ficelé, Cherry Checkout se trouve face au défi commercial. Pour l'heure, seul le site Smood2you.ch, une jeune société genevoise qui propose des livraisons de repas, a déjà intégré le concept dans son site marchand, en collaborant avec l'œuvre de charité Action contre la faim. «Nous avons trouvé l'idée du jeu associé au caritatif géniale», commente Marc Aeschlimann, fondateur de ce service de livraison.

La société valaisanne qui vend Actidot (une boisson destinée aux lendemains de fête) intégrera ce service ces prochains jours. «Pour ces sites, l'intérêt est d'accroître leur visibilité grâce à une nouvelle approche communautaire. Nous devons maintenant convaincre un grand site marchand de tester notre concept, estiment les cofondateurs. Souvent, la réticence provient de la perte de conversion lorsque les gens veulent régler leur panier. Mais l'intérêt est là, car le concept est aussi fun.»

Les trois compères ont édicté une charte qui définit des règles strictes pour les gagnants

Toujours en mode apprentissage, la start-up étudie également d'autres modèles – certains sites e-commerce n'étant intéressés que par l'aspect du jeu. Après avoir décroché les deux premiers financements de l'initiative privée Venture Kick, elle est en lice pour obtenir le Graal des 100 000 francs le 27 novembre prochain. «Nous avons une chance sur deux d'obtenir le financement, poursuit Charlie Graham-Brown, ce qui nous permettrait notamment de développer notre module pour divers langages informatiques utilisés par les sites marchands.»

> Commentaire Du «fun» face à la réalité

Faire de ses achats sur le Net une loterie permanente, l'idée de Cherry Checkout est ludique. Le concept avait fait fureur au Startup Weekend de Lausanne et reste divertissant. Mais cela suffit-il pour créer une société rentable? Quand bien même les trois fondateurs limitent au maximum leurs frais – par exemple en s'abstenant d'un loyer de bureau fixe – ils se heurtent à la problématique de l'e-commerce. Ou, plutôt, à la prolifération des petits sites marchands et donc à un travail commercial gigantesque, auquel ils n'étaient peut-être pas assez préparés. Comme bon nombre de jeunes entrepreneurs, d'ailleurs.

Et si LeShop ou eBoutic, des références romandes, leur faisaient confiance? Ces «grands» attendent de voir comment le concept fonctionne chez les petits. Quant aux plus modestes, apeurés face à la nouveauté, ils temporisent afin de voir si les leaders l'adoptent. Bref, dans ce serpent qui se mord la queue, que fait le bouillonnant fondateur de Qoga.ch? Si Pascal Meyer, qui incarne en Suisse romande la «fun attitude», n'adhère pas, du moins pas encore, c'est un signe: les fondateurs de la start-up genevoise ont besoin de renforcer leur marketing. Sinon, leur idée s'évanouira très vite. **M.-L.C.**

Smood2you bientôt à Lausanne

Lancée il y a moins d'une année, la société Smood2you.ch avait pour ambition de changer le style des livraisons à domicile. Avec ses dix Smart roses qui sillonnent Genève, elle veut offrir des repas pour toutes les bourses mais dans un esprit de qualité hôtelière. Avec 37 restaurants partenaires et plus de 5000 clients dans le canton, son cofondateur, Marc Aeschli-

mann, est satisfait du développement de la société. «La croissance mensuelle atteint 30% en moyenne depuis le début et ce principe, déjà appliqué dans de grandes villes comme Paris ou New York, fonctionne bien, détaille-t-il. Notre hotline est également particulièrement appréciée.» Si, pour l'heure, 60% de ventes sont réalisées auprès de particuliers, la

PME genevoise souhaite inverser la tendance pour faire des entreprises sa clientèle première. «Nous allons nous développer très prochainement sur Lausanne», annonce le dirigeant, qui planche sur un concept de petit-déjeuner complet avec journaux livrés à domicile. A noter que la société de Renens Bon Matin a lancé un concept similaire courant octobre. **M.-L.C.**

Dipan veut exporter sa technologie à l'étranger

> Immobilier Le spécialiste nyonnais de l'entretien des canalisations veut vendre des licences à l'international

Pour son demi-siècle d'existence, qu'elle célébrera la semaine prochaine, la société vaudoise Dipan s'offre deux caudeaux: une expansion en Suisse alémanique et une ouverture sur l'international.

Tout d'abord, la PME de Nyon, spécialisée dans le diagnostic des réseaux hydrauliques, ouvrira deux nouvelles succursales en Suisse alémanique, à Bienne et à Aadorf, début 2014. «Nous avons déjà une succursale à Zurich depuis trois ans. Là, ce sont plutôt des antennes commerciales», annonce Pierre Descloux, propriétaire et directeur général de la société. Cette région linguistique représente un tiers du chiffre

d'affaires de la société vaudoise, mais surtout, elle recèle le plus grand potentiel de développement. «D'ici à cinq ans, nous ambitionnons de tripler notre chiffre d'affaires actuel [ndlr: non dévoilé], et cela essentiellement grâce à ce déploiement alémanique», indique le dirigeant.

A noter que la barrière de la langue se lit aussi dans les canalisations, serait-on tenté d'écrire. En effet, en Suisse romande, «des traitements que nous apportons sont souvent curatifs, alors qu'à Zurich, c'est l'approche préventive qui prédomine, avec une plus grande conscience écologique», glisse le patron.

Forte de 25 collaborateurs, la

PME s'offre le chef Benoît Viollier comme ambassadeur romand et s'appuie sur une technologie dite verte, à savoir le silicate (sel minéral naturel), pour offrir une deuxième vie aux canalisations (sanitaire, chauffage, climatisation et anti-incendie). Ses quelques concurrents helvétiques – Inter Protection par exemple – utilisent plutôt des procédés avec de la résine époxy. Le traitement anticorrosif des tuyauteries prévoit l'injection d'un enduit protecteur, directement solubilisé dans l'eau, se fixant sur les parois internes des tuyaux pour les préserver. «Nos produits Hydropure sont brevetés; mais pour rester à la pointe de la recherche, nous

continuons à collaborer avec les milieux académiques des Ecoles polytechniques fédérales, comme l'Institut Eawag à Dübendorf, fort réputé dans le domaine du traitement de l'eau», souligne Pierre Descloux, qui compte parmi ses clients les Hôpitaux universitaires de Genève ou les aéroports de Genève et de Kloten, par exemple.

Société sœur

Pour le dirigeant, qui a repris l'entreprise des mains de son père en l'an 2000, tout n'a pas coulé de source. «Entre 1995 et 1998, je travaillais déjà chez Dipan et, crise immobilière oblige, nous étions à deux doigts de la faillite», se souvient-il. Son père, Joseph, était

meilleur musicien de jazz que gestionnaire de PME, concédait-il. Mais le jeune dirigeant espère avoir conservé la culture humaniste de son aïeul, disparu depuis, tout en remettant l'entreprise sur les rails de la rentabilité.

Aujourd'hui, à 42 ans, les ambitions de Pierre Descloux dépassent même les frontières helvétiques. Pour cela, il lancera en janvier une société sœur indépendante, Hydropure Swiss, avec trois partenaires. Cette nouvelle entité sera en charge de la mise en place de licences au niveau international. «Notre objectif est de trouver nos deux premiers partenaires en 2014, aux USA et à Singapour», conclut-il. **M.-L.C.**

Le chiffre

3

Trois projets ont été primés par l'édition 2013 des Swiss Startups Awards. Il s'agit de Dolfinos à Zurich, Ionight à Berne et Quantitative Energy à Lausanne. Chaque projet a remporté la somme de 50 000 francs pour la création d'une entreprise. Concernant le projet romand, Quantitative Energy développe des capteurs qui permettent de mesurer la qualité du gaz naturel. Ils pourront être utilisés dans des pipelines et brûleurs à gaz, afin d'optimiser la combustion et de réduire les émissions. (LT)

Radar

Contexa

Lors de son 11^e Evénement économique, la Chambre de commerce, d'industrie et des services (CCIG), en partenariat avec l'Office de promotion des industries et des technologies (OPI) et le Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé, a remis le Prix de l'innovation 2013 à Contexa et le Prix de l'économie genevoise 2013 à Procter & Gamble. Spécialisée dans l'ingénierie et la production de systèmes de dosage automatique pour arômes et parfums, Contexa emploie aujourd'hui 25 personnes. Elle vend ses robots à travers le monde et compte parmi ses clients des sociétés telles Givaudan, Firmenich ou Procter & Gamble. (LT)

Qloudlab

Les start-up lausannoise Qloudlab et zurichoise 3db Access ont remporté le financement maximal octroyé par venture kick, à savoir 130 000 francs. Grâce à la start-up lausannoise Qloudlab, les smartphones pourront effectuer des tests sanguins grâce à un film bio à usage unique qui, mis en contact avec l'écran tactile, permet au smartphone d'analyser le sang. (LT)

Neo Advertising

Clear Channel, spécialiste pour une publicité extérieure de pointe, et le groupe genevois Neo Advertising, leader de l'affichage numérique en Suisse, ont signé un contrat d'exclusivité qui prévoit la commercialisation réciproque, avec effet immédiat, des produits Digital Shopping Media des deux partenaires. D'importants investissements dans de nouveaux écrans numériques seront en outre consentis d'ici à avril 2014. (LT)

BioApply

Afin d'anticiper l'interdiction des sacs en plastique édictée par les Chambres fédérales, la coopérative Migros Vaud propose depuis le 1^{er} novembre à ses clients des sacs biodégradables, compostables et réutilisables. Ils ont été conçus par BioApply, une société basée à Gland et spécialisée dans les produits biodégradables. (LT)

Agenda

Mardi 5 novembre, 17 h

Conférence: «Les cleantech, marchés et opportunités». Lieu: Medtech-lab, Creapole, Delémont.

www.creapole.ch

Jeudi 7 novembre, 12 h

Vendre ses produits sur Internet: mode d'emploi. Lieu: IdeArk, Martigny.

<http://www.theark.ch/fr/agenda/>