

► GASSER MEDIA

Médias

Innovation: diversification

Année de fondation: 1947

Direction: Raphael Gasser

Lieu: Le Locle

Nombre de collaborateurs: 30



«Certains de mes confrères ont dit que je voulais tuer le métier», lance Raphael Gasser. Lorsqu'il a décidé de diversifier les activités de la société familiale,

le directeur de Gasser Media n'a pas été vu d'un bon œil. Car cette imprimerie traditionnelle a, dans les années 2000, misé sur les techniques numériques, en développant notamment des solutions «web to print» permettant d'imprimer à la demande de petites quantités personnalisables. «A l'époque, il y avait un très grand décalage entre les besoins des clients et les outils industriels. L'impression numérique permet d'économiser du temps et de l'argent.»

Depuis peu, la société pousse la diversification encore plus loin et propose de gérer les données des entreprises, en vue de les optimiser et de pouvoir publier ces informations sur d'autres supports que le papier, tels qu'un site web ou une application mobile. La PME locloise – qui a réalisé un chiffre d'affaires de 5 millions de francs l'an passé – propose également de concevoir des campagnes de communication «en ciblant les bonnes personnes, au bon moment, sur le bon support».

HOMEDIA

Médias

Innovation: réorientation

Année de fondation: 2003

Direction: Eric Grignon

Lieu: Neuchâtel

Nombre de collaborateurs: 25

En 2003, lors de sa fondation, Homedia mise tout sur la location de DVD par internet. Sept ans plus tard, la société dirigée par Eric Grignon s'est complètement réorientée et propose désormais un service en ligne de vidéo à la demande. «Nous avons anticipé la mort du DVD et avons dû nous

réinventer, confie le PDG. Aujourd'hui, nous vendons toujours des films, mais sur des supports différents.» La PME consacre



13% de son chiffre d'affaires – s'élevant à 6 millions de francs en 2015 – au développement de nouvelles fonctionnalités et de nouveaux supports.

Homedia fournit également des services de vidéo à la demande pour Sunrise, 20 Minutes, ou encore Ex Libris et est partenaire de plusieurs sociétés de production hollywoodiennes. Mais comment se démarque-t-elle des mastodontes que sont Netflix ou Google? «Il faut surtout se positionner par rapport à eux. Nos produits sont différents de ceux de Netflix, puisque nous axons notre offre sur les nouveautés films et séries.» Bien positionnée, sur un marché en pleine expansion, l'entreprise ne compte pas s'arrêter en si bon chemin. «Pour faire face aux géants américains, l'essentiel est de croître rapidement en volume», analyse Eric Grignon. Homedia est d'ailleurs à la recherche d'un nouvel investisseur stratégique.

KYBURZ & CIE

Produits transparents

Innovation: éléments holographiques de sécurité

Année de fondation: 1946

Direction: Takashi Kyburz

Lieu: Marin-Epagnier

Nombre de collaborateurs: 40



En décembre dernier, Kyburz s'est vu remettre par l'Association internationale des fabricants d'hologrammes un prix de l'Excellence «Décoration & Sécurité en Un» pour ses éléments holographiques de sécurité. L'entreprise développe des produits transparents en plastique, minéral et saphir dans le domaine de l'horlogerie principalement. Mais la société de Takashi Kyburz dispose également d'un savoir-faire permettant de réaliser des décors nano-graphiques: «Ils peuvent être soit purement décoratifs, soit permettent de vérifier, grâce à un certain type d'éclairage,

si le produit est original ou non.» Grâce à cette technique, les clients peuvent aussi personnaliser leur montre sans que cela soit visible au premier regard.

Si le secteur horloger représente 80% de la clientèle de Kyburz, la PME conçoit aussi des produits pour l'industrie pharmaceutique, médicale ou automobile. Une volonté de diversification initiée par son directeur: «Par souci de pérennité, nous ne pouvons plus nous cantonner à notre secteur d'activité historique.» A terme, la société basée à Marin-Epagnier souhaite sous-traiter à sa société sœur Placor l'ensemble de ses activités de recherche et développement.

PRECIFLEX

Nanotechnologies

Innovation: systèmes micro-et mésofluidiques

Année de fondation: 2010

Direction: Grégory Doude

Lieu: Neuchâtel

Nombre de collaborateurs: 23



Preciflex est née d'une idée a priori saugrenue: réconcilier l'eau et l'horlogerie. Alors que les horlogers cherchent à tout prix à éviter que l'eau ne pénètre dans leurs créations,

la société de Grégory Doude vogue à contre-courant en y incorporant des liquides. L'entreprise développe depuis 2010 des solutions innovantes basées sur des systèmes microfluidiques pour la marque de montres HYT, sa société sœur. «La microfluidique est une technique permettant de gérer de façon précise des déplacements de petites quantités de fluides. Le système vient s'accoupler au mouvement horloger mécanique, ce dernier étant à l'origine du mouvement des liquides.» Preciflex développe aussi cette technique dans d'autres domaines, tels que la joaillerie et le médical.

L'innovation est «vitale» pour Grégory Doude, et «il est important qu'elle soit ancrée dans la culture de l'entreprise et n'intervienne pas seulement en réaction à un environnement difficile». Preciflex, qui investit 20% de son chiffre d'affaires en recherche et développement, a déposé une trentaine de brevets à ce jour. ■