

Des ingénieurs à la fibre écolo

START-UP • *L'ambition de Bcomp? Remplacer les matières non renouvelables dans certains produits par des fibres naturelles. Le marché des sports et des loisirs visé en premier lieu.*



Cyrille Boinay (à g.), Christian Fischer et Andreas Brülhart: une équipe complémentaire qui a tout pour réussir. ALAIN WICHT

GÉRARD TINGUELY

Avec deux ingénieurs, un chargé des finances et administration, un responsable marketing, «on a vraiment l'équipe pour bien démarrer», affirment en chœur Andreas Brülhart, Christian Fischer et Cyrille Boinay. Avec le Jurassien Julien Rion, absent, ils regroupent en effet les compétences utiles à l'aventure entrepreneuriale. Leur société Bcomp¹, tout juste fondée, a décroché un premier crédit du fonds Fribourg Seed Capital et doit obtenir de la commission de Fri Up la permission de s'installer définitivement dans ses locaux.

Ce qui motive, c'est de créer quelque-chose et de voir

ce que le marché en fait

«Notre mission de base, explique l'ingénieur en sciences des matériaux Christian Fischer, c'est de remplacer des matières grosses consommatrices de ressources (aluminium, plastique, carbone) par un nouveau matériau à base de fibres naturelles. Pour cela, nous avons breveté une technologie de tissage des fibres de lin. Selon les propriétés que nous voulons obtenir – empêcher l'écrasement d'un tube ou sa déchirure, obtenir plus de rigidité des surfaces planes – nous renforçons certains points en croisant ou superposant les mèches de fibres de différentes manières.»

Bâton de ski superléger

Comme exemples aboutis de leurs recherches, les fondateurs de Bcomp présentent un bâton de ski très léger, constitué à 60% de fibres de lin, les résines pour l'encollage faisant le reste. Un ski dont le noyau est fabriqué avec ces mêmes fibres a aussi été testé. «Notre société est devenue plus exigeante sur l'origine des produits, la durabilité, le rapport aux producteurs. Elle veut davantage de transparence», juge Cyrille Boinay, en charge du marketing.

Le premier marché visé par le quatuor est celui des sports et des loisirs. Il y a deux raisons à cela. D'abord, le niveau technologique y est relativement faible. «Depuis 50 ans, on fabrique à peu près toujours les mêmes skis.» C'est aussi un secteur où il est possible d'injecter très vite de nouvelles technologies. «Nous sommes très axés sur la performance et la substitution d'un matériau par un autre plus naturel», dit Christian Fischer. Comme ce cadre de vélo en carbone, très réactif, qui peut gagner en amortissement grâce aux fibres naturelles. Itou pour le ski en carbone manquant de feeling. Il a fallu plusieurs années de recherches pour optimiser la structure et trouver le bon équilibre entre les différents types de fibres.

Par la suite, Bcomp n'exclut pas de conquérir le marché du meuble (design), de la robotique industrielle ou de s'intéresser à d'autres fibres (chanvre, bambou, soie). Mais il faut d'abord trouver un certain nombre de clients (des marques) qui achètent les noyaux de ski, bâtons ou casques fabriqués au «naturel». Pas question donc de lancer une nouvelle marque, d'autres s'y étant cassé les dents avant eux. «Ce n'est pas avec le ski que l'on gagnera nécessairement notre argent. Mais en fonction de la demande des clients, il

faut rester opportunistes, disposer d'une large gamme de produits et d'une réserve d'innovations», dit Andreas Brühlhart.

Consacrer beaucoup de temps

Le travail nécessaire au lancement d'une start-up n'est pas mince, reconnaissent les fondateurs. Il faut consacrer beaucoup de temps à expliquer son projet à diverses instances (VentureKick, Seed Capital), vérifier sur les sites spécialisés que les brevets envisagés n'existent pas encore. La CTI (agence de la Confédération pour la promotion de l'innovation) est ici d'un grand secours qui met l'un de ses coachs à disposition.

Ayant son financement assuré jusqu'à la fin 2011, l'équipe de Bcomp recherche des investisseurs pour accompagner sa croissance dès 2012. «Avec nos deux ingénieurs, nous voulons d'abord créer de la valeur ajoutée, et au début garder pour nous la société. Avant de chercher des investisseurs – une équipe complémentaire comme la nôtre leur plaît – il faut créer quelque-chose de sensé, qui a une belle image et un esprit de responsabilité», dit Christian Fischer.

Mine de rien, derrière Bcomp se dissimulent près de cinq ans de travail et de compagnonnage entre les fondateurs, âgés de 29 à 37 ans. Venus de plusieurs cantons (AG, BE, JU, FR), formés à la HEG-Fribourg ou à l'EPFL, passés l'un ou l'autre par des expériences professionnelles dans la grande industrie ou à l'étranger, ils se sont croisés à plusieurs reprises avant de se retrouver autour de cette même motivation: créer quelque chose et voir ce que le marché décidera. Ce que Cyrille Boinay traduit par: «Je me lève en ayant envie d'aller travailler!» I

¹ www.bcomp.ch