



Pour Heidi Hall, la Suisse, qui compte près de 230 000 personnes montant à cheval, est un «véritable territoire de cavaliers».

All-Horses, une start-up qui a du mordant

La jeune entreprise vaudoise a développé un mors pour chevaux aux fonctions inédites. Par Paloma Lopez

COMMENT AMÉLIORER le bien-être du cheval de loisir? C'est en voulant répondre à cette problématique que Heidi Hall s'est lancée dans le développement d'un produit inédit sur le marché de l'équitation. «Le mors que j'ai imaginé est équipé d'une poignée qui permet au cavalier de récompenser son cheval pendant qu'il le monte. Il suffit de presser un bouton pour qu'une substance agréable soit déposée sur la langue de l'animal.» L'objet peut aussi faire office de mors classique lorsque celui-ci n'est pas relié à la

pompe, et «ne change en rien les habitudes du cavalier».

L'outil créé par l'entrepreneure basée à Cheyres (VD) se veut plus respectueux de l'équidé, moins douloureux. Les premiers retours sont enthousiastes. D'après Heidi Hall, qui est d'origine française, la Suisse serait un véritable «territoire de cavaliers», comptant près de 230 000 personnes montant régulièrement à cheval. Selon elle, les amateurs d'équitation locaux seraient particulièrement attentifs au bonheur de leur cheval.

Lancement en 2018

La naissance de l'aventure All-Horses, Heidi Hall l'attribue en partie à son parcours professionnel. «Je travaille dans le secteur du matériel médical depuis vingt-cinq ans. Je suis sans arrêt en contact avec des produits innovants et brevetés.» Une fois le concept

mis au point, Heidi Hall concrétise son projet en déposant un premier brevet, en 2011, complété par deux autres depuis.

«Le monde de l'équitation et celui de l'entrepreneuriat se ressemblent puisqu'ils présentent tous deux une prise de risque». C'est ainsi que Heidi Hall s'est inscrite il y a quelques mois au casting de l'émission *Kampf der Ideen - Start-up Challenge*, diffusée sur la chaîne suisse alémanique Sat.1. Une initiative heureuse, puisqu'elle se retrouve sélectionnée parmi les 19 start-up en lice pour la finale, qui sera diffusée en mi-novembre. «Ce programme, c'était l'occasion pour moi de gagner en visibilité. L'objectif principal était de trouver des partenaires financiers.» Le lancement du mors d'All-Horses est prévu en 2018 pour la Suisse, suivi dans un deuxième temps par une commercialisation en Europe et aux États-Unis. ■