

Jeunes patrons, ils sont la relève des PME de **Genève**

L'esprit numérique souffle sur Genève. Les jeunes entrepreneurs y développent de nouveaux modèles d'affaires ou adaptent des entreprises séculaires aux exigences de l'économie connectée. Notre série. *Par Marisol Hofmann*

L'ENTREPRENEURIAT DIGITAL inspire les jeunes chefs d'entreprise du bout du lac Léman. Certains créent de nouveaux réseaux sociaux professionnels dédiés à un secteur particulier, à l'image d'Hosco et de Goodwall. D'autres se lancent dans le domaine brûlant de la sécurité informatique, tel ProtonMail et son service de messagerie cryptée.

D'après le rapport de stratégie économique cantonale 2030, le développement d'internet va entraîner la transformation des modèles d'affaires de la plupart des secteurs économiques. Ainsi, même dans les entreprises familiales, qui constituent une part importante du tissu genevois, les jeunes chefs d'entreprise cherchent à adapter leurs sociétés aux nouvelles exigences des clients connectés.

PHOTO: S. LIPHARDT





Valentin Cerutti a adapté la société familiale aux exigences de l'ère informatique.

Valentin Cerutti

Age: 27 ans

Fonction: directeur

Nom de l'entreprise: Cerutti Toitures

Nombre de collaborateurs: 80

Lieu: Les Acacias

«Petit déjà, j'aimais parler de business avec les adultes et donner des coups de main à mon père les week-ends ou pendant l'été.» Reprendre l'entreprise familiale était ainsi une évidence pour Valentin Cerutti. Une ambition devenue réalité voilà trois ans. Depuis, il dirige l'entreprise Cerutti Toitures aux côtés de son père et d'un second directeur. Le jeune homme a d'abord exercé au sein de la société en tant que technicien en construction. Il a en outre suivi, en parallèle de son développement dans la société, une formation en économie d'entreprise à la Haute Ecole de gestion de Genève.

Après avoir obtenu son bachelors, il s'est investi de pied ferme dans le développement de la société fondée par son arrière-grand-père en 1910. Son jeune âge lui a notamment permis d'adapter son entreprise aux nouvelles exigences de l'ère numérique. Il a fait profiter sa société de ses connaissances informatiques. «J'ai apporté de nouvelles solutions pour la gestion numérique des archives et instauré l'utilisation de tablettes électroniques. Cela donne plus de flexibilité aux employés et stimule leur créativité.» Il a également mis en place et développé un bureau d'études afin de pouvoir trouver des solutions techniques prenant en compte les problématiques énergétiques.

Au cours des dernières années, la PME a multiplié son effectif par quatre. La société est active dans l'ensemble du domaine de la toiture: étude, couverture, ferblanterie, charpente, étanchéité et entretien. Une expertise déclinée à tous types d'édifices, des maisons individuelles aux immeubles, en passant par les bâtiments industriels. Les services de la société s'adressent aux acteurs publics comme aux privés, architectes, régies immobilières ou entreprises générales. La société s'est notamment spécialisée dans la sauvegarde du patrimoine genevois. Parmi ses réalisations emblématiques récentes, on peut citer la rénovation de la toiture de l'Eglise russe de Genève, édifice qui a fêté son 150e anniversaire l'an dernier.

Nicolas Mucchietto

Age: 34 ans

Fonction: directeur général

Nom de l'entreprise: Blanchisserie Aurore

Nombre de collaborateurs: 12

Lieu: Genève

Pour Nicolas Mucchietto, la clé de la réussite est de ne jamais baisser les bras et de considérer les échecs comme des leçons.



L'entrepreneur sait de quoi il parle. Il a aidé son père, quelques années plus tôt, à sauver l'entreprise familiale de la faillite. La Blanchisserie Aurore qui était, à la base, un petit pressing de quartier est

devenue sous son impulsion une société semi-industrielle. Aujourd'hui, ses services s'adressent principalement aux restaurants, hôtels et EMS.

A l'en croire, c'est son jeune âge et son dynamisme qui lui ont permis de réagir à temps pour redresser la barre. Le carrossier-peintre de formation dirige l'entreprise depuis huit ans. Depuis lors, il a vu le chiffre d'affaires de son entreprise tripler. «La qualité du service fait notre force. Nous favorisons la proximité avec les clients et jouissons d'une bonne réputation.» D'ici à l'an prochain, Nicolas Mucchietto compte élargir son activité en rachetant une autre blanchisserie.

Adil Adam

Age: 27 ans

Fonction: directeur général

Nom de l'entreprise: It's Adil

Nombre de collaborateurs: 12

Lieu: Genève

Adil Adam aime rendre service. Une qualité qui l'a mené, à sa grande surprise, à créer sa propre entreprise il y a quatre ans. Etudiant en management international à la HEC de Lausanne, il avait commencé par se débarrasser ou revendre des objets de

toute sorte dont ses amis et sa famille n'avaient plus besoin. Efficace dans cette activité, il commence à être sollicité par des tiers grâce au bouche-à-oreille. De fil en aiguille, il en vient à créer une entreprise pour formaliser cette prestation.

«Nos services comportent le déplacement jusqu'au domicile du client désirant vendre un objet, l'analyse de l'état de celui-ci, la prise de photo et sa diffusion sur différents sites internet ou dans la presse. L'équipe de It's Adil négocie ensuite le prix avec les acheteurs potentiels



et procède à une sélection qu'il propose au client.» Le jeune entrepreneur a commencé son activité avec quatre autres étudiants et emploie aujourd'hui 12 salariés. Pour Adil Adam, l'entrepreneuriat est une histoire de famille. Il a toujours appris «à ne jamais laisser tomber une bonne idée».

Damien Lardi

Age: 39 ans

Fonction: codirecteur

Nom de l'entreprise: Marbrerie Lardi

Nombre de collaborateurs: 25

Lieu: Plan-les-Ouates



Lorsqu'il a intégré l'entreprise familiale il y a douze ans, Damien Lardi s'occupait notamment de l'administration et du calcul des offres.

Reprendre les rênes de l'entreprise fondée par son grand-père n'était pas dans les plans de cet ingénieur de l'environnement. «C'est en y travaillant que j'ai pris goût au métier. Et quand il s'agit d'une entreprise familiale, on s'investit davantage.» Voilà quatre ans que le Genevois de 39 ans dirige l'entreprise aux côtés de son père. La société compte 25 employés et est

active sur l'ensemble du bassin lémanique. Ses services s'adressent notamment à une clientèle privée ainsi qu'à des régions immobilières.

Ses points forts? «Le stock de 10 000 m² de «tranches» de pierre qui permet d'être réactif aux demandes des clients, un parc machine performant pour réaliser un travail de qualité et le savoir-faire transmis de génération en génération.» Damien Lardi compte par ailleurs apporter un nouveau souffle à sa société en revoyant notamment le management des relations internes ou la stratégie marketing. «La pierre naturelle possède d'innombrables qualités, tant pratiques qu'esthétiques, et il est important de les mettre en avant.»

Olivier Bracard

Age: 32 ans

Fonction: directeur général

Nom de l'entreprise: Hosco

Nombre de collaborateurs: 40

Lieu: Genève, Barcelone, Dubai



Olivier Bracard, ancien diplômé de l'Ecole hôtelière de Lausanne, a cofondé en 2011 Hosco, plateforme de référence pour la branche hôtelière. Le concept: mettre en rela-

tion des étudiants d'écoles hôtelières avec le monde professionnel de l'hospitalité à l'échelle internationale. Cette idée a germé dans la tête d'Olivier Bracard lorsqu'il s'est retrouvé dans la difficulté de recruter un stagiaire pour son ancien employeur. «Il n'existait pas de solution regroupant les meilleurs talents, en Suisse et à l'étranger.» Hosco comble ainsi un manque.

La plateforme de recrutement compte aujourd'hui 130 000 talents actifs et 200 employeurs. Elle est en outre partenaire de 170 écoles hôtelières dans le monde. «Et ce n'est que le début de l'aventure.» Le jeune entrepreneur veut faire d'Hosco le site de référence pour le recrutement dans son secteur d'activité, qui représente aujourd'hui 10% des emplois dans le monde. Hosco a récemment obtenu une nouvelle



Katarzyna Kmieć a fondé une école de langues basée sur des méthodes ludiques.

Katarzyna Kmieć

Age: 29 ans

Fonctions: directrice et propriétaire

Nom de l'entreprise: Spell Languages

Nombre de collaborateurs: 25

Lieu: Genève

Polonaise d'origine, Katarzyna Kmieć est arrivée en Suisse il y a sept ans dans l'optique de devenir traductrice. Le destin en a voulu autrement, car en 2011, la jeune femme, alors âgée de 23 ans, ouvre le centre d'apprentissage de langues Spell Languages. Cette école s'adressant aux enfants de 11 mois à 15 ans propose une approche innovante, en axant la transmission des langues via le jeu. «L'enfant, en se divertissant, acquiert la langue à son insu.» Katarzyna Kmieć souligne que les enfants en bas âge ont un fort

potentiel d'assimilation des langues, qui n'est pas toujours bien exploité. «J'ai remarqué, dans mon entourage, que certains enfants rencontraient des difficultés à apprendre les langues selon les méthodes d'enseignement traditionnelles et qu'il manquait des structures proposant une approche plus moderne.»

La philologue de formation a vu juste. Le succès est immédiat. A peine a-t-elle eu le temps de poster une annonce sur internet qu'elle recevait déjà une centaine de demandes de cours. Si elle a commencé seule l'activité, elle doit rapidement engager du personnel, et admet ne pas avoir été préparée à un tel engouement. «Au cours de la deuxième année, j'ai pris peur. Si j'étais douée en tant qu'enseignante, je l'étais moins en gestion d'entreprise. Et mon

emploi du temps ne me permettait pas d'entamer une formation pour combler mes lacunes.» Pour surmonter ce premier défi, la Genevoise d'adoption se tourne alors vers l'organisme d'accompagnement de jeunes entreprises Genilem.

Etre à la tête d'une entreprise a ses avantages, «comme de choisir ses collègues», mais demande également des sacrifices. «J'ai dû quelque peu délaissier l'enseignement pour m'investir davantage dans la gestion d'entreprise et la formation des enseignants.» Le centre Spell Languages compte aujourd'hui 25 professeurs et près de 250 élèves. En plus des trois langues nationales principales, il enseigne des langues comme le mandarin et le russe. Les cours se déroulent en petits groupes ou en formation individuelle.

levée de fonds de 7 millions de francs pour accélérer ses plans de croissance.

Omar Bawa

Age: 25 ans

Fonction: Chief Product Officer

Nom de l'entreprise: Goodwall

Nombre de collaborateurs: 23

Lieu: Genève

Taha et Omar Bawa sont issus d'une famille de travailleurs humanitaires. Tout comme leurs parents engagés pour le Haut-Commissariat des Nations unies pour les réfugiés et le Fonds mondial, ils ont eu envie, à leur tour, d'apporter leur pierre à l'édifice. En 2012, Omar et son frère mettent sur pied Goodwall, une plateforme de développement professionnel destinée à mettre en réseau collégiens et universités. Elle fonctionne selon un principe similaire à celui de LinkedIn.

«Toutefois, la moyenne d'âge sur le réseau professionnel est de 42 ans. Notre objectif était plutôt de créer un écosystème destiné aux jeunes de 14 à 18 ans et de maximiser le potentiel de la nouvelle génération.»

Goodwall permet notamment aux collégiens de trouver, grâce à un algorithme, une université correspondant à leur profil. Ce service innovant est accessible en ligne ou via une application. Le service compte déjà plus d'un million d'utilisateurs répartis dans quelque 150 pays. Les frères Bawa, qui avaient commencé l'aventure seuls, ont désormais une vingtaine d'employés en Suisse, comme à l'étranger.



Andy Yen

Age: 29 ans

Fonction: CEO

Nom de l'entreprise: ProtonMail

Nombre de collaborateurs: 35

Lieu: Plan-les-Ouates

«Notre société est née de la volonté d'offrir un service d'e-mails sécurisé d'un bout à l'autre de la communication et facilement utilisable.» Diplômé de l'Université d'Harvard, le jeune entrepreneur d'origine



taïwanaise a commencé ce projet avec des collègues en parallèle à son travail au CERN à Genève. Grâce aux dons récoltés au moyen d'une campagne de crowdfunding, ProtonMail est

devenue une entreprise qui compte aujourd'hui 3 millions de clients répartis dans plus de 150 pays.

Ses services s'adressent à une clientèle variée: entreprises, journalistes, particuliers, et même gouvernements. Selon Andy Yen, la nouvelle génération dont il fait partie est plus à même d'anticiper les développements du numérique et donc plus réactive dans le domaine de la sécurité informatique. Il espère élargir ses services au *chat*, au stockage et partage de fichiers ainsi qu'à d'autres outils de productivité commerciale en ligne.

Felix Stähli

Age: 35 ans

Fonction: chef opérationnel

Nom de l'entreprise: Impact Hub Geneva

Nombre de collaborateurs: 15

Lieu: Genève



Impact Hub est à la fois une communauté et un espace de coworking promouvant l'entrepreneuriat durable. Le concept, né à Londres en 2005, a été importé il y a

deux ans à Genève par le Zurichois Felix Stähli et trois autres cofondateurs. «Depuis le collège, je m'intéressais aux modèles économiques du secteur privé et à la manière dont on pouvait utiliser l'efficacité de ses

méthodes pour des projets sociaux.» Un système d'abonnement mensuel propose différentes prestations comme l'accès à un espace de travail et à une communauté de pairs, ainsi que des soutiens pour les start-up ou les petites structures.

La structure a également mis sur pied différents programmes d'incubation. A l'heure actuelle, Impact Hub est présente dans une cinquantaine de pays et compte 250 adhérents à Genève. Le jeune entrepreneur prévoit d'ouvrir une enseigne à Lausanne cet automne, et développer le rayonnement international du site genevois.

Jérémy Blondin

Age: 31 ans

Fonction: directeur général

Nom de l'entreprise: Domaine des Mattines

Nombre de collaborateurs: 30

Lieu: Perly-Certoux



Jérémy Blondin a su allier les connaissances en matière de technologies agricoles de son père et l'amour pour la terre de son oncle. Depuis deux ans, il dirige avec eux le

Domaine des Mattines. Horticulteur de formation, il a intégré l'entreprise familiale il y a dix ans. Il a notamment développé le management de l'entreprise et des relations internes, ainsi que le système informatique. «Je passe plus de temps à former les employés et à réaliser un travail bureaucratique que mes prédécesseurs.»

L'exploitation maraîchère de la famille Blondin se veut innovante. Divers outils technologiques – panneaux solaires, écrans thermiques ou trains automatisés pour le transport des cageots – améliorent les conditions de travail et de production. Elle est également sensible aux questions écologiques. «Nous utilisons, par exemple, des insectes à la place de pesticides.» L'entreprise s'est notamment spécialisée dans la production de tomates. Ses produits sont vendus directement à la ferme ou redistribués par l'Union maraîchère de Genève. ■