Un week-end pour lancer sa start-up

Yann Staffelbach

Bienne Une trentaine de personnes ont participé, de vendredi soir à dimanche, au Startup Weekend organisé au Switzerland Innovation Park Biel/Bienne. Le but, se glisser dans la peau d'entrepreneurs, avec, pour défi, de monter sa start-up en seulement un week-end. Une expérience qui permet de se former très vite aux rudiments du métier. **page 3**

Trois jours pour démarrer son affaire

BIENNE De vendredi à dimanche, le Switzerland Innovation Park accueillait le Startup Weekend, une expérience didactique offrant de s'initier, en un temps record, aux rudiments du monde du business.

PAR **SIMON PETIGNAT** PHOTOS **YANN STAFFELBACH**

Régulièrement, des conférences ont aiguillé les participants dans leur travail.

Le Switzerland Innovation Park a pris des allures de ruche, ce week-end, une trentaine de start-upers bourdonnant entre ses murs.

Démarrer une entreprise innovante dans le monde du marché, ça s'apprend. Et c'est ce que propose annuellement le Startup Weekend. Une trentaine de participants, âgés de 18 à 55 ans, ont répondu présent, ce samedi, au Switzerland Innovation Park Biel/Bienne (SIPBB). Cette session de coopération, de coaching et de remue-méninges groupé était organisée par Sébastien Flury, Nicole Zimmerman et Petra Schmid.

Monter sa boîte

Après une phase de pitch vendredi soir en présence d'un animateur, six projets (sur les 12 présentés) ont été retenus. Chacun possédait la somme virtuelle et factice de 3000 francs (des faux billets donnés par un sponsor) à investir dans les propositions qu'ils trouvaient les plus pertinentes. A suivi une phase de recrutement, durant laquelle les leaders ont formé leurs équipes, selon les compétences disponibles et les affinités entrepreneuriales.

Les deux jours suivants ont été dédiés à l'esquisse des plans de lancement. Équipée de tableaux à punaises et de schémas vierges, la demi-douzaine de groupes (trois à six partenaires) était dispersée à des tables que les post-it n'ont pas tardé à envahir. Les participants disposaient également tous d'un document PDF compilant des rudiments de management.

Huit coachs, quatre hommes et quatre femmes, forts d'une expérience dans le domaine, se trouvaient à disposition des apprentis entrepreneurs afin de les épauler. «Ce week-end nous apporte des connaissances et une meilleure compréhension de ce qu'implique un projet», confie Stéphane, ingénieur mécanicien projetant de créer sa propre société.

> **C'est comme un condensé des six premiers mois d'une start-up, mais en moins risqué!"**
>
> SÉBASTIEN FLURY
> COORGANISATEUR
> DE CE STARTUP WEEKEND

Lors d'une brève conférence à l'intention de l'ensemble des équipes, samedi, Nadine Reichenthal, une des coachs, rappelle sans détour qu'«être entrepreneur, c'est investir pour gagner de l'argent». À ce moment, les groupes en étaient à l'étape du processus qu'est la définition du produit, allant de pair avec le ciblage d'une clientèle.

Des coachs pour mentors

Afin de mieux cerner la demande, l'équipe de Sébastien a par ailleurs procédé à une enquête en ville, tentant de définir quels clients potentiels, et donc quels types d'automobilistes, seraient susceptibles d'être intéressés à voir transformer leur véhicule thermique en voiture électrique.

Cette phase s'inscrivait dans l'élaboration d'un «business model canvas», soit le modèle économique d'une entreprise sous sa forme la plus synthétique. Et Nadine Rosenthal de filer la métaphore de la pièce de théâtre, où rien n'est laissé au hasard avant la première représentation publique.

Les interventions des coachs structuraient l'avancée des projets. Tout en donnant des repères méthodologiques aux participants, celles-ci pouvaient être source de remises en question. C'est le cas de cette cheffe de file qui confie avoir l'impression de devoir tout repenser suite à la mini-conférence.

Les apprentis entrepreneurs cherchaient un plan de bataille adéquat pour leurs projets novateurs, donc. Ceux-ci? Une plateforme digitale répertoriant des profils d'étudiants à l'intention des entreprises, un réseau social promouvant différents types d'activités et mettant en relation, de manière virtuelle ou non, les adeptes des pratiques, ou encore un projet de jardins sur mesure (kits complets livrés à domicile). Les participants non domiciliés à Bienne logeaient à l'auberge de jeunesse le Lago Lodge. C'est le cas de Grazia, qui a fait le déplacement de Sicile afin de réfléchir à la promotion des produits viticoles du domaine familial, sous la forme de différentes activités culturelles (cinéma en plein air non loin des vignes, ateliers de cuisine, dégustations, visites).

Dimanche, les projets finalistes ont été sélectionnés. Le premier prix offert était un programme de coaching sur trois mois, dispensé par l'agence be-advanced (canton de Berne). «C'est un excellent tremplin», souligne Anita Jörg, directrice des opérations management du SIPBB.

Le deuxième prix était un bon dans un restaurant, une manière symbolique d'encourager les équipes formées lors du week-end à rester en contact.

Une simulation en vue d'une situation réelle

«C'est comme un condensé des six premiers mois d'une start-up, mais en moins risqué!» sourit Sébastien Flury, coorganisateur. Rappelons que les Startup Weekend ont lieu une fois par année, et, depuis 2021, c'est au Switzerland Innovation Park de Bienne qu'elles se déroulent. Celles-ci font figure de simulation, voire de préparation en vue d'une situation réelle. Dans le cadre de l'événement, les idées des participants sont soumises à l'évaluation de leurs pairs, avant d'avoir la possibilité d'être développées. «Pas mal de chimères doivent être abandonnées d'entrée de jeu», continue Sébastien Flury. Les participants y réunissent leurs compétences et perspectives diverses dans une optique d'échange de bons procédés et de réflexion. «La particularité de Bienne, c'est que des personnes de tous horizons sont représentées, étudiants comme professionnels. Dans ces Startup Weekend, l'industrie est bien représentée», déclare Anita Jörg, directrice des opérations management du SIPBB. «A l'exception de l'industrie horlogère, qui a développé son propre système à l'interne», précise-t-elle.

Au cours de ce programme de trois jours, les réalités du marché sont donc prises en compte et les participants apprennent tour à tour à pitcher de manière à convaincre les investisseurs. On leur enseigne également les bases en management nécessaires à l'élaboration d'un «business model canvas» viable. Au final, «certains des projets seront concrétisés, d'autres non, mais ce qui est sûr c'est que les liens tissés lors de l'événement perdurent!» conclut Sébastien Flury.