

La culture du secret pénalise la

> Transmission
Combien de PME se sont-elles vendues en 2012? Personne ne peut répondre à cette question

> En Suisse,
un courtier zurichois veut remédier à cette absence de transparence. Il lance sa plateforme en Suisse romande

Marie-Laure Chapatte

Promenons-nous dans une zone industrielle de Suisse romande. A Meyrin (GE), par exemple, les bâtiments sont souvent gris, quelques camionnettes circulent. Mais quelle PME, dans cette rue, est à vendre? Celle-ci, à la plaque un peu pâlotte, ou celle-là, au jardinet joliment fleuri? Répondre à cette question semble plus compliqué que, pour les physiiciens du CERN, à une encablure de là, de découvrir le boson de Higgs. En Suisse, les statistiques sur les ventes de PME sont désertiques. «Le nombre d'opérations est tout à fait opaques», observe Maurice Pierazzi, associé chez Dimension, cabinet lausannois qui accompagne entre six et dix ventes d'entreprises par année. L'Université de Saint-Gall devrait actualiser cet automne son étude sur les entreprises qui doivent régler leur succession dans les cinq ans – en 2009, elles étaient 77 270, soit un quart des petites et moyennes entreprises du pays.

Cette absence de transparence provient d'abord de l'entrepreneur lui-même. La peur que ça se sache, Frank Monnier, l'ancien hockeyeur professionnel, l'a bien connue. Après sa carrière sportive, au début des années 2000, il s'associe à Patrice Guillard pour reprendre l'entreprise familiale, Moonier, active dans la conception et l'installation de système de chauffage, de ventilation et de climatisation, à Pully (VD). Une PME d'une trentaine de collaborateurs, bien implantée sur son marché régional. Après que les deux associés ont été approchés par deux grands groupes français, la question d'un rachat est née chez le couple managérial, pourtant encore jeune (46 et 47 ans). Tout de suite, la confidenti-

alité est devenue centrale. «Dans l'esprit des gens, quelqu'un qui vend sa société, c'est qu'elle va mal, poursuit-il. Et même depuis la vente à l'automne dernier (à Avireal, société alémanique active dans la gestion complète de biens immobiliers, de la sécurité à l'efficacité des bâtiments), certains disent toujours que nous étions en difficulté.» Ce qu'il récite, conscient toutefois que rien ne tue vraiment les «bruits». «Nous réalisons des bénéfices et sommes parfaitement sains. Nous venons même d'ouvrir une succursale sur Genève», se félicite-t-il. Et Frank Monnier reste bien placé pour le savoir puisqu'il a négocié avec le repreneur une phase de cinq ans au cours de laquelle il reste, avec Patrice Guillard, à la tête de la société. «Pour moi, le principal problème des «fuites», ce sont les clients. Ce sont eux qui s'inquiéteraient en premier si nous annoncions ouvertement que nous étions à vendre», avance de son côté ce industriel de l'Arc jurassien. Qui restera anonyme, donc.

«Je souhaiterais pouvoir vendre les deux sociétés au même acquéreur»

Le cas de Ceramaret, spécialisé dans la fabrication de petites pièces en céramique, à Böle (NE), est emblématique. Ce fleuron industriel neuchâtelais, qui a inauguré en mars une nouvelle extension et possède notamment parmi ses grands clients Rolex, sera vendu un jour, faute de succession familiale. Son propriétaire, Martin Knechtli, via sa holding MK Holding, qui possède également une société de haute pression vers Zurich, a déjà cédé ses fonctions opérationnelles. Contacté à Thielle (NE), l'industriel se montre très cordial, mais on sent qu'au fond de lui, il aurait préféré qu'on ne l'appelle pas. Sans enfant, il vient de céder son patrimoine immobilier privé à une fondation et partira la semaine prochaine s'installer à Saint-Gall. Pour ses entreprises, ce n'est pas si simple. «Dans l'idéal, je souhaiterais pouvoir vendre les deux sociétés au même acquéreur, car cette solution engendrerait le moins de changement pour le personnel et les clients. Je sais que cette option ne rapportera moins d'argent, mais c'est celle que je privilégie, pour l'heure.» Il se donne deux ans pour trouver sa perle d'acquéreur. Pourtant, dans ce mur d'opacité,



La peur «que ça se sache» guette les entrepreneurs qui souhaitent vendre leur société. La confidentialité est donc au cœur

de petites fissures apparaissent. «En France notamment, l'émergence de plateformes internet (Fusacq.com par exemple) contribue à accroître la transparence, estime Frank Guemara, fondateur de Triportail à Genève. Ces bases de données facilitent un peu notre travail, mais la Suisse reste bien cloisonnée. Ici, contrairement à nos voisins, nous avons la culture de la confidentialité des états financiers, qui constitue un obstacle de taille.» Des plateformes internet, certaines ont vu le jour, comme Compagnymarket.ch, celle de KMU Next et son ex-pendant romand Relève PME, une scission s'étant opérée la semaine dernière (lire ci-dessous). Sans oublier celle des cantons de Suisse occidentale, axée sur le financement, Capital Proximité.

Mais en Suisse, les initiatives privées n'ont jamais vraiment décollé. Maurice Pierazzi à son explication: «Souvent, les plateformes qui se sont développées sont liées à la micro-entreprise. Il faut se rendre compte que vendre une entreprise, ce n'est pas comme vendre un bien immobilier. Les notions de risque de même que les éléments émotionnels sont différents. Il manque du professionnalisme à ces plateformes pour pouvoir sélectionner les investisseurs sérieux et gérer l'ensemble du processus.»

L'acteur privé zurichois BusinessBroker entend y remédier. Fondé en 2007 par trois associés, ce bureau spécialisé dans le conseil lors de la vente est parti du constat «qu'il n'existait pas de tels services en Suisse et que les propriétaires de

PME sont très seuls face à la vente de leur sociétés. Il était très difficile pour le vendeur de trouver l'acheteur adéquat. «Notre ambition est d'accroître cette transparence et, donc, de faciliter les transactions», martèle Jérôme Andermatt, chargé du développement de la Suisse romande.

Plus grand prestataire de service dans le domaine de la vente de PME en Suisse, BusinessBroker lance son offensif romande, a-t-il confié au Temps. Depuis sa création, l'entreprise a soutenu des propriétaires dans la vente de plus de 200 sociétés. Elle compte également 200 mandats d'entreprises actuellement en vente (un prix de vente situé entre 100 000 et 10 millions de francs). «Notre site internet rencontre un réel succès», assure Jé-

«La discrétion est essentielle pour obtenir une meilleure valorisation»

> Entretien avec Claude Bagnoud, responsable de la division entreprises et clients institutionnels à la Banque Cantonale de Genève

Le Temps: Récemment, vous avez invité les entreprises à regarder les opportunités du côté des fusions et acquisitions. Pourquoi?

Claude Bagnoud: Les entreprises doivent en tout temps s'adapter pour ne pas être rattrapées par leur futur. Elles ne doivent pas le faire parce que l'on vit une crise économique. Mais leurs réflexions doivent être basées, entre autres, sur l'opportunité d'une diversification géographique, d'obtenir une nouvelle technologie, de gagner des parts de marché. Est-il plus avantageux, financièrement, de procéder à une acquisition plutôt que de miser sur de la croissance organique? Voilà les questions que doivent arbitrer les managers.

– Vous dites toutefois que des



Claude Bagnoud: «Le nombre d'entreprises familiales à remettre devrait augmenter.»

fenêtres prix vont s'ouvrir. Qu'entendez-vous par-là?

– Il est faux de croire que la crise économique a entraîné une baisse des prix des sociétés. Les «bonnes» cibles sont toujours bien valorisées, alors que pour celles qui présentent des difficultés, les acquéreurs ont tendance à sous-estimer les coûts de la restructuration. N'en demeure pas moins que l'attentisme des acheteurs peut influencer vers le bas le prix d'une entreprise. Avec cette

incertitude, un actionnaire peut être amené à accepter une décote de la valeur de son entreprise.

– **Pour l'heure, ce n'est pas l'effervescence. Le phénomène des rachats de PME va-t-il s'accélérer?**

– Effectivement, le nombre d'entreprises familiales à remettre devrait augmenter dans les prochaines années; le nombre de propriétaires de plus de 50 ans est d'ailleurs toujours plus important. Nous constatons un changement, les successions familiales ne sont plus une évidence absolue. Donc, le nombre de ces transactions va aller croissant.

– **Avez-vous une idée du nombre de transmissions de PME qui se sont opérées à Genève en 2012?**

– Honnêtement, non. Aucun acteur ne dispose de ces chiffres.

– **Cela témoigne de l'opacité de ce marché en Suisse. Pensez-vous que cela soit une bonne chose?**

– Je m'insurge contre le terme opaque. Nous cultivons la discrétion, non l'opacité. Il est bien évident que si un entrepreneur

cherche à vendre son établissement, il doit observer une extrême discrétion: d'une part vis-à-vis de sa concurrence directe, qui pourrait l'affaiblir, d'autre part vis-à-vis de ses employés, qu'il ne doit pas inquiéter ni démotiver et, enfin, vis-à-vis de ses clients, qu'il doit conserver et développer. La discrétion est une stratégie essentielle pour obtenir la meilleure valorisation.

– **Cette discrétion ne limite-t-elle pas le champ des acquéreurs potentiels?**

– Non. C'est ici le travail de l'intermédiaire, qui grâce à un mandat de vente, est chargé d'organiser ce processus. Nous le faisons à la BCGE, c'est là que se situe notre valeur ajoutée.

– **Plusieurs intermédiaires estiment que les grandes banques sont moins frileuses pour financer les PME que vous ne l'êtes. Que leur répondez-vous?**

– Le fait d'avoir lancé Capital Transmission SA, doté de 50 millions de francs, constitue une première preuve de notre détermination

pour un établissement de notre taille. Les critères d'octroi pour l'accompagnement financier de la transmission d'une entreprise sont souvent semblables entre les établissements. Je dirais même que nous nous engageons davantage dans des opérations de taille plus modestes. Rappelons qu'une entreprise genevoise sur deux est financée par notre établissement.

– **Sur les 50 millions de francs de Capital Transmission, combien ont déjà été engagés?**

– Nous avons réalisé 7 investissements pour plus de 21 millions de francs. L'an dernier, sur trois financements conclus, deux concernent des sociétés actives sur Genève. L'objectif reste d'atteindre les 50 millions fin 2015, mais il faut comprendre qu'investir minoritairement dans une société, ou mener une opération de financement mezzanine, demande que l'on devienne partenaire avec la société. Il faut donc prendre le temps de se connaître. A noter que nous sommes déjà sortis d'une opération à notre grande satisfaction. **Propos recueillis par M.-L. C.**

>> Sur Internet

Des nouvelles sur les start-up, des portraits d'entreprises, des chroniques: les PME ont un espace qui leur est entièrement dédié

www.letemps.ch/pme

transmission des sociétés



du processus de transmission, ZONE INDUSTRIELLE DE LA FRAILIT, GENÈVE, 26 AVRIL 2013

chose. L'investisseur se concentre principalement sur la rentabilité de la société pour définir sa valorisation. Alors que, avant 2008, c'était un peu la course aux leviers de financement agressifs. Les patrons aussi reviennent souvent à la réalité lors des négociations.

Pierre-Yves Meinen n'y a pas échappé. L'entrepreneur genevois a fondé Prestige Rent a Car il y a plus de trente ans. Après dix mois de pourparlers, il a récemment cédé une partie de son affaire, l'activité de services avec chauffeur, au groupe parisien Chabé, un des leaders dans le domaine du transport de luxe en France. Une nouvelle société, Chabé Prestige, a été créée à cet effet. « Comme ils avaient des succursales à Courchevel et Lyon, ils étaient intéressés à compléter le triangle de la région avec Genève, explique le dirigeant. Et, d'une certaine manière, même s'ils sont grands, l'esprit familial qui règne là-bas m'a plu. » Le patron de la PME genevoise ne dévoilera pas le montant de la transaction. « Comme c'est la première fois que je vendais

« La période de prise de décision, de six mois environ, fut très difficile »

une société, j'ai été épaulé par une fiduciaire. Au départ, on imagine toujours un prix dans notre tête, ils m'ont vite fait redescendre sur terre », sourit-il. A 56 ans, Pierre-Yves Meinen se dit toutefois très satisfait d'avoir mené l'opération à terme. « Je suis content de cette issue, d'autant plus que je poursuis les activités de pure location de Prestige Rent a Car », rappelle-t-il.

« Étant avant dix ans aux côtés des patrons, Frank Guemara a constaté un vrai changement du point de vue des mentalités. » Avant, les entrepreneurs privilégiaient toujours une issue familiale et vendait lorsqu'il n'y avait pas d'autre option. Aujourd'hui, le patron est fier de vendre sa société, observe-t-il.

Vivre une période de deuil est « inévitable », relève Charles Cantin, qui a remis il y a une année son groupe de tôlerie industrielle à Dondidier (FR). Il a lâché son « bébé », qu'il avait démarré dans un garage et porté jusqu'à 70 collaborateurs, après mûre réflexion: « J'ai reçu le feu vert de mes filles, mais la période de prise de décision, de six mois environ, fut très difficile. Aujourd'hui, c'est vrai que c'est une satisfaction de voir son entreprise

et son nom perdurer. » Le « retraité » de 57 ans passe aujourd'hui ses journées à avaler des kilomètres de bitume sur son deux-roues.

Comme dans le cas de Prestige Rent a Car ou également de la PME genevoise Archives & Plus, très récemment englobée par Everal, le fondateur de Triportail constate que les groupes français constituent des acquéreurs de choix pour les PME romandes: « Ils sont omniprésents depuis quelque temps. Ils sont nombreux à vouloir acquérir une petite pépite suisse. » Pour Maurice Pierazzi, les repreneurs sont essentiellement des industriels. « Depuis deux à trois ans, on note toutefois une demande plus importante de la part d'investisseurs privés fortunés (suisse ou étrangers) qui souhaitent investir en direct dans des entreprises. » Souvent dans la plus grande discrétion. C'est le cas de certains banquiers qui opèrent des virages à 180 degrés, profitant des deniers accumulés lors des années fastes.

Ce manque global de transparence n'est pas anodin. Par exemple, les acheteurs se concentrent souvent sur les due diligences financières, fiscales et légales et négligent la due diligence opérationnelle. « Pourtant, celle-ci permet d'optimiser les chances de succès en s'intéressant aux clients et aux personnes clés de l'entreprise », explique en substance Claude Romy, également associé de Dimension, dans un article paru dans la revue *L'Expert-comptable*. Ce qui, en cas de confidentialité absolue, se révèle compliqué.

D'ailleurs, cette question de l'après doit être au cœur de la stratégie des PME. Expert dans ce domaine, Jacques Blanc prône davantage d'ouverture. « Pour quantité de bonnes raisons, la culture du secret prévaut, reconnaît l'associé de BDO. Pourtant, si un patron informait ses collaborateurs sur ses intentions suffisamment à l'avance, il trouverait peut-être des solutions à l'interne et, surtout, il pourrait chercher dans un cercle plus large, s'il n'y avait pas ce tabou. » De toute façon, tous s'accordent pour dire qu'il faut se préparer longtemps à l'avance pour embellir la future mariée. Ici, une brosse de mascara ne suffit pas. Par exemple, Jacques Blanc se bat contre le fléau de la dépendance au patron. Son premier conseil? « Mettez en place une structure et un encadrement et sensibilisez quelques personnes clés au développement du marché et à la prospection. » Autre possibilité, intéresser les cadres, comme BDO l'a fait (85 associés aujourd'hui).

Avant-garde californienne

Vices et vertus des accélérateurs



Gioia Deucher*

Ils se multiplient autant dans la Silicon Valley qu'en Suisse: les programmes et institutions destinés à promouvoir l'innovation et la création de start-up. Parmi les initiatives les plus en vogue figurent les accélérateurs et les incubateurs. Aux États-Unis, ils seraient plus de 1000 selon les derniers chiffres, alors qu'en Suisse, nous en avons compté une trentaine.

Le métier d'entrepreneur est difficile et s'apprend en faisant des erreurs. Cependant, celles-ci peuvent être minimisées grâce aux incubateurs et aux accélérateurs. Avoir accès à des mentors expérimentés et à une communauté d'entrepreneurs qui partagent les mêmes défis permet de bénéficier de leurs connaissances. Lorsque viennent s'y ajouter un investissement contribuant au capital de démarrage, ainsi qu'un réseau donnant accès à des clients potentiels, les conditions pour lancer un start-up deviennent idéales. Ainsi, les incubateurs et accélérateurs cherchent à réunir tous les composants d'un écosystème favorisant l'entrepreneuriat.

Comment les modèles se distinguent-ils? Généralement à but non lucratif, les incubateurs sont souvent des initiatives d'universités ou de collectivités publiques. Les start-up y auront généralement 12 à 18 mois pour développer leurs produits.

Un accélérateur, en revanche, est censé être profitable. Il propose donc un programme de support intense et sélectif aux start-up, normalement limité à quelques mois (souvent trois), visant à rendre les entreprises attractives pour des investisseurs.

Tandis que dans la Silicon Valley, l'analyse minutieuse de l'efficacité réelle des accélérateurs commence à ronger leur aura, la réussite de start-up comme Airbnb et Dropbox – les deux issues du fameux accélérateur YCombinator – continue à inspirer la propagation du modèle en Europe et ailleurs. Effectivement, en Suisse, les accélérateurs doivent encore faire leurs premiers pas.

L'augmentation du nombre d'accélérateurs, aux États-Unis et

ailleurs, est étroitement liée à la baisse du capital nécessaire pour démarrer une entreprise. Aujourd'hui, une personne avec un ordinateur peut lancer un start-up potentiellement capable de générer des centaines de millions de dollars de revenus. En investissant chaque fois une somme relativement modeste, un accélérateur peut donc parier sur un éventail d'idées ou d'équipes. Il diversifie ainsi son risque – «spray and pray», comme on dit en Californie.

La croissance du nombre d'accélérateurs augmente cependant leur taux d'échecs. Non seulement il n'y a pas suffisamment de start-up de qualité supérieure, mais de plus, les investisseurs nécessaires manquent. Selon une étude de la Fondation Kauffmann en 2011, 44% des accélérateurs aux États-Unis n'ont vu aucune de leurs start-up lever des fonds institutionnels.

Un entrepreneur doit soigneusement analyser ses préférences et options avant de joindre un accélérateur. Ceux-ci se concentrent généralement sur des cibles aisées: les start-up qui paraissent facilement profitables ou qui sont des candidats typiques pour une acquisition, car c'est là où se trouve l'argent. Une start-up qui n'est pas prête à mettre un produit sur le marché dans les trois mois perdra son temps en allant dans un accélérateur. De même, un entrepreneur avec beaucoup d'expérience, un réseau bien établi et des fonds en suffisance, n'aura que peu à y gagner. Au contraire, un novice qui vient de se lancer dans l'aventure entrepreneuriale peut véritablement accélérer son apprentissage en bénéficiant du conseil de mentors chevronnés, d'un programme ciblé et d'un financement de démarrage.

Il est dans le cours normal des choses qu'une partie significative des start-up « accélérées » finisse par échouer. Cela ne diminue en rien l'impact global positif des efforts de support à l'entrepreneuriat. Le monde (et la Suisse) a besoin de bonnes idées. Bien conçues, les accélérateurs offrent une excellente plateforme pour les réaliser.

L'entrepreneur Tim O'Reilly disait: « Pursue something so important that even if you fail, the world is better off with you having tried. » Accélérons donc!

* Directrice adjointe de Swissnex San Francisco

Relève PME se sépare de son partenaire historique

➤ Après plusieurs mois de conflit avec KMU Next, l'association s'est relancée mercredi dernier

L'assemblée générale a duré 73 minutes mercredi dernier au Parc scientifique de l'EPFL, à Lausanne. La presse a été priée de rester en dehors des débats par la secrétaire générale, Nicole Conrad, en raison du « contexte houleux ». Au final, l'assemblée a entériné la scission de l'association Relève PME avec son partenaire historique KMU Next. Celui-ci, qui s'est réorganisé et transformé en fondation, souhaitait offrir une plateforme commune aux régions linguistiques. Il a confié son développement en Suisse romande à Giovanni Giunta, directeur latin, ancien secrétaire de Relève PME.

Après deux assemblées de réflexion – sur la dissolution de l'association – et des mois de conflit, Relève PME prend donc aujourd'hui une nouvelle forme, sous l'impulsion de quatre associations patronales de l'Arc léman-

que. « On se demandait à quelle sauce nous allions être mangés, c'est pourquoi nous avons cherché une solution alternative », explique Nicole Conrad. Ainsi, la Fédération vaudoise des entrepreneurs, le Centre patronal vaudois, la FER Genève et la Fédération genevoise des métiers du bâtiment (FGMB) ont uni leurs forces pour proposer un budget « redimensionné, mais non dévoté ». La secrétaire générale veut poursuivre les activités de sensibilisation à la problématique de la transmission, et organiser des ateliers par corps de métiers, pour les cédants et pour les repreneurs. Elle veut également renforcer la collaboration avec Capital Proximité pour les aspects de financement. Un nouveau comité, réduit à 7 membres, a été constitué: Georges Zünd, Olivier Grometto, Pierre-Yves Tapponnier, Olivier Rau, Jean-Pierre Siggén, Hubert Gattlen et Lionel Capelli. La présidence n'a pas encore été déterminée.

Les « perdants » de mercredi, membres du comité sortant, ont quitté la salle après la décharge des comptes. « Ils ont déposé la marque de Relève PME à notre

insu. Nous ne parlons décidément plus le même langage, explique Michel Derivat. Et quand on ne se comprend plus, il vaut mieux prendre quelque distance. » Celui-ci est soulagé que la paie se tourne après qu'un conflit, principalement de personnes [entre Giovanni Giunta et le directeur du Centre patronal, Christophe Raymond] a engendré ce climat délétère.

Des outils pratiques

Fort de deux grands sponsors (UBS et Raiffeisen, tous deux pour 1,5 million de francs), la Fondation KMU Next a développé des outils comme le Next Check, qui permet à l'entrepreneur de s'aider à évaluer. Pour l'heure, il n'est pas encore disponible en français. « Mais il le sera bientôt », assure Giovanni Giunta. Nous mettons également en place un réseau d'experts pour accompagner les entreprises qui le souhaitent. Ce sont ces services complémentaires qui manquaient à Relève PME. »

Relève PME « nouvelle mouture » ne cache pas que, vu les circonstances, une collaboration avec

KMU Next est exclue. « Par rapport à eux, nous avons un accès direct aux entreprises, estime Pierre-Yves Tapponnier, secrétaire général adjoint de la FGMB. Par exemple, je viens de rencontrer un décorateur d'intérieur qui souhaiterait remettre sa petite affaire à son ancienne apprentie, et qui a besoin d'être accompagné dans ce processus. » Bien qu'il fasse partie de l'autre camp, Michel Derivat ne pense pas être éloigné des réalités du terrain: « Au dernier, à 70 ans, j'ai cédé mon commerce de boucherie et d'alimentation, et je peux vous dire que je sais ce que c'est de consentir à demander moins 200 000 francs dans mon cas. Tous les vendeurs de petits commerces passent par ce processus: abdiquer sur le prix pour assurer la pérennité de leur société. Et dans ce sens, KMU Next offre de vrais outils pour aiguiller les indépendants. »

A la sortie de l'assemblée, à l'heure des petits fours, un participant philosophe: « Finalement, il y a deux acteurs sur le marché de l'aide à la transmission, donc une meilleure offre pour l'entrepreneur... » M.-L.C.

Radars

Trophées romands du e-commerce

La première remise des Trophées romands du e-commerce s'est déroulée lundi soir à Palexpo Genève, en préambule aux salons eCom et Swiss IT Business qui se tiennent ce mardi. Une vingtaine de projets étaient en lice et ont été jugés sur des critères d'efficacité et d'originalité. Le jury indépendant était présidé par Pascal Meyer, directeur général de Qoqa.ch. Pour cette édition inaugurale, c'est l'agence genevoise Smile Suisse qui a reçu le Trophée d'or pour le site de commerce de Nestlé Suisse, mis en ligne fin 2011. L'agence de communication genevoise Pyramed a également été primée pour Decouvertes-langues.com, « un site très ergonomique », et l'agence Virtua, basée à Etoy (VD) et Sion (VS), pour le nouvel e-shop du spécialiste du vin Obriest. Le jury indépendamment attribué un Prix spécial à la start-up Stickerkid.com, qui propose aux parents des stickers personnalisés à coller sur les affaires de leurs enfants pour ne plus les perdre. (LT)

Gaisens Technologies

Basée à IdcArk à Martigny (VS), l'entreprise Gaisens Technologies vient de recevoir le Prix de « l'application la plus intéressante dans le domaine des prévisions météorologiques ». Ce sont notamment les applications développées dans les Alpes et les outils de mesures météorologiques et photo en temps réel, en conditions extrêmes, qui ont été récompensés. Cette distinction a été remise à Paris à la start-up par le groupe américain Campbell Scientific, spécialiste dans la conception et la fabrication de systèmes d'acquisition de données météorologiques. (LT)

Aquaparc

Le parc de loisirs aquatiques Aquaparc, au Bouveret (VS), sera dirigé dès mercredi par Ramon Serra, qui succèdera à Christophe Gilbert. Ce dernier continuera de travailler au sein de l'entreprise en qualité de responsable des opérations. Ramon Serra a connu un parcours directionnel dans la grande distribution, l'importation puis les CFF. (LT)