

## Conjoncture de crise sanitaire

# Une PME vaudoise se lance dans les masques de qualité suisse

**Active en tant que sous-traitants dans le secteur de l'horlogerie, la société Léon Jaccard profite de la pandémie pour élargir son activité.**

Alain Détraz

Les pieds dans la neige du Jura vaudois, l'entreprise familiale Léon Jaccard s'est offert une reconversion inattendue au cours de la crise pandémique. Depuis 1926, les machines de cette PME de L'Auberson s'activent surtout à réaliser de petites pièces métalliques pour le monde de l'horlogerie, le secteur médical ou encore l'électronique. Mais c'est vers la fabrication de masques médicaux que se sont tournés les dirigeants de l'entreprise. Et pas n'importe comment car ils ont, dès le départ, joué la carte de la qualité du «Swiss made». Elle a déjà séduit deux hôpitaux.

Les odeurs d'huile, un produit nécessaire à l'usinage des pièces de métal, émanent de l'atelier traditionnel. En visitant la petite fa-



La machine toute neuve débite 95 masques à la minute à partir de bandes de polypropylène. DR

brique, qui siège discrètement au centre du village, on imagine mal que cette activité puisse s'accorder avec la réalisation de masques médicaux. Et pourtant, au prix d'un investissement important, une partie des locaux a été parfaitement isolée pour produire les masques qui manquaient tant au printemps dernier.

### Des boîtes à musique

«L'entreprise a été créée par un artisan du village, qui travaillait pour la fabrication de boîte à musiques», rappelle Patrick Vouillot,

patron de Léon Jaccard SA. Après y avoir été employé, ce dernier a fini par racheter l'affaire et a entrepris de moderniser cet atelier. Les machines à commandes numériques ont remplacé un matériel ancien. Et s'il subsiste une ou deux machines datant des années cinquante, l'entreprise s'est tournée vers la sous-traitance pour des secteurs de pointe. Mais la pandémie a nettement freiné son activité, en début d'année, avec une perte estimée à 30% sur l'année 2020.

La pénurie de masques, à la fin de l'hiver dernier a guidé le pa-

tron et son neveu Sébastien Vouillot vers ce produit tant recherché. «On n'y connaissait rien, ni aux matières, ni aux machines nécessaires, ni aux procédures de qualité», dit ce dernier. Reste que pour les deux Vouillot, il semblait clair dès le départ que leur production devait s'aligner sur des hauts standards de qualité.

C'est un bureau de conseil de la vallée de Joux qui les a accompagnés dans une démarche complexe. Patron de GMB Services, Bertrand Gabry se décrit comme un spécialiste des homologations: «Il y en a très peu qui ont franchi ce pas en voulant vraiment suivre les directives s'appliquant au matériel médical. Et tous les fabricants de masques ne le font pas, comme l'a révélé l'enquête de l'émission «A bon entendeur», sur la RTS.»

### Huit mois de préparatifs

Il aura tout de même fallu près de huit mois pour mettre en place une production qui a commencé le 15 novembre. «C'est vraiment autre chose que d'acheter un container de masques chinois pour les revendre en Suisse, soulignent les deux entrepreneurs de L'Auberson. Il a fallu trouver une machine, dénichée en France, mais aussi le tissu de polypropylène, qui n'est pas fait en Suisse.»

Et puis il y a tout le travail de certification...

Mais le produit final est à la mesure de leurs ambitions. «Notre masque filtre plus que 99,9% des bactéries», vante Sébastien Vouillot, non sans tirer fermement sur les élastiques afin de démontrer la résistance de son produit. On sent une certaine fierté des deux entrepreneurs, qui se sont lancés en pleine crise quand d'autres se contentaient d'en faire le commerce.

Dans la pièce spécialement aménagée pour respecter des conditions sanitaires strictes, la machine toute neuve débite quelque 95 masques à la minute, à partir de rouleaux de tissu synthétique. Une caméra juge, en bout de chaîne, de la qualité du produit. Une qualité qui a déjà convaincu les hôpitaux de Sainte-Croix et de La Côte. Reste que cette dernière a un prix. Alors que certains masques se négocient pour quelques centimes à la pièce, sur le marché mondial, l'entreprise de L'Auberson a calculé un prix entre 20 et 25 centimes à la pièce pour la vente en gros. Mais la PME vaudoise croit fermement à son masque, dont elle espère produire un million de pièces par mois. En deux semaines, elle a déjà atteint la moitié de ce chiffre.

## Vos finances

Patrick Botteron\*



## Une année boursière exemplaire

L'année 2020 prend la tournure d'un exercice boursier parfait. En dépit du choc sanitaire, les actions mondiales évoluent en territoire positif. Qui l'eût cru en mars dernier?

Précieuse par la performance qu'elle s'appête à délivrer, cette année l'est plus encore par ses enseignements. Parmi ceux-ci, retenir l'impossibilité d'anticiper les grands chocs boursiers. Comme beaucoup de ses antécédents, le krach-COVID était imprévisible. Ce type d'événement est rare et donne le vertige, mais il est généralement suivi d'une reprise vigoureuse. D'où l'importance de maîtriser ses émotions et de ne pas se désengager inconsidérément en phase baissière.

Les investisseurs qui ont soutenu leurs choix de gestion dans la tourmente de mars ont été récompensés. Ils ont bénéficié du plus rapide rebond boursier de l'histoire, effaçant les moins-values de leur portefeuille en quelques mois. Pour les intervenants les plus expérimentés, la phase de stress du printemps a offert une excellente occasion pour consolider leur investissement initial.

«Au pic de la crise, les titres défensifs se sont distingués. Ce sont, en revanche, les valeurs cycliques qui dominent cette fin d'année.»

Tirer quelques cartouches dans les creux boursiers permet de moyenniser ses prix d'entrée sur les marchés. Les investisseurs qui ont eu l'audace de suivre cette stratégie sont ceux qui auront tiré le meilleur parti de cette année si particulière. 2020 a par ailleurs rappelé l'importance de la diversification. Au pic de la crise, les titres défensifs se sont distingués. Ce sont, en revanche, les valeurs cycliques qui dominent cette fin d'année.

Ce constat devrait inciter les investisseurs à s'intéresser davantage à des segments auxquels ils sont chroniquement sous-exposés, comme les marchés émergents ou les petites et moyennes capitalisations. Sous ces différents aspects, cette année boursière est donc un concentré d'enseignements. À garder en mémoire, comme on conserve dans sa bibliothèque le guide de l'investisseur futur.

\* Directeur Private Banking Onshore, BCV

## La communauté Qoqa s'agrandit depuis quinze ans

### Les entreprises et le coronavirus

En collaboration avec le



Cette semaine, le site de vente en ligne célèbre un nouvel anniversaire en assurant, plus que jamais, un lien entre producteurs, commerçants et consommateurs.

Le rituel s'est installé dans les habitudes de bon nombre d'internautes. À l'approche de minuit, il est l'heure de jeter un œil à son smartphone, histoire de s'assurer que l'on ne va pas rater l'affaire du siècle. Ils sont désormais plus de 700'000 à avoir cédé aux avances de la fameuse loutre de Qoqa.

Les ventes flash de voitures à prix cassé, entre autres coups d'éclat, ont façonné une réputation qui a réussi à contaminer jusqu'au sommet de l'État vaudois. En pleine pandémie, le site est privilégié par le Canton pour appuyer l'économie. L'opération WelQome, deuxième du nom, est la plateforme qui permet au Conseil d'État de diriger son fonds d'aides vers les producteurs, via la communauté des «qoqasiens».

### Partenariats à succès

Au printemps, la première opération avait permis d'écouler un peu plus de 12 millions d'aides publiques, générant des ventes pour quelque 42 millions de francs. Elle avait suivi l'initiative originale de Qoqa qui, avec l'opération DireQt, souhaitait soutenir les petits commerçants. Un premier succès sou-



Fondateur de Qoqa.ch, Pascal Meyer célèbre ce lundi 15 ans d'existence, après une année 2020 marquée par la pandémie de coronavirus. FLORIAN CELLA

tenu par des sponsors privés, qui avait généré près de 9 millions de ventes.

Cet automne, la seconde vague publique affiche une enveloppe de 20 millions, dont près de 30% ont déjà trouvé preneur pour le secteur des loisirs, de la culture, de l'hébergement, de la restauration. Le site de ventes privées a ainsi trouvé grâce auprès des collectivités publiques. Dernier exemple en date, la Ville de Lausanne y a eu recours ce week-end pour écouler ses chasselas, faute d'une traditionnelle vente aux enchères annulée par les décisions sanitaires.

Cette nouvelle proximité ressemble à un aboutissement de plus pour Pascal Meyer, qui a créé Qoqa en décembre 2005, dans un garage de la Tour-de-Peilz. De-

puis, le site est passé d'un chiffre d'affaires de 400'000 francs à 93 millions l'an dernier. Cette année, la plateforme devrait dépasser les 100 millions, selon les estimations. Reste que le patron balaye les critiques en montrant l'investissement de sa boîte: «Les opérations DireQt et WelQome, ainsi que l'offre spéciale de ce mardi 15 - qui ira encore plus loin que WelQome dans le soutien aux petits commerces - nous ont coûté 1,2 million, qu'on a vraiment mis de notre poche, et retardé notre plan de développement de six mois.»

Cette aide apportée aux commerces de proximité en temps de pandémie semble réjouir particulièrement Pascal Meyer. «Beaucoup de gens ont trouvé louche qu'on puisse se lancer dans ces

plans d'aide, constate-t-il. Oui, on a eu un gain d'image mais seuls 5% des acquéreurs de bons WelQome ne sont pas déjà membres de notre communauté.»

### «Une Place du Marché»

En effet, les liens communautaires sont au centre de l'entreprise. Très vite, le forum des offres quotidiennes s'est révélé comme un vrai lieu d'échange, les dérapages étant autant sanctionnés par les utilisateurs que par les modérateurs du site. Les développements de Qoqa vont aussi dans ce sens, avec un management «agile» où les 140 employés fonctionnent selon une hiérarchie tellement plate que l'on parle déjà de holocratie.

«La crise a évidemment renforcé le commerce en ligne et on

a aidé plein de petits commerçants à mettre le pied à l'étrier, dit Pascal Meyer. Pour l'avenir, on pense à mettre en place une sorte de Place du Marché, mais la diversité est telle que c'est très complexe et il ne faudrait pas que cela soit juste un centre commercial en ligne: ce qu'il faut, c'est mettre en lien un producteur local et sa clientèle.»

Ce lien, une excroissance de Qoqa le propose aussi en tant que service, histoire de profiter des connaissances acquises en matière d'e-commerce. «SQale, c'est aussi dans la même idée d'aider les entreprises suisses à s'ouvrir à l'exportation. Il y avait une vraie demande afin d'éviter le recours à Amazon, à commencer par les horlogers. C'est d'ailleurs ce qui nous a amenés à tester la vente de montres jusqu'au 10 janvier.»

### Un siège à l'américaine

L'entreprise se façonne aussi un nouveau siège près de la gare de Bussigny, qui promet lui aussi d'être un lieu favorisant les échanges. «Pour notre futur QG, le coronavirus nous pousse à réfléchir à son aménagement, puisque le télétravail va forcément se poursuivre après la crise, dit Pascal Meyer. Mais cela reste important que les gens puissent se voir, échanger ou se détendre ensemble car cela favorise la créativité.»

Et le concept de campus original - inspiré par une visite à la Silicon Valley - attire déjà du monde dans ce que Pascal Meyer s'amuse à appeler «Silicon Papet». Alors que les surfaces commerciales vides sont en croissance, le patron de Qoqa annonce avoir déjà loué 80% des espaces disponibles pour d'autres PME et start-up. Et le coronavirus n'y a rien changé, certains contrats ayant été signés ces derniers mois, en pleine pandémie.

Alain Détraz