



Les dirigeants d'ASI, Lionel Yersin (CEO) et Bruno Cheval (CFO), vont bientôt lancer une nouvelle version de leur produit phare FieldWiz.

ASI, la société qui rêve d'être sur le dos de tous les sportifs

Le spécialiste lausannois des solutions de mesure de performances pour les athlètes veut lever 1 million de francs cette année. **Par Elisabeth Kim**

AUCUNE ÉQUIPE AFRICAINE de football n'aura passé le cap du second tour lors de la dernière Coupe du monde, mais qu'importe! Pour Advanced Sport Instruments (ASI) – qui a équipé les joueurs de la Confédération africaine de football – les affaires sont au beau fixe. En juillet, la jeune pousse lausannoise a réalisé une levée de fonds de 355 000 francs auprès d'investisseurs privés, un montant auquel s'ajoute un prêt early de 300 000 francs de la Fondation pour l'innovation technologique. Au total, ASI compte lever 1 million de francs cette année.

Il faut dire que l'entreprise est en pleine croissance. Son domaine d'activité? Des solutions de mesure des performances sportives. Une deuxième version de son produit phare, FieldWiz, sera lancée dès la fin de l'été. L'appareil équipé d'un GPS ressemble à une grosse clé USB. Il s'accroche sur le dos et collecte des données, telles les zones couvertes par le joueur, sa vitesse de déplacement, les distances parcourues, et bientôt le rythme cardiaque et les impacts, que le coach peut ensuite analyser via une application. «Cette nouvelle version sera encore plus performante, passant de 50 cm à 30 cm de précision. Une fonction live est également en cours de développement», explique Lionel Yersin.

Bientôt certifié par la FIFA

Pour le fondateur et CEO d'ASI, tout a commencé en 2011. Passionné de parapente, le jeune homme formé à la Haute Ecole d'ingénierie d'Yverdon réalise qu'il n'existe pas

d'appareils de mesure à la fois petits et à un prix abordable. Naît alors FlyNet, un instrument de vol connecté pour le parapente et le vol libre qu'ASI a cessé de commercialiser, préférant se concentrer sur des marchés plus importants, soit les sports d'équipe d'extérieur, football en tête.

Le boîtier d'ASI, en passe d'être certifié par la FIFA, est aussi utilisé dans d'autres sports (rugby, polo, etc.) ainsi que par les skieurs de Swiss-Ski. Prochaine étape pour ASI: les sports d'équipe d'intérieur. Les wearables (appareils autonomes) destinés aux athlètes semi-professionnels et professionnels ayant le vent en poupe, ASI compte devenir un acteur majeur sur ce marché, note Bruno Cheval, CFO.

Après avoir vendu plus de 5000 boîtiers, la société lausannoise table sur 1500 appareils cette année et 4000 en 2019. Quant à l'effectif (neuf employés), il devrait doubler d'ici à fin 2019. ■

PHOTOS: S. LIPHARDT/ISTOCKPHOTO.DR

Les agriculteurs ont désormais leur plateforme de crowdfunding

NICOLAS OPLIGER CONNAÎT BIEN le monde de l'agriculture pour y avoir grandi. «Mes parents avaient une ferme de vaches laitières et je leur donnais souvent un coup de main», raconte le jeune homme de 25 ans qui n'a pas souhaité reprendre le flambeau familial. Reste que la pomme n'est pas tombée loin de l'arbre puisque ce diplômé en économie d'entreprise de la Haute Ecole de Neuchâtel vient de lancer Yes We Farm (<https://yeswefarm.ch>), une plateforme de crowdfunding dédiée à l'agriculture et à l'alimentation.

Depuis le 15 août, un premier projet figure sur le site et attend ses premiers investisseurs. Il s'agit de la famille Gschwind, à la tête d'un domaine de 45 hectares à Pailly (VD), à la recherche d'un financement de 11000 francs pour agrandir une cabane de ventes directes de produits de la ferme. «Le crowdfunding est ouvert durant 50 jours et après 5 jours, quelque 2600 francs ont déjà été récoltés», explique Nicolas Oppliger. Un deuxième appel aux financements,



Yes We Farm a été lancé le 15 août.

de plus grande envergure, verra le jour début septembre et portera sur l'ouverture d'une coopérative agricole pour les épiceries d'aliments en vrac.»

Permaculture, micro-brasseries, agritourisme, Nicolas Oppliger, qui a travaillé pour I Believe in You, une plateforme de crowdfunding pour les projets sportifs, est convaincu du potentiel de développement dans l'agriculture 4.0. **EK**

Scan-Park, l'Airbnb des places de parking en Suisse romande

30% DU TRAFIC AUTOMOBILE serait imputable à des véhicules cherchant à se garer. Alors que des milliers de places de parc restent inoccupées durant des heures. C'est forts de ce constat que Grégory Palomino et Cyril Greppin, deux informaticiens genevois à la tête de Creact Suisse, ont eu l'idée de développer Scan-Park. Leur site, né en avril, fait office d'intermédiaire entre les personnes et les entreprises souhaitant louer un place de parc et les automobilistes.

«En s'inscrivant sur notre site, ces derniers visualisent via l'interface cartographiée et géolocalisée les places de parc Scan-Park et les parkings publics ainsi que leurs tarifs», explique Grégory

Palomino. La Sàrl se finance en prenant un pourcentage sur le prix de la place de parking dont le tarif est aux alentours de 1 à 1,50 franc de l'heure. Depuis le lancement de Scan-Park, plus de 700 utilisateurs font appel à ses services, pour une centaine de places de parking.

«Ce nombre devrait bientôt croître car nous sommes en train de nouer des partenariats avec des agences immobilières qui possèdent des places de parc vacantes. Une version allemande et italienne sont également prévues», ajoute Grégory Palomino. **EK**



L'interface permet de comparer les tarifs.

Réussir la digitalisation



Filipe Pinto Teixeira est conseiller PME chez Swisscom (Suisse) SA. Il répond aux questions concernant les technologies de l'information et de la communication.

Tout le monde parle de digitalisation et de transformation digitale. Comment abordons-nous le sujet, nous les PME?

Commençons par l'essentiel: la digitalisation utilise certes les possibilités des technologies de l'information et de la communication les plus récentes (TIC) comme la virtualisation et les services de Cloud, mais ce n'est pas un sujet fondamentalement technique. Il s'agit bien plus d'analyser les processus de travail existants et de réfléchir à la manière de les rendre plus efficaces, moins coûteux, plus agréables pour les collaborateurs et les clients, avec des moyens techniques. Avec les processus digitalisés, on peut même exploiter de nouveaux modèles commerciaux et segments de marché. Ceci vaut pour les PME de toute taille – même la plus petite société peut profiter de la digitalisation.

Est-ce que, par exemple, cela demande beaucoup de travail de recevoir une commande par courrier, de la saisir puis de la traiter dans le logiciel concerné au lieu de la prendre dès le début de manière électronique? Ou bien est-ce qu'on préfère se perdre dans le chaos des centaines d'e-mails au lieu de discuter par chat et visioconférence de manière beaucoup plus directe avec ses collègues et ses partenaires commerciaux?

Ne pas tout vouloir d'un coup

Ce n'est que lorsqu'on sait clairement ce qui ne va pas que l'on peut se lancer dans les différentes étapes et les digitaliser de manière ciblée avec les technologies adaptées. Ce serait néanmoins une erreur de jeter d'un coup tout ce qui existe sur le tas et de s'attaquer en même temps à tout ce qui peut être digitalisé. La transformation digitale d'une entreprise est un long périple. On avance de préférence progressivement et sans précipitation inutile.

Swisscom et les partenaires Swisscom sont au côté des clients dans leurs projets de digitalisation. Vous n'êtes pas seuls, vous les clients: nos professionnels accompagnent votre projet dès le début. Nous connaissons bien le Business et les technologies et nous vous aidons à trouver une solution sur mesure. Informez-vous dans un Swisscom Center ou contactez votre conseiller PME.

www.swisscom.ch/pme