

La FAE a fêté ses cinq ans

VÉRONIQUE KÄMPFEN

La fondation Financer autrement les entreprises (FAE) a fêté ses cinq ans à la Fédération des Entreprises Romande Genève le 24 novembre dernier en présence de nombreux invités et du Conseiller d'Etat Pierre-François Unger, en charge du Département des affaires régionales, de l'économie et de la santé. C'est d'ailleurs sous l'impulsion de ce département que la FAE – qui s'appelait à l'époque Fon-

dation d'aide aux entreprises – a été créée, dans le but d'apporter à celles-ci des solutions de financement subsidiaires aux sources de financement traditionnelles, jusqu'à quatre millions par entreprise. En cinq ans, la FAE a soutenu deux cent dix-neuf entreprises, ce qui correspond à deux mille septante-quatre emplois. Elle intervient non seulement au moment de la création d'entreprise, mais également au cours de sa vie, pour l'aider à mieux intégrer sa croissance ou optimiser sa trésorerie.

Cette soirée a été animée par la présence de Spineart, une des premières entreprises que la FAE a soutenue et qui peut s'enorgueillir, cinq ans après sa création, de vendre ses produits dans trente-deux pays et d'employer quarante-trois personnes, à Genève et à New York. Spécialisée dans la création d'implants pour le rachis, l'entreprise est rentable depuis 2006 et engendre aujourd'hui un chiffre d'affaires de 19 millions de francs. Témoignage d'un partenariat à succès entre la FAE et Spineart avec Jérôme Ventura, directeur administratif et financier de la PME

«Le soutien de la FAE nous a permis d'aller de l'avant»

Toute l'équipe dirigeante de Spineart est française. Comment avez-vous eu l'idée de vous implanter à Genève?

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, nous ne sommes pas venus pour des raisons d'attrait fiscal, mais surtout pour être proches de nos fournisseurs et sous-traitants, qui se trouvent majoritairement dans la vallée de l'Arve et dans le canton de Genève. Il y a ici une concentration de personnes très spécialisées dans les métiers de haute précision, grâce, entre autres choses, aux formations dans le domaine de la haute horlogerie. De plus, nous sommes très sensibles à l'image de haut de gamme de la ville et du canton, dont nous avons besoin pour nous démarquer et également pour attirer nos clients, pour lesquels Genève est une destination de prestige. Nous avons en outre été très impressionnés par la facilité de création d'une entreprise, grâce au soutien des fiduciaires, à la facilité de gestion administrative et à la possibilité de voyager aisément dans le monde entier. Il règne ici un réel sentiment de proximité, allié à

un fort esprit entrepreneurial. Genève, c'est la créativité latine alliée à la rigueur germanique.

Pourquoi avez-vous eu recours à la FAE?

Le grand problème que rencontrent aujourd'hui les nouvelles entreprises est de passer de la start-up à la PME. Avant l'arrivée d'internet, par le biais duquel tout s'est accéléré et globalisé, il était convenu qu'une fois passées les trois premières années, une entreprise était viable. Ce n'est plus le cas à présent. Passer ce cap n'est plus un gage de succès, à cause d'une course en avant permanente. Le grand défi est de préparer les futures étapes en ayant une structure interne et une trésorerie adaptée, ce qui n'est que rarement le cas. En fait, les entreprises n'ont plus le temps de digérer leur croissance. Elles peuvent être rentables, mais restent fragiles. Il s'agit de réussir à manager un faible capital, une croissance rapide et une forte concurrence internationale. Dans notre cas, nous avons l'obligation de penser global et de nous exporter, ce qui coûte très cher. Nous

avons besoin de partenaires financiers pour créer du cash. Au commencement de Spineart, nous avions des problèmes avec la production qui n'arrivait pas à suivre la demande. Notre start up avait moins d'un an, les banques étaient frileuses à nous soutenir. Grâce au conseil de la Promotion économique du canton de Genève, nous avons été dirigés vers la FAE qui, après avoir très soigneusement étudié notre dossier, s'est portée garante pour nous auprès d'une grande banque et, ainsi, nous a permis d'obtenir une ligne de crédit. Ce soutien nous a permis d'aller de l'avant et de nous développer en Europe. Aujourd'hui, nous sollicitons à nouveau la FAE pour pousser notre innovation et pour augmenter nos stocks, afin de nous lancer sur le marché américain, qui représente 70% du marché mondial dans notre domaine.

Quels sont vos prochains objectifs?

Outre l'implantation aux Etats-Unis, où nous sommes déjà présents avec un bureau commercial à New York, nous allons lancer sept nouveaux produits

en 2011, en plus de notre gamme de seize implants. Nous espérons également augmenter le nombre de nos employés à une cinquantaine. Pour atteindre ces objectifs, nous misons sur des produits innovants. Tout d'abord les implants de fusion, qui permettent de fusionner deux vertèbres. Ensuite les implants de maintien de la mobilité, qui servent à préserver le mouvement grâce à une prothèse de disque intervertébral. Et enfin le développement de méthodes chirurgicales les moins invasives possibles. Avec ces différentes stratégies, nous visons une entrée en bourse en 2013.

Dans l'équipe dirigeante de Spineart, il n'y a pas de médecins. Comment avez-vous eu l'idée de vous lancer sur ce créneau?

Les deux co-fondateurs, Jérôme Levieux et Stéphane Mugnier, ont travaillé dans des entreprises actives dans le secteur. Ce faisant, ils ont une vision du devenir de ce marché. C'est ainsi qu'ils se sont lancés dans la création de leur propre entreprise. Je les ai rejoints en tant que spécialiste financier, convaincu



JÉRÔME VENTURA: «Les entreprises n'ont plus le temps de digérer leur croissance.» (PHOTO LGLZ)

par leur modèle d'affaires. Nous développons nos implants en collaboration avec des médecins et des ingénieurs. De notre côté, nous nous occupons du développement de la marque, des contrats de collaboration

avec les spécialistes et de la structure de distribution. Le résultat de cette stratégie, ce sont dix-sept mille implants Spineart posés dans le monde cette année. ■