



**Mark Vujicic et Alexandre Perez.** Avec leur jeune pousse 3Dfunlab, ils ont déjà écoulé plus d'une quinzaine de leurs imprimantes 3D. Plus rapide que les grandes multinationales!

► atteint la moitié du volume de l'an dernier», confie l'entrepreneur, pour qui le rachat ne constitue pas un objectif. En plus du thé froid, la société commercialise des jus de fruits bio baptisés «Trezor» (sans stévia). Les deux sont produits en Suisse.

La concurrence émerge, lentement. Coca-Cola, par exemple, a lancé en 2013 une boisson à la stévia en Amérique du Sud, Coca-Cola Life, qui pourrait arriver en Europe en 2014. Elle affiche deux fois plus de calories que le thé de Beodrinx. «Ces marques prêtent à confusion, car elles ne remplacent que 30 à 50% du sucre par de la stévia.» Ce qui est effectivement le cas pour Coca-Cola Life.

Une bataille reste à gagner: pour l'heure, le «niceT» n'est pas reconnu comme bio en Suisse, la faute au glycoside de stévia. Considéré comme un additif, l'extrait de plante ne figure pas dans l'ordonnance sur l'agriculture biologique et la désignation des produits et des denrées alimentaires biologiques. «C'est quand même incroyable, s'agace Umberto Leonetti. On connaît l'impact négatif des boissons sucrées sur la santé. Il serait temps de les combattre plus fortement.»

## 2 **E-vape Shop** **«Prêt à perdre** **un peu d'argent»**

Julian Solomon est l'un des rares revendeurs d'e-cigarettes à posséder des boutiques dans les rues de Suisse romande.

«C'est bestial!» Julian Solomon exhale une épaisse fumée blanche. L'entrepreneur de 44 ans ne jure plus que par la cigarette électronique. Ex-fumeur de tabac, il a été tellement convaincu par le vapotage qu'il a lancé sa propre société, E-vape Shop. Et contrairement à la majorité des entreprises romandes qui se sont ruées sur ce marché en plein boom, il a misé sur des points de vente physiques et non pas uniquement sur l'e-commerce.

Une première boutique a ouvert en octobre 2013 à Genève, rue... du Cendrier. Deux autres ont suivi, à Neuchâtel et à Lausanne. La société se fournit en Chine pour les pièces et dans le monde entier pour les liquides. Le Genevois, qui n'en est pas à son coup d'essai (il a notamment fondé l'entreprise de sushis Ekai), a investi en fonds propres. La PME compte sept collaborateurs. Les affaires sont bonnes, sans être exceptionnelles, selon Jérôme Crettaz, qui gère les magasins: «On a démarré très fort à Noël, puis le soufflé est retombé depuis le début de 2014.»

Julian Solomon acquiesce: «Il ne s'agit pas de loin d'une mine d'or. Il faut être extrêmement rigoureux. Les marges ne sont pas plus élevées qu'ailleurs.» Les deux hommes n'en sont pas moins ambitieux: ils visent l'ouverture de 15 magasins. Mais l'avenir dépend du sort qui sera réservé à l'e-cigarette dans la nouvelle loi sur les produits du tabac, qui sera présentée d'ici à l'été.

Une menace pèse, qui mettrait en péril la viabilité du marché helvétique, selon Julian Solomon: l'instauration de taxes. Pourtant, ce risque n'affole pas le jeune entrepreneur: «Il faut toujours être prêt à perdre un peu d'argent.»

## 3 **3Dfunlab** **«Les grands ne sont** **pas des concurrents»**

Mark Vujicic et Alexandre Perez, deux étudiants, commercialisent leurs propres imprimantes 3D. Et ne craignent pas l'arrivée des grands groupes.

Ils sont un peu les Steve Jobs et Steve Wozniak de l'impression 3D en Suisse. Mark Vujicic et Alexandre Perez commercialisent leurs propres machines. Comme les cofondateurs d'Apple, ils ont tout fait de leurs mains. Mark, étudiant en génie mécanique à la Haute Ecole du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève (Hepia), a d'abord fabriqué une imprimante 3D pour créer un sèche-cheveux pour sa femme. Avant de se prendre au jeu et d'être rejoint par Alexandre, étudiant en microtechnique, et de fonder 3Dfunlab en 2013. La femme de Mark se charge de l'administratif.

Ils ont vendu plus d'une quinzaine d'imprimantes à des instituts de recherche et de formation. Les trois modèles coûtent entre 2990 et 6490 francs. «Nous ciblons ceux qui souhaitent imprimer des pièces courantes ou des prototypes», explique Mark Vujicic. La société développe aussi l'impression de chocolat, le bioprinting et une machine à recycler. Les faibles marges dégagées ne permettent pas aux deux associés de vivre de cette activité.

Comment la start-up réagira-t-elle lorsque les imprimantes de colosses comme Hewlett-Packard, qui prévoit de commercialiser son premier modèle cette année, s'achèteront à bas coût en magasin? «Cela peut paraître fou, mais nous ne considérons pas les grands groupes comme des concurrents. Notre mentalité est différente. Nous voulons proposer plus qu'un outil. A l'achat d'une imprimante, nous offrons par exemple deux heures de formation.» Les avances d'investisseurs ont été repoussées: «Ils veulent vendre de la quantité, nous voulons vendre de la qualité.» ■