

La fabrique de bonnes idées

Creaholic est un atelier d'inventeurs. Son créneau: encourager la réflexion, stimuler la pensée en réseau. Elmar Mock, son fondateur, co-inventeur de la montre Swatch, prône qu'il en va de l'innovation comme du sexe.

TEXTE THOMAS UHLAND // TRADUCTION SYLVIE ULMANN

Sur la carte de visite d'Elmar Mock figure le programme de Creaholic, son entreprise basée à Bienne. En la déchirant le long d'une ligne perforée, on peut en faire un objet en trois dimensions. Les mots qui y sont imprimés se recomposent alors, donnant naissance à de nouveaux concepts: «reduce» (réduire) devient «deduce» (déduire), «define» (définir) devient «refine» (améliorer). Sortir des sentiers battus, abandonner les habitudes et s'éloigner des conventions, comme proposé avec cette carte de visite, c'est s'ouvrir à de nouveaux horizons. Des notions a priori bien établies qui acquièrent alors de nouvelles significations.

Un anarchiste

La créativité comme la pratique Elmar Mock est une vertu à laquelle on préfère renoncer dans la plupart des entreprises. Certes, elle pousse à l'action et à la remise en question, mais elle coûte de l'argent et le retour sur investissement n'est pas garanti. La vocation de Creaholic est donc de soutenir et d'accompagner les entreprises désireuses de lancer des réflexions et d'emprunter des chemins totalement inédits. M. Mock a observé que les esprits créatifs s'entendent rarement bien avec les managers à succès. Si les premiers perdent le sens des réalités tant ils sont contents de leurs inventions, les seconds ont tendance à remarquer trop tard qu'ils sont devenus ringards. L'homme aime s'exprimer en images:

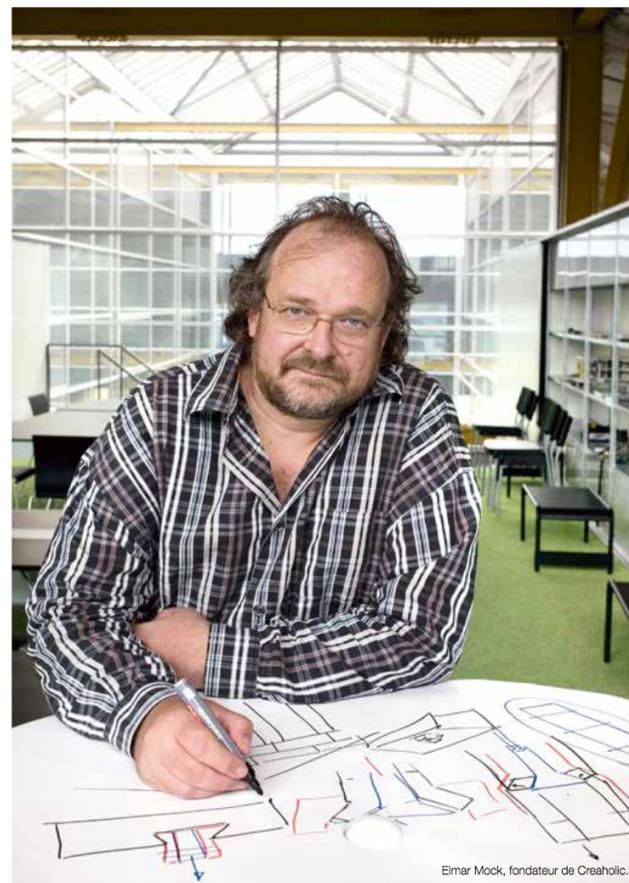
«L'innovation, c'est comme le sexe; on n'en parle pas, cela se pratique», lance-t-il. Ou: «La créativité, c'est comme la musique; on n'en connaît jamais toutes les possibilités.» L'homme a grandi à La Chaux-de-Fonds et sa langue maternelle est le français, mais il parle l'allemand presque à la perfection. Il émaille son récit d'anecdotes qui illustrent son propos et se décrit comme un anarchiste qui n'aime pas diriger ni être dirigé. Il compare les entreprises à des mères, qui portent les enfants et les mettent au monde. Toutefois, il faut aussi des pères pour les féconder, «car l'hermaphrodisme ne va pas de soi et l'autofécondation donne rarement de bons résultats».

Une station de lavage

Elmar Mock voit Creaholic comme un fécondateur et lui comme une sorte de Casanova. «Nous transmettons des gènes, nous nous occupons des enfants. Mais, à la fin, seule la mère compte; le père peut se retirer une fois l'acte accompli.» Parfois, Creaholic développe ses propres idées jusqu'à ce qu'elles soient mûres pour le marché. En un exemple, Elmar Mock explique comment son entreprise travaille: sur la Terre vivent de plus en plus d'êtres humains, qui voyagent de plus en plus, faisant passer de plus en plus de maladies d'un continent à l'autre. Parallèlement, beaucoup de bactéries et virus seraient devenus résistants aux remèdes traditionnels. On pourrait donc s'attendre à subir davantage de pandémies. L'hygiène, reléguée au second plan ces der-



«Les esprits créatifs s'entendent rarement bien avec les managers à succès.»



Elmar Mock, fondateur de Creaholic.

nières décennies, pourrait gagner de l'importance. Mais comment l'amener aux êtres humains tout en économisant ce bien rare et précieux qu'est l'eau? Le résultat de cette réflexion est une station de lavage des mains mobile. Comme une fontaine à eau, on l'alimenterait avec des bidons de 20 litres. Étonnamment, un seul décilitre suffirait pour se laver les mains. La moitié est mélangée à un

peu de savon, puis l'eau s'arrête. On se lave les mains, puis on se les rince avec le liquide restant. Le tout fonctionne évidemment sans contact et rapidement. Pour des projets clés en main comme celui-ci, Creaholic fonde une nouvelle entreprise. Pas question de garder la jeune pousse sous un même toit, personne n'a envie de voir l'inventeur et le directeur se crêper le chignon à propos de

ressources et d'innovation. «Notre invention n'est déjà plus notre enfant, nous ne sommes désormais que ses copropriétaires.»

Innovet et non rénovet

Pour illustrer le chemin qui part de l'idée pour aboutir au produit, Elmar Mock recourt à des notions de physique. Le but d'une invention rentable est d'arriver à un état solide, de devenir un produit qui a du succès, un service qui est demandé. L'état liquide, c'est-à-dire le processus de développement et d'amélioration indispensable pour passer à l'étape finale, précède celle-ci. Voilà comment on va de l'idée au produit. Creaholic remonte encore plus loin, à l'état gazeux, comme l'appelle Elmar Mock. Là où les nouvelles idées naissent, là où l'on réfléchit à ce qui semble impossible, où l'on encourage les utopies et où l'on vit ses rêves. Ici, point de censure, exit les «ça ne va pas» et autres «on n'a jamais fait comme ça». Innover et non rénovet, tel est le mot d'ordre. On ne se préoccupe pas des sondages, car les clients veulent généralement rénovet et non innovet. Henry Ford aurait dit, en évoquant le succès de son modèle T: «Si j'avais commencé par demander leur avis aux gens, ils auraient réclamé des chevaux plus rapides et une diligence plus confortable.» Ford a vu plus

loin et imaginé une automobile produite en série, ce qui, à l'époque, relevait de l'utopie. Creaholic cherche à élaborer avec une entreprise des propositions encore inconnues sur le marché. M. Mock affirme que, dans les structures existantes d'une entreprise, c'est souvent pratiquement impossible: «On imagine souvent l'avenir comme la suite du passé.» On améliore un produit existant, mais il ne faut pas attendre de gros coups. Creaholic, au contraire, veut servir de guide sur des chemins inexplorés.

Se nourrir d'échanges

Comment Elmar Mock, fondateur et directeur de Creaholic, gère-t-il son équilibre entre vies professionnelle et privée? «Mon quoi?!» lance-t-il en guise de réponse. Innover est sa raison de vivre; dissocier le travail des loisirs n'aurait pas de sens. M. Mock est un enthousiaste et aime s'entourer de gens fonctionnant comme lui. Dans son équipe de 30 personnes, il y en a peu qui sont à temps partiel. «Sinon, il y a tout de suite des problèmes avec la frontière entre le travail et les loisirs. Pour nos employés, il est évident qu'ils vont parfois plancher le week-end sur un problème. Autre difficulté avec le temps partiel: Creaholic se nourrit des échanges continus entre les différents employés, ce qui ne peut pas fonctionner si une personne

Une idée géniale: la montre Swatch

Elmar Mock avait 26 ans lorsque Jacques Müller et lui ont eu une idée géniale: au lieu de ne fabriquer que des montres haut de gamme, la Suisse devrait en produire à bon marché. Coûts de fabrication: moins de 5 francs, pas de boîtier en métal, mais du plastique. Elmar Mock a eu de la chance: son chef s'appelait alors Ernst Thomke et cet homme d'affaires génial a senti que cette idée pouvait donner quelque chose. La Swatch était née. Nous étions en 1980. Les cinq années suivantes, Elmar Mock a «vécu Swatch». Puis il a réalisé qu'il ne pourrait plus être créatif dans cette entreprise. Il a d'abord pensé que c'était une question de gouvernance, que la faute incombait à des managers incompetents et rigides. Aujourd'hui, à 59 ans, il sait qu'il y a des gens différents avec des qualités différentes. Pour sa part, c'est dans

le domaine de la créativité et non dans le management qu'il excelle. Pensant que le monde l'attendait, il fonda sa propre entreprise, travaillant seul les quatre premières années. Il a alors découvert que tout le monde ne fonctionnait pas comme lui, que certaines personnes se sentaient bien dans des structures claires. Creaholic a franchi une étape importante lorsque M. Mock s'est rendu compte qu'il se sentait bien dans le domaine souvent chaotique de l'innovation. Depuis, Creaholic a travaillé sur 650 projets, enregistré quelque 150 familles de brevets et fondé plusieurs spin-off. Parmi ses clients, elle compte de grandes entreprises comme les CFF ou Nestlé, mais aussi des moyennes et des petites, actives dans les domaines de la microtechnologie, des techniques médicales, des télécoms ou de l'automobile.

est indisponible. Chez Creaholic, point de départements ou de spécialistes: «Nous avons besoin de gens qui disposent de vastes connaissances.» Lorsqu'un poste doit être repourvu, M. Mock cible ses recherches sur quelqu'un dont le profil est nouveau dans l'équipe. Ainsi, à côté des designers et des scientifiques, des avocats travaillent aussi chez Creaholic. «Ils nous aident à revenir sur terre.»

Un bébé en bonne santé

Inutile de chercher la stabilité et un emploi sûr chez Creaholic, lance Elmar Mock, «on ignore aujourd'hui ce que l'on fera dans six mois». Pour conserver largesse et ouverture d'esprit, les membres de l'équipe ne se spécialisent pas. Il serait impossible de faire carrière chez Creaholic; la hiérarchie est horizontale, les salaires plutôt bas. C'est pour cela que les parts de l'entreprise sont, contrairement à l'usage, largement dispersées: un tiers environ des employés en possèdent. M. Mock lui-même détient aujourd'hui 30% du capital, mais souhaiterait s'en séparer ces prochaines années. Où Creaholic sera-t-elle dans dix ans? «Aucune idée», répond Elmar Mock. Selon lui, l'entreprise devrait sans cesse se renouveler. «Creaholic est mon bébé. Je suis content qu'il grandisse bien et soit en bonne santé.» Mais il pense déjà plus loin: «L'important n'est pas que notre entreprise survive, mais que la Suisse soit assez innovante pour qu'il y fasse bon vivre.» ●

*ARTICLE PARU DANS BUCKPUNKT KMU

La philosophie de Creaholic:

Etre ouvert à de nouvelles idées.
Etre prêt à entrer dans un processus non régulier et créatif.
Reconnaître le potentiel des gens différents.



Le spécialiste du poids lourd et de l'utilitaire léger

Pour vous offrir des solutions adaptées à chaque situation, nous mettons à disposition notre grande expérience et nos compétences pointues en matière d'utilitaires destinés au génie civil, à la construction et aux transports.

Nos conseillers peuvent également vous proposer des agrégats spécifiques tels que grues hydrauliques, systèmes à crochet et ridelles élévatrices.

LARAG Romandie








Mercedes-Benz



www.larag.com

LARAG SA Satigny
Rue de la Bergère 42
1217 Meyrin
Tél. 022 989 39 10

LARAG SA Chablais
Z.I. Boeuferrant
1870 Monthey
Tél. 024 473 75 75

LARAG SA Echandens
Route d'Yverdon 18
1026 Echandens
Tél. 021 701 42 42

LARAG SA Yverdon
Rue de la Blancherie 2
1400 Yverdon-les-Bains
Tél. 024 445 64 04

LARAG