

Smart City Day: une journée pour se questionner sur la ville de demain

Pour sonder la numérisation dans l'espace urbain, la manifestation qui se tient ce jeudi à Forum Fribourg propose une invitation au voyage en Grèce.

MAUDE BONVIN

Prises d'assaut, les villes sont victimes de leur succès. D'ici 2050, les espaces urbains accueilleront les deux tiers de la population mondiale, contre 54% aujourd'hui. Pour faire face aux défis que pose cette arrivée massive, les cités se transforment en petits bijoux technologiques. Mais jusqu'à quel point? C'est précisément à cette question que tente de répondre le Smart City Day 2018. Organisée par le bureau de conseil en innovation Innobridge Services, la manifestation se tient ce jeudi au sein du Forum Fribourg à Granges-Paccot. Au programme: conférences et tables rondes le matin, workshops et pitches d'innovations l'après-midi. Plusieurs thématiques allant de la géolocalisation à la gestion du big data par les collectivités publiques seront abordées.

Grandes sociétés et start-up

Groupe E et l'Université de Fribourg participeront aux discussions. Le directeur de l'Office fédéral de l'énergie (OFEN), Benoît Revaz, prendra également le micro. «La journée se terminera par un apéritif de réseautage car il est important de prendre le temps d'échanger», explique Didier Faure, organisateur de l'événement. Une vingtaine d'entreprises seront présentes dans le village des exposants. Et neuf start-up présenteront leurs activités, soit via une exposition au Pôle Innovation, soit via des pitches l'après-midi. Après Lausanne, Neuchâtel et Genève, le Smart City Day vit sa



DIDIER FAURE. Pour évoquer la numérisation des villes, l'organisateur du Smart City Day sillonne chaque année la Suisse romande.

cinquième édition en terres fribourgeoises. «Nous souhaitons mener un travail de sensibilisa-

tion et d'information au service de la Suisse occidentale, sur le thème des villes astucieuses d'au-

jourd'hui et de demain, d'où l'idée de changer chaque année de cité», précise le responsable de l'organisation.

Destination Trikala

Le public cible de la manifestation? «Les responsables communaux, cantonaux et des services industriels ainsi que des scientifiques et des représentants des milieux économiques. Cette année, nous tablons sur 500 participants, contre un peu plus de 400 lors de l'édition précédente. Pour ce faire, nous avons notamment étendu notre pôle dédié à l'innovation grâce au stand du Swiss Energy Tour, avec un espace lounge et un écran géant. Cet endroit accueille les neuf jeunes entreprises». Ces dernières sont issues de différents horizons, des sols connectés en passant par la collecte des déchets. Quatre

proviennent de Genève, Fribourg et Vaud. Deux sont israéliennes, Israël étant l'hôte d'honneur de l'événement, au côté des trois projets lauréats du prix Smart City Hack.

La cité grecque de Trikala fera également part de son expérience au regard de sa numérisation. Quant à l'invité surprise qui clôturera la manifestation, Didier Faure a décidé de lever le secret. Il s'agit de la Solar Impulse Foundation. L'organisation évoquera sa recherche de 1000 solutions qui protègent l'environnement de manière rentable. Niveau rentabilité, le Smart City Day se finance via les frais d'inscriptions (200 francs par participant) et le sponsoring. Si le budget reste confidentiel, l'argent ainsi récolté permet de couvrir les dépenses. Une prochaine édition 2019 est agendée. ■

En quête d'investisseurs, Technis présente son sol connecté

Pour dénombrer précisément le nombre de participants, le Smart City Day peut compter sur la start-up Technis. La spin-off de l'EPFL met à disposition des organisateurs de l'événement son tapis de comptage qui enregistre chaque entrée à la manifestation. A l'issue de la journée dédiée à la numérisation des villes, le nombre de visiteurs sera communiqué en live

«Il s'agit de notre première participation à cette rencontre, en tant qu'exposant. Cet événement nous permet de faire connaître davantage notre technologie que nous destinons essentiellement au marché de la santé. Nous sommes d'ailleurs à la recherche d'investisseurs, à hauteur de deux millions de francs», précise Wiktor Bourée, directeur de la jeune pousse qui emploie quatorze collaborateurs.

A l'heure où les villes font face au vieillissement démographique, l'outil développé par Technis représente une piste de solution. «Notre technologie unique en Suisse permet d'analyser chaque mouvement, y compris les chutes. Or ces dernières coûtent des milliards de francs en frais médicaux, à l'échelle mondiale. En EMS, notre dispositif informe dans la seconde le personnel soignant d'une chute d'un résident. Or nous savons que plus une personne reste longtemps à terre, plus elle risque des complications au niveau physique». L'outil a aussi le mérite d'alléger le travail des soignants, en diminuant les rondes nocturnes par exemple. Il permet aussi de compter le nombre de pas effectués dans la journée, ce qui donne une image de la santé d'une personne âgée et peut aider dans la prise de dé-

cision d'un placement en EMS. Si l'on s'aperçoit, par exemple, qu'un senior n'a pas quitté son lit alors qu'il est en bonne santé, cet instrument peut aussi s'avérer utile pour mesurer son degré de solitude.

Le sol connecté est muni de capteurs. Il ne nécessite pas de porter une montre ou un bracelet, ce qui le rend moins intrusif au regard de la vie privée, selon Wiktor Bourée. Sur le plan de la protection des données, Technis ne recueille aucune information personnelle via le cloud ou ses propres serveurs. Il a toutefois été essentiel de respecter la législation européenne au niveau des comptes utilisateurs. Le dispositif entrera prochainement en phase-test dans plusieurs homes. Il sera commercialisé ces prochains mois en Suisse et en Europe. – (MB)

BARRY CALLEBAUT: investissement en Amérique

Le spécialiste des produits à base de cacao et de chocolat Barry Callebaut a finalisé un plan d'investissement d'environ 30 millions de dollars destiné à trois sites de production au Canada et aux Etats-Unis, a annoncé le groupe. Ces fonds permettent au conglomerat zurichois de développer notamment les capacités de production des usines de St-Hyacinthe au Québec et de Chatham dans l'Ontario, ainsi que de St-Albans au Vermont aux Etats-Unis. Ces expansions répondent à une augmentation de demande, a relevé le groupe. – (awp)

TEMENOS: contrat auprès de l'américain Varo Money

Le développeur de logiciels bancaires Temenos a remporté un contrat auprès de la banque mobile américaine Varo Money, a annoncé le groupe genevois. Le contrat prévoit la livraison du logiciel bancaire T24 ainsi que des programmes de maintenance. Varo, dont le siège est à San Francisco, est un établissement purement en ligne, proposant des services bancaires classiques de dépôt, d'épargne et de crédits, ainsi que des services financiers. La banque a reçu début septembre le feu vert préliminaire des autorités américaines pour obtenir une licence bancaire. – (awp)

SHL: Ziv Carthy proposé au conseil d'administration

Début septembre, la lutte pour le pouvoir a repris de plus belle chez SHL. Le groupe d'assistance médicale SHL a publié une mise à jour de l'invitation à son assemblée générale extraordinaire agendée pour le 18 octobre, dans laquelle figure la proposition d'un actionnaire pour une nouvelle nomination au conseil d'administration. GZ Asset Management propose l'élection de Ziv Carthy. – (awp)

David Lloyd Clubs s'installe aux portes de Genève

FITNESS. Leader en Europe des centres sportifs premium, le groupe britannique, qui exploite 114 centres en Europe, a inauguré hier soir son premier site dans la région.

MATTEO IANNI

Le poids lourd du fitness haut de gamme David Lloyd Club arrive aux portes de Genève. Le groupe britannique, qui exploite 114 complexes en Europe (dont 98 au Royaume-Uni) et compte près de 570.000 membres, a inauguré hier son premier club, le David Lloyd Geneva, à Veigy-Foncenex (France). Situé à 10 minutes du centre-ville genevois, ce nouveau site est le fruit de l'acquisition, en janvier dernier, du club sportif City Green, qui a été totalement rénové. Particularité du groupe: les sports de raquettes sont au cœur de chaque club: tennis, badminton, squash ou encore le padel tennis. Leader en Europe des centres sportifs premium, David Lloyd Clubs se lance ainsi à la conquête du public Suisse. Entretien avec Huw Davies-Thomas, responsable du développement commercial du groupe.

Vous avez investi plus de 7 millions de francs pour restaurer le City Green.

Dans quoi ont-ils été investis? Dans quelles infrastructures?

Au cours des six derniers mois, nous avons dépensé 6,8 millions d'euros pour rénover l'ensemble du club afin de faire de David Lloyd Geneva l'un des principaux clubs premium de remise en forme et fitness de la région. Le site propose désormais pas

«AU COURS DES SIX DERNIERS MOIS, NOUS AVONS DÉPENSÉ 6,8 MILLIONS D'EUROS POUR RÉNOVER L'ENSEMBLE DU CLUB.»

moins de six studios d'exercices de groupe élégants avec un large éventail de cours: high impact, mind and body, cyclisme en groupe, Pilates, notre studio de fitness en plein air Battlebox et notre dernière classe HIIT inédite Blaze.

Notre salle de sport high-tech entièrement rénovée intègre les derniers équipements et mé-

thodes de formation. Il y a aussi un nouvel espace DL Kids, où les enfants peuvent étudier, jouer et s'amuser après l'école et pendant les vacances, ce qui nous permettra aussi de fournir un service inestimable le mercredi lorsque les écoles locales seront fermées.

Votre nouveau club porte l'appellation Geneva. Pourtant, il se situe en France-voisine.

Pour nous, et afin de fournir la grandeur que nos clubs offrent, nous avons besoin d'espace. Les propriétés, ou les terrains de la taille dont nous avons besoin pour construire un nouveau club ne sont pas faciles à trouver, mais le club City Green a répondu à toutes nos exigences et nous étions convaincus que cela nous permettrait de créer le club parfait pour la région. Notre intention est de nous développer davantage dans toute l'Europe et de tirer parti des opportunités qui se présentent.

Face au poids lourd Migros,

qui domine le marché suisse en termes de nombre de clubs, comment comptez-vous tirer votre épingle du jeu avec le David Lloyd Geneva?

Nous nous distinguons de la concurrence parce que nous sommes bien plus que des gymnases ou des clubs de tennis. Bien sûr, nous avons des équipements de fitness et de raquettes, mais nous avons aussi des piscines intérieure et extérieure, un spa, un club de détente avec une aire de jeux intérieure, une zone familiale, un espace réservé aux adultes ainsi qu'un salon d'affaires.

Nos clubs pour enfants divertissent nos plus jeunes membres et nous proposons des cours de tennis et de natation pour ces derniers. Nous proposons aussi des installations exclusives aux clubs David Lloyd, par exemple Blaze et Battlebox, qui se révèlent être un grand succès dans nombre de nos autres clubs et qui seront, nous en sommes sûrs, aussi très appréciés par David Lloyd Geneva. Chez David Lloyd Clubs,

il existe une véritable orientation familiale.

Quel est le prix d'un abonnement annuel?

Le prix d'un abonnement annuel est de 3800 euros pour une fa-

«NOTRE OBJECTIF EST DE NOUS ÉTENDRE DANS TOUTE L'EUROPE. NOUS AVONS 114 CLUBS, MAIS L'AMBITION EST D'EN EXPLOITER 150 D'ICI 2026.»

mille de 4 personnes, et 1800 euros pour une personne.

Vous vous définissez leader en Europe des clubs de fitness premium. Pourtant, vous n'êtes pas encore présent en Suisse, pays composé d'une importante clientèle de luxe. Pourquoi?

Nous croyons fermement que la Suisse est un excellent marché pour nos clubs et nous continuons à chercher des opportu-

nités dans toute la Suisse et au-delà.

Quand allez-vous pénétrer le marché suisse?

En ce moment, nous explorons des opportunités mais pour le moment, il n'y a rien de concret. Notre objectif est de s'étendre à toute l'Europe, mais cela prendra un peu de temps. Nous avons actuellement 114 clubs, mais notre ambition est d'exploiter environ 150 clubs d'ici 2026, dont la majorité de cette croissance en Europe.

Quels sont vos objectifs avec le David Lloyd Geneva?

Notre objectif est d'offrir un excellent club qui offre une oasis de sport, de fitness et de bien-être à tous nos membres. Nous avons l'un des taux de rotation des membres les plus bas du secteur, ce qui témoigne de la profondeur et de l'étendue de nos produits, de la qualité de l'offre et du sens aigu de la communauté parmi nos membres et nos équipes. ■