

« Le Soir » 8 mai 2015

<http://www.lesoir.be/872952/article/economie/entrepreneuriat/2015-05-08/l-europe-celebre-ses-innovateurs-tout-en-s-autoflagellant-sur-plan-entreprene>

L'Europe célèbre ses innovateurs tout en s'autoflagellant sur le plan entrepreneurial

Olivier Fabes

Mis en ligne vendredi 8 mai 2015, 11h15

Une « désimprimante » qui vous refait une page blanche, une lampe solaire à assembler soi-même, un petit transformateur qui réduit la consommation d'électricité ... Les belles inventions ne manquent pas en Europe, comme le démontre l'European Institute of Innovation and Technology (EIT) (une institution de l'Union Européenne basée à Budapest) à l'occasion de ses Innovation Awards. Reste à les transformer en succès commerciaux mondiaux.

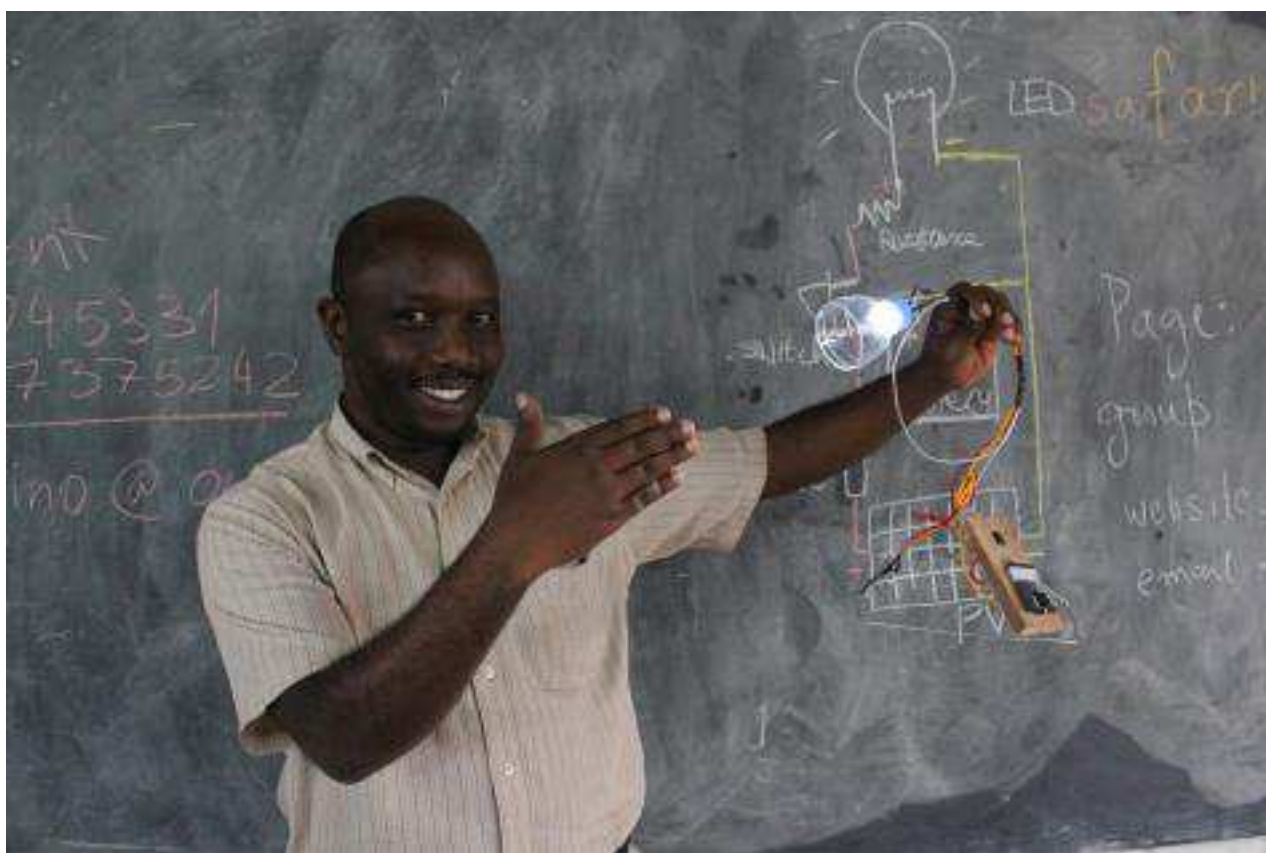


Photo de Théogène prise lors d'un cours de formation organisé par **Rwanda Ensemble** avec l'aide de Ledsafari et l'appui local de l'**Institut Catholique de Kabgayi** au Rwanda en août 2014. Ledsafari, un lampe solaire à 5 euros à monter soi-même, parmi les lauréats des EIT Innovation Awards. © D.R.

Sur le même sujet

- [EIT : presque 400 millions par an pour l'entrepreneuriat](#)

J e ne suis pas inquiète au sujet de la capacité de l'Europe à innover, » déclare Corinne Vigreux, cofondatrice du leader européen des systèmes de navigation par GPS TomTom, en préambule de la grand-messe InnovEIT de l'EIT à Budapest. Sorte d' « usine à innovations » lancée en 2008 par José Manuel Barroso et largement inspirée du prestigieux MIT américain, l'EIT (lire ci-contre) a pour mission d'aider les entrepreneurs ambitieux à faire le grand saut de l'idée brillante vers le succès commercial mondial. Et éliminer cette énorme frustration, devenue presque un complexe européen, de voir tant de belles inventions européennes être au final commercialisées avec brio par des Américains (ou des Asiatiques à l'avenir). « *Dans le secteur de l'électronique grand public, TomTom est pratiquement le seul survivant européen de ces 15 dernières années,* » fait remarquer Corinne Vigreux. Alors

qu'il y a eu tant de brevets européens dans ce secteur. Rappelons au passage que TomTom, basée à Amsterdam, est un peu belge puisque la société a racheté la gantoise TeleAtlas, plus grosse qu'elle à l'époque. L'exception finlandaise, Nokia, n'est plus que l'ombre d'elle-même. « *L'Europe doit être assise à la table avec les grands, plutôt que de figurer sur le menu,* » lance-t-elle. « *Et pour ce faire, elle doit encourager la prise de risque, dès l'école. Nos entrepreneurs doivent viser très haut, oser les innovations radicales.* » D'après Richard Pelly, l'ancien patron du Fonds d'investissement européen (FIE), le problème européen ne serait pas l'absence de capitaux à risque – davantage de fonds ont été levés ces deux dernières années en Europe que les cinq années précédentes – mais bien la rareté de start-up capables de conquérir l'ensemble du continent puis le monde. Et sans doute aussi une complexité institutionnelle et une lourdeur administrative qui fait que le marché européen est encore loin d'être unique ...

Les dix-sept entrepreneurs européens – aucun Belge - mis à l'honneur hier à Budapest pour la 2e cérémonie des Innovation Awards, tous issus de l'écosystème de l'EIT, prouvent en tous cas à suffisance que la Silicon Valley n'a pas le monopole des idées 'disruptives' capables de changer le monde. Petit aperçu non exhaustif :

- **Nordic Power Converters** (Danemark) veut révolutionner le secteur des transformateurs électriques, dont la technologie n'a pas changé depuis 30 ans, en les rendant plus durables et économes en énergie. La start-up cible principalement les éclairages LED, dont plus de la moitié des pannes est due à un dysfonctionnement du convertisseur électrique intégré. Elle vient de signer un contrat à 1 million d'euros avec une grande entreprise. Nordic Power Converters a remporté l'EIT Award dans la catégorie « Venture » (start-up ayant déjà une certaine maturité).

<http://nordicpowerconverters.com/>

- **Reduse** (Grande-Bretagne) est certainement le projet qui a le plus suscité la curiosité parmi les 600 délégués présents à Budapest. Issue de l'Université de Cambridge, cette start-up développe une « désimprimante » (nom du produit : Unprinter) qui enlève l'encre d'une feuille de papier au moyen d'une technologie laser. Le but est de pouvoir ainsi réutiliser des tonnes de papier. La start-up, qui vient de lever 1 million d'euros pour avancer dans l'optimisation du produit, affirme être déjà testée par quelques grandes banques ou compagnies d'assurances.

<http://www.reduse.co.uk/>

- **LEDSafari** (Suisse) propose un kit composé de cinq éléments électriques (une cellule photovoltaïque, une batterie, un interrupteur et deux petites ampoules) permettant à tout un chacun de confectionner soi-même une petite lampe à énergie solaire. La start-up cible autant les pays en voie de développement (1,6 milliard d'humains n'ont pas accès à un réseau électrique) où le kit est vendu 5 dollars, que les écoles en Europe, où le kit sera commercialisé comme outil éducatif ... à 30 dollars. Le fondateur indien Govinda Upadhyay démontre ainsi qu'un ingénieur peut aussi avoir le sens des affaires. LEDSafari a remporté l'EIT Award dans la catégorie « change » (impact sociétal).

<http://userreply.com/ledsafari/>

- **TOK.tv** (Italie), sur un mode plus léger, est un réseau social basé sur les communications vocales qui s'intègre aux canaux TV des clubs de foot. Le but est tout simplement de commenter le match en direct entre potes, via la voix sur IP, d'avoir accès à des statistiques, des ralentis ou pouvoir se mettre en scène par des « selfies » comme si on était sur le terrain ... Né dans la Silicon Valley, mais désormais basée en Italie, Tok.Tv, qui emploie 11 personnes, a déjà signé avec la Juventus de Turin et le Real Madrid, qui s'affrontaient mardi en Champions League. Le réseau social a certainement battu ses records de fréquentation. D'autres grands clubs et fédérations vont suivre d'ici septembre (mais pas en Belgique, sans surprise). La start-up se rémunère sur la publicité dite 2e écran, une interaction entre le téléviseur (le grand écran) faisant apparaître des publicités plus ciblées sur le smartphone (le 2e écran).

<http://www.tok.tv/>