

Qualimatest mise sur le deep learning

SUISSE-CHINE. Ivan Meissner veut comprendre les processus d'innovation mis en œuvre en Chine, afin d'évaluer les évolutions d'organisation qu'il pourrait appliquer.

ELSA FLORET
HANGZHOU

Ivan Meissner, directeur général de Qualimatest participe avec une trentaine d'entrepreneurs genevois cette semaine à la délégation économique en Chine, co-organisée par la **Chambre de commerce, d'industrie et des services de Genève** (présidée par **Juan-Carlos Torres**); l'Etat de Genève (présidé par Pierre Maudet) et la Chambre économique Suisse-Chine (présidée par Christophe Weber).

Créée en 1989 à Genève, Qualimatest s'est spécialisée en 2000 dans le développement, la fabrication et la mise en service de machines de contrôle de qualité. Suite à une acquisition de l'entreprise Saphir en France en 2014 – active dans les solutions optiques de contrôles qualité – Qualimatest a renforcé sa position de leader sur les marchés suisse et français.

Aujourd'hui, le groupe réalise 10 millions de francs de chiffre d'affaires cumulé sur les deux pays et emploie 42 personnes (21 en France et 21 en Suisse). Avec une croissance de 10% par an, le groupe affiche son ambition d'atteindre 15 millions de francs de chiffre en 2020 et 10% d'EBIT.

Entretien avec Ivan Meissner, directeur général de Qualimatest.



IVAN MEISSNER. Le chiffre d'affaire indirect avec la Chine est estimé à 5% du total, soit environ 0,5 million de francs.

Vous participez à la délégation économique, qui accompagne Pierre Maudet en Chine. Quel est l'objectif de votre voyage?

Qualimatest est actif dans la technologie. Les évolutions actuelles, comme l'intelligence artificielle, vont modifier de manière profonde l'environnement et les attentes des clients. Je considère que ces changements sont une opportunité pour nous pour autant que nous prenions les bonnes décisions et que nous intégrions les bons savoir-faire. Mon objectif pour ce voyage est d'avoir une bonne perception de la vision chinoise dans la transformation nu-

mérique et de me faire une idée des développements en cours. Il est aussi important pour moi de comprendre les processus d'innovation mis en œuvre en Chine, afin d'évaluer les évolutions d'organisation que nous pourrions appliquer.

Combien de chiffre d'affaires réalisez-vous – directement ou indirectement – avec la Chine?

Nous ne travaillons pas directement avec la Chine. En revanche, nous développons des systèmes pour notre clientèle européenne, qui sont ensuite installés dans les usines chinoises. Le chiffre d'affaire indirect est estimé à 5% de notre chiffre d'affaires, soit environ 0,5 million de francs.

Le chiffre d'affaire indirect est estimé à 5% de notre chiffre d'affaires, soit environ 0,5 million de francs.

Les principaux marchés industriels de Qualimatest sont: l'horlogerie (40%), l'automobile (25%), le ferroviaire (20%), le médical (15%) et l'aéronautique (début). Soit des domaines dans lesquels la Chine se positionne stratégiquement. Quels projets envisagez-vous avec des partenaires ou des fournisseurs chinois? Ou des clients chinois?

A l'heure actuelle, nous ne recherchons pas activement de partenaire ou client chinois. En revanche, nous sommes ouverts pour évaluer une éventuelle collaboration avec une société, qui pourrait distribuer nos produits en Chine.

En matière de deep learning, la fiabilité n'atteint que 98%. Or dans vos domaines – ou ceux de vos clients – elle doit être de 100%. Pensez-vous que la Chine y parviendra?

J'ai une assez bonne connaissance des développements en intelligence artificielle, en particulier en Deep Learning, réalisés actuellement aux États-Unis. Durant ce voyage en Chine, je veux me rendre compte du niveau des recherches chinoises dans ce do-

main. Je suis certain que le Deep Learning va atteindre le niveau de performance attendu par nos clients, les questions sont de savoir quand et par qui?

Lors de l'inauguration de vos nouveaux locaux – espace dédié à l'intégration de nouveaux métiers – à Plan-les-Ouates, en janvier que d'ici 5 ans, la machine sera sans doute plus intelligente que l'homme, dans ce domaine.

Pour être exact, j'ai dit que la machine serait peut-être plus intelligente que l'homme! Les algorithmes de deep learning sont des réseaux de neurones de grandes dimensions, afin de prendre en compte un niveau de complexité élevé. Les machines utilisant cette intelligence artificielle ont ainsi la capacité de traiter rapidement un problème complexe. En revanche, une phase d'apprentissage est nécessaire, car elle nécessite un grand volume de données (d'où l'importance du Big Data) et une puissance informatique très élevée. Cet apprentissage peut être mis à jour au cours du temps, en fonction des nouvelles données impliquant un niveau de performance, qui s'améliore au cours du temps. Quelle est la limite, c'est la question pour savoir si la machine sera vraiment plus intelligente que l'homme!

Cette intelligence est donc liée à la disponibilité des données ainsi qu'à une mise à jour continue (Big Data).

Un des grands défis pour Qualimatest est le big data. Votre nouveau directeur IA et big data est-il du voyage?

Qualimatest a engagé un nouveau directeur technique au début de cette année, afin d'intensifier et d'accélérer l'innovation, en particulier dans la transformation numérique. Il ne fera pas le voyage en Chine, j'ai pour mission de faire une synthèse globale entre mes observations en Chine en 2018 comparées à celles réalisées aux États-Unis en 2017.

Vous étiez à Stanford récemment, pour vous informer notamment des nouveaux métiers. Dans le programme de la Chine, quelles sont les visites/rencontres, qui vous intéressent le plus?

Nous avons l'opportunité de visiter une des universités technologiques les plus réputées de Chine (Tsinghua à Shenzhen). Je me réjouis de la comparer avec Stanford, car je n'ai actuellement pas de connaissance du système chinois. Je veux rester ouvert d'esprit et je me réjouis de l'ensemble des visites, bien entendu les grands acteurs comme Alibaba et DJI seront des highlights du voyage. ■

Les ponts de Shenzhen doivent inspirer Genève

SUISSE-CHINE. Selon le directeur du Beau Rivage, Genève peut se démarquer si elle repense sa mobilité. C'est le poumon d'une ville et un moteur en particulier pour le tourisme.

Genève doit mobiliser ses atouts et repenser sa mobilité, selon Alexandre Nickbarte-Mayer, lors de son voyage avec la délégation économique en Chine. Les visites chez Tencent (Shenzhen); Didi et Alibaba (Hangzhou), ont inspiré les entrepreneurs genevois. Les géants chinois s'appuient sur le big data pour analyser les déplacements de plusieurs millions de leurs chauffeurs, afin de fluidifier le trafic, comprendre où et quand se situent les congestions et adapter en conséquences les trajets. La plateforme intègre les déplacements multimodaux, de la voiture à l'avion, en passant par les transports publics. Les nouvelles technologies peuvent apporter de nombreuses solutions pour la mobilité, la sécurité, la santé.

Genève est une destination magnifique, mais a besoin d'un projet fédérateur, dirigé avec entente, à commencer par un travail sur la mobilité, résume le directeur du Beau-Rivage. Un des rares hôtels 5 étoiles indépendants en Suisse, toujours en mains de la famille fondatrice, depuis 1865, véritable témoin de l'évolution de Genève et du tourisme en Suisse. Entretien.

En tant que participant à la délégation économique genevoise en Chine, quels sont vos objectifs?

La Chine est une clientèle naissante, mais en croissance pour notre hôtel au même titre que l'Asie en général. Elle rejoint les marchés porteurs tels que les Etats-Unis,



ALEXANDRE NICKBARTE-MAYER. Les géants chinois s'appuient sur le big data pour comprendre et fluidifier le trafic.

l'Europe et le Moyen-Orient. Mes objectifs, en plus de m'imprégner du dynamisme incroyable de ce pays et de pouvoir plonger dans l'économie de demain grâce aux portes que nous ouvrent la **CCIG** et la Chambre économique Suisse-Chine, sont aussi de rencontrer les Genevois présents dans cette mission. C'est une occasion de tisser des liens avec la communauté de clients et prospects du Beau-Rivage.

L'hôtel Beau Rivage – en mains familiales depuis sa création en 1865 – résiste-t-il aux volontés d'acquisition des grands groupes?

Il est vrai qu'en Suisse, comme dans le monde, il existe très peu d'hôtels tenus et dirigés par les descendants des fondateurs. Mais

nous tenons farouchement à notre indépendance et refusons les offres, qui témoignent de la forte attractivité de notre hôtel. L'indépendance une fois perdue ne se récupère jamais. Nous sommes fiers de pouvoir offrir une expérience à notre clientèle, non standardisée, mais personnalisée. Le Beau-Rivage possède une atmosphère unique, un luxe non formaté, avec 80 chambres et 15 suites, toutes différenciées. Certains de nos collaborateurs travaillent avec notre famille depuis 20, 30, voire 50 ans!

La continuité est une valeur très forte par exemple depuis l'ouverture du restaurant Le Chat Botté, il y a plus de 50 ans, en 1967 par mon grand-père, seuls 5 chefs se sont succédés.

Avant de choisir un hôtel, on choisit une destination. Quid de la destination Genève?

Le lac n'est pas exclusif à Genève, les initiatives des villes romandes fleurissent pour se rendre attractives. Lausanne lance une campagne de communication, intitulée Lausanne sur mer pour cet été et le marché de Noël à Montreux est un exemple à suivre. Le nombre de passagers est en forte augmentation à Cointrin, alors que les nuitées dans les hôtels genevois ne suivent pas la même tendance.

Genève est une destination magnifique, mais a besoin d'un projet fédérateur, dirigé avec entente, à commencer par un travail sur la mobilité. Dans les villes développées, saturées, l'offre crée la demande. La mobilité est le poumon d'une ville, un moteur pour le commerce, le tourisme et contribue fortement à la qualité de vie. Ce n'est pas un secret: les Genevois ne traversent le pont du Mont Blanc qu'en cas d'urgence. En conséquence, les commerces souffrent. Pas uniquement de la concurrence de l'e-commerce, mais parce qu'ils ne peuvent pas mettre en avant ce qui fait leur différence, leurs compétences, le service, le conseil à la clientèle. Et que dire du message aux touristes avec l'annulation des Fêtes de Genève cette année?

Quelles sont vos suggestions pour la Fondation Genève Tourisme?

Destination: Genève! Utiliser nos

forces, ce qui rend Genève unique et incontournable. Je remarque qu'il y a un très grand nombre d'activités, mais elles sont morcelées, peu suivies et finalement chères. A force de vouloir satisfaire tout le monde, on ne satisfait personne. Nous avons besoin de concordance et de projets communs.

Genève doit se concentrer sur ses atouts. Genève se rend-elle compte de l'importance de sa visibilité offerte au travers des marques horlogères, dans le monde entier et spécialement en Chine? Comment utilise-t-elle cet atout? Je salue les événements importants comme le prestigieux SIHH (Salon International de la Haute Horlogerie), le nouveau salon de la joaillerie (Gem), qui a rencontré son public ou La Cité de la musique, qui est un moteur culturel important. Les institutions internationales, s'ouvrent, communiquent et sont des acteurs importants pour l'avenir, le rayonnement et l'attractivité de Genève.

Que vous inspire la visite chez le géant chinois Didi, concurrent d'Uber?

Les géants chinois s'appuient sur le big data pour analyser les déplacements de plusieurs millions de leurs chauffeurs, afin de fluidifier le trafic, comprendre où et quand se situent les congestions et adapter en conséquences les trajets et les véhicules. La plateforme intègre les déplacements multimodaux, de la voiture ou le

taxi à l'avion, en passant par les transports publics. Les nouvelles technologies peuvent apporter de nombreuses solutions pour la mobilité, la sécurité, la santé. C'est un avantage considérable sur la qualité de vie.

Lors de la visite au siège d'Alibaba, leader mondial de l'e-commerce, Brian Wong, VP, Global Initiatives, a cité l'hôtel Beau Rivage à Genève.

En effet, Brian Wong connaissait notre maison. Je l'ai invité lors de son prochain voyage en Suisse.

Genève peut-elle s'inspirer de la Chine?

Genève a une carte à jouer, repenser sa mobilité autour du CEVA et proposer une mobilité multimodale. Prenez l'exemple d'Amsterdam? En proposant des usages multimodaux efficaces, peu de voitures circulent en ville, car dans ce contexte elle n'est ni pratique, ni efficace, ni rentable. Genève s'enlise depuis des années avec une traversée de la rade qui ne voit pas le jour. Plus que le projet, c'est le symbole qu'il faut regarder, la jonction ne se fait pas, les solutions ne sont pas là, les Genevois sont en rade. Lors de notre visite dans la Baie de Shenzhen, je citerai comme exemple les ponts, entre Shenzhen, Hong Kong et Macao, qui ont dopé cette baie d'un dynamisme incroyable tant sur le plan économique et commercial que manufacturier. – (Elsa Floret)