

La start-up qui conserve ce que votre concurrent rêve de savoir

NEUCHÂTEL Colearnis est une plateforme en ligne destinée à conserver et transmettre des savoir-faire enregistrés dans aucun manuel. La start-up compte parmi ses clients le fabricant de bracelets Beauregard.

PAR LUC-OLIVIER ÉRARD

Comment polir les angles des maillons d'un bracelet de montre, afin qu'il conserve les dimensions prévues et puisse épouser les lignes du poignet avec souplesse, sans se gripper? Aucun mode d'emploi de machine ne vous le dira! Lorsqu'il reçoit, à la manufacture Beauregard, spécialisée dans l'habillage horloger à La Chaux-de-Fonds, Angelo Rasia, patron du groupe italien Promotion, marie savamment l'éloquence latine et la discréetion chaux-de-fonnière.



Parfois, très peu de personnes connaissent les détails d'une production. Mais dans la fabrication de précision, ce sont ces détails qui comptent."

MEHDI SHILI
DIRECTEUR DE COLEARNS

Le fabricant de bracelets, cofondé à Vicenza en 1978 par le père d'Angelo, Giovanni Rasia, et Pierre Buise, travaille pour «la plupart des grandes marques» dans «les plus grands groupes horlogers». L'administration est toujours basée en Italie, la production se fait en Suisse (60 personnes) et en France (50 personnes).

La recette de Coca-Cola, mais en plus compliquée

L'usine Beauregard se trouve le long de l'avenue du Locle. A l'intérieur, il y a des tapisseries, des statues et on reconnaît l'odeur des machines-outils. Ce mélange de luxe cultivé et d'huile chaude ne trompe pas: nous sommes



Chez Beauregard, Colearnis capte les gestes et pratiques des employés pour faciliter la transmission des connaissances. MURIEL ANTILLE

assez près du produit fini. L'habillage horloger regroupe les éléments destinés à la protection du mouvement et à l'affichage de l'heure, définissant aussi l'esthétique de la montre: bracelet, boîtier, cadran, boucle, couronne, fermoir... Il faut donc évoquer des gestes et des maniements d'outils très spécifiques et secrets. Un peu l'équivalent de la recette de Coca-Cola, mais en plus compliqué.

Ce secteur constitue donc un excellent exemple des défis que présente la préservation des savoir-faire horlogers. En mains d'un personnel ultra-spécialisé, qui n'a pas l'habitude d'étailler ses connaissances dans des manuels, ces pratiques non écrites sont indispensables à l'aspect final des produits de luxe et aux mécanis-

mes les plus exclusifs. Il ne faut donc pas les perdre.

C'est sur cette ligne de crête entre culture professionnelle et secret de fabrication que Colearnis s'est lancée. L'idée de cette start-up, basée à Neuchâtel, c'est d'organiser la transmission du savoir-faire au sein des entreprises, grâce à des capsules vidéo tournées par les équipes elles-mêmes. Ensuite, de les organiser et de les intégrer à une plateforme de gestion de la connaissance «simple, souveraine et sécurisée», comme le résume le directeur de Colearnis, Mehdi Shili.

Deux fleurons de l'industrie partagent une idée

Le groupe chaux-de-fonnière PX, actif dans les produits métalliques pré-

s'est donnée Colearnis: «Aider les entreprises à structurer, conserver et transmettre les connaissances. On peut commencer par des connaissances élémentaires, comme expliquer l'utilisation de la pointeuse ou des extincteurs.»

Mais l'objectif, c'est de s'intéresser à des domaines plus corsés. Par exemple, enregistrer les détails de production d'un modèle spécifique de bracelet. «Parfois, très peu de personnes connaissent les détails d'une production. Mais dans la fabrication de précision, ce sont souvent ces détails qui comptent.»

Employés heureux

Pour polir un microcomposant d'horlogerie dont les tolérances dimensionnelles peuvent s'élever à quelques microns, avec de très hautes exigences esthétiques, «il faut la poser sur un tasseau, la coller, régler la vitesse des machines, connaître la durée et le sens du geste à effectuer», témoigne Angelo Rasia. Ces instructions peuvent ne pas être identiques d'une série à une autre, car les produits évoluent avec le temps. Nous avons des artistes, chez nous!

Des artistes, oui, mais combien? L'un des développements de la plateforme consiste aussi à définir quelle connaissance est en main de combien de personnes, histoire de ne pas être pris au dépourvu. «Nous conservons en lieu sûr ce que votre concurrent rêve de savoir», résume Mehdi Shili.

Reste à savoir si les employés sont heureux d'enregistrer leur savoir-faire. «La plupart, oui», affirme Mehdi Shili. «Nous faisons face à de rares réticences, tandis que la grande majorité des employés sont heureux de pouvoir laisser une trace. Ces enregistrements témoignent d'un savoir qu'ils ont parfois mis des années à maîtriser.»