

“Au coeur de l’innovation” – remise du 200^{ème} Label CTI Start up

Parole de Daniel Borel, Logitech SA

L’aventure de Logitech a officiellement débuté en 1981. Mais c’est dès 1977 que l’idée germe. A cette époque, la micro-informatique en était à ses balbutiements. Réservée à quelques passionnés, elle n’offrait que peu de fonctions utilitaires et ne semblait pas destinée à devenir une technologie grand public. Et pourtant ... 30 ans plus tard, elle a « révolutionné » le monde, et ce n’est qu’un début... celui de « l’âge digital ». A témoin, «Living in digital times », thème du Consumer Electronics Show qui se tiendra à Las Vegas en janvier 2010.

Stimulation, émulation, environnement un peu fou. Au terme de leurs études à l’Université de Stanford, les fondateurs de ce qui allait devenir Logitech avaient été contaminés par le virus qui sévissait à Silicon Valley... la vallée était en feu. Créer sa société, inventer le futur, embrasser un domaine nouveau, plein de promesses, ou tout était à inventer et rien ne paraissait impossible. Il était impossible de résister !

Comme pour toute start-up, les débuts furent difficiles... et l’angoisse de la faillite était omniprésente. Besoin de générer un minimum de cash pour financer les développements... et à cette époque, les « venture capitalists » ne se pressaient pas à la porte, besoin de trouver sa voie dans des domaines largement inexplorés et inexploités, et surtout amener une valeur ajoutée dans le cadre de son activité. Tout apprendre très vite, sous peine de couler. Un vrai défi de « survie » pour des jeunes inexpérimentés !

Un peu par chance – élément intangible mais tellement bienvenu, un peu grâce à ses contacts dans les milieux universitaires (Stanford, EPFL), Logitech s’est rapidement focalisée sur une vision : humaniser l’ordinateur ; faciliter l’interaction homme machine et lui permettre d’accéder au monde « digital » de façon intuitive et naturelle. Cette vision initiale perdure aujourd’hui encore, élargie et adaptée à ce que nous appelons la « maison digitale ».

Dès 1981, année de création de Logitech, l’arrivée de l’ordinateur personnel IBM allait démocratiser l’informatique et mettre à disposition du novice des applications nouvelles – traitement de texte, feuilles de calcul, etc. Dans la foulée, en 1984, le Mac, introduit par Apple, donnait à Logitech l’opportunité de faire de la souris un outil incontournable pour accéder les applications de façon simple, ludique et intuitive.

Le développement de Logitech allait dès lors se calquer sur l’évolution de l’informatique personnelle et s’accélérer dès 1997 grâce à l’Internet qui allait multiplier les opportunités et accélérer la croissance de la société. Fidèle à sa vision – humaniser l’interaction homme-machine, la société allait mettre à disposition des utilisateurs une gamme de produits novateurs, correspondant à des applications toujours plus nombreuses – claviers, manettes de jeu, haut-parleurs, caméra vidéo pour travailler, s’informer, communiquer ou se divertir.

De ce qui précède, on pourrait en déduire que pour Logitech, la vie fut un long fleuve tranquille. De loin s’en faut. La mutation des périphériques pour ordinateur de produits technologiques « hauts de gamme et bas volumes » en produits de grande consommation a conduit à la première crise qu’a connue la société, crise qui a d’ailleurs touché tout le monde de la micro-informatique entre 1992 et 1993. Du jour au lendemain, les prix ont été divisés par deux, les marges se sont effondrées et les volumes ont triplé.

Anticipant l'évolution d'une industrie qui allait attirer une concurrence de plus en plus dure, Logitech avait jeté les bases d'une implantation en Asie et s'était établie à Taiwan dès 1986. La crise de 92-93 allait accélérer ce processus. Fort de son expérience taiwanaise, Logitech faisait œuvre de pionnier et s'implantait avec succès en Chine dès 1994. Ce pari audacieux lui permettait de faire face au problème lancinant des coûts de production et de demeurer compétitif face à des concurrents asiatiques. Corollaire malheureux, la délocalisation de notre production entraînait la fermeture de nos usines aux Etats-Unis et en Irlande. Un exercice particulièrement douloureux pour une société habituée au succès depuis sa mise public en 1988. Une leçon durement apprise qui a marqué durablement Logitech et nous a rendus conscients de la fragilité des équilibres et du fait que « le succès n'est jamais acquis ».

Paradoxalement, c'est grâce à cette crise que nous avons pu mettre en place une organisation globale en réseau, qui repose sur la mise en valeur des compétences de chacune de nos entités. Si à l'origine Logitech avait un ancrage très fort en Europe et aux Etats-Unis, au fil du temps, celui-ci s'est élargi à l'échelle mondiale. Bénéficiaire des meilleures ressources et talents, là où ils se trouvent ; telle est aujourd'hui l'une des forces majeure de la société qui lui permet d'assurer sa compétitivité.

Et la Suisse dans cette aventure ? Disposant de moyens limités, Logitech a pu bénéficier très tôt du soutien de la CERS (Commission d'Encouragement pour la Recherche Scientifique), que nous connaissons aujourd'hui sous le nom de CTI. Dans le cadre de divers projets (Modula 2, Marble, senseurs capacitifs), la mise à disposition des ressources des instituts liés à la CTI (ETH, EPFL, CSEM) a été déterminante. Et aujourd'hui encore, Logitech est associée avec la CTI dans le cadre de deux projets originaux, et d'autres sont à venir. Ce type de partenariat, qui unit industrie et monde de la recherche autour d'un projet spécifique, est idéal et permet à chacun de bénéficier de l'apport et des compétences des autres.

Dans ce même esprit, des liens forts nous unissent à diverses institutions, en particulier à l'EPFL. Outre l'incubateur ouvert en février 2007, dès l'automne 2010, Logitech déplacera son R&D suisse dans le quartier de l'innovation sur le campus de l'EPFL qui nous offre un réservoir de jeunes ingénieurs talentueux. A l'heure actuelle, une vingtaine d'ingénieurs suisses renforcent ou dirigent nos équipes R & D aux USA, à Taiwan et en Chine. C'est grâce à eux, et aux collaborations ponctuelles avec d'autres organismes de recherche en Suisse que nous pouvons constamment innover, tant il est vrai qu'innovation et valeur ajoutée sont à la base de notre survie dans un monde global, extraordinairement concurrentiel.

Comme l'a dit Walt Disney « If you can dream it you can make it ». Plus que jamais, la Suisse a besoin de "rêves" et d'entrepreneurs passionnés. La remise de ce 200^{ème} label CTI à DigiCom-Core prouve que l'esprit d'innovation existe bel et bien en Suisse. Pour peu qu'on lui donne les moyens de s'exprimer, il contribuera au renouvellement de notre paysage industriel et à la création de métiers nouveaux, à forte valeur ajoutée. Dans ce contexte, aujourd'hui comme hier, le rôle de la CTI est un vrai plus.

La personne

Daniel Borel est un membre externe du conseil d'administration de Logitech. M. Borel, un des trois cofondateurs de Logitech, a été président du conseil d'administration de Logitech de 1988 à 2007. En 1981, il a participé à la création de Logitech, dont il a été président-directeur général de 1992 à 1998.

Contact

mediarelations@logitech.com