

# Ceramaret veut renforcer sa présence aux Etats-Unis

La société neuchâtelaise produit des composants, dans des matières d'une extrême dureté, vendus sur tous les continents.

LEILA UEBERSCHLAG

Ceramaret est l'un des leaders mondiaux de la fabrication et de l'usinage de composants de haute précision en céramiques techniques et autres matériaux extrudés. En pleine croissance, elle entend aujourd'hui renforcer et étendre ses activités aux États-Unis et en Asie.

«Fondée en 1907 dans un environnement horloger alors en voie d'industrialisation, Ceramaret a su s'ouvrir aux nouvelles technologies grâce à une politique de développement visionnaire», explique Gilles Robert, actuel CEO. Initialement créée au Locle (sous le nom de Maret), l'entreprise familiale dépose ses valises à Bôle en 1952.

## 2017: une année record

«Nous employons aujourd'hui près de 200 personnes et sommes en croissance permanente. 2017 a été un excellent millésime; un record pour la société tant au niveau du chiffre d'affaires que des profits.» Ceramaret est présente dans les marchés d'équipements analytiques et médicaux ainsi que dans celui des mouvements horlogers. «Ces trois marchés ont connu des développements positifs pour nos applications, avec une bonne surprise du côté de l'horlogerie.»

En termes de collaborateurs, l'entreprise a crû de 5% en une année et les besoins continuent d'augmenter. «Nous sommes position-



GILLES ROBERT. «L'année 2017 a été record pour la société.»

nés sur des tailles de série dites mid-market, avec une certaine complexité de production, qui demandent des savoir-faire de précision que seuls des êtres humains peuvent amener.»

Au fil des années, l'usine a grandi – et développé ses activités dans le secteur de la fabrication et l'usinage de composants en matières ultra-dur – en plusieurs étapes. «Pendant des décennies, la société a été présente de manière soutenue dans l'industrie de l'impression», relève Gilles Robert. «Les imprimantes à aiguilles ont effectivement représenté, jusque dans le milieu des années 2000, une très grande part de son activité et mes prédécesseurs ont su préparer l'avenir et positionner l'entreprise sur de nouveaux segments.» Ainsi, entre 1991 et 2013, l'entreprise fait partie du groupe industriel MK Holding SA, fondé par Martin Knechtli. Ce dernier lui donne un nouvel élan et lui permet de confirmer son savoir-faire spécifique dans la céramique industrielle.

En 2005, elle change de nom pour devenir Ceramaret, signe de son rapprochement avec la céramique. En 2009, Ceramaret achète, pour des raisons stratégiques, l'entreprise Maillard Frères à Courtemaître, entreprise spécialisée dans les opérations de perçage, tournage et grandissage des matériaux durs; et depuis janvier 2014, la PME de Bôle fait partie du groupe Kowema à Baar.

## Une expertise transmise au fil des générations

Aujourd'hui, Ceramaret conçoit et produit donc des composants dans des matières d'une extrême dureté, telles que les céramiques techniques (zircone, alumine, carbure de silicium et nitru de silicium), le saphir et le rubis synthétiques. Ses pièces sont utilisées – sur tous les continents – dans les secteurs de l'automobile, du médical, de l'horlogerie, de l'informatique ou encore des systèmes analytiques. Active dans un domaine de niche, elle fait face à la concurrence grâce à sa longue expérience. «Nous parvenons à nous distinguer et à rester compétitifs grâce à l'ensemble des savoir-faire construits dans l'entreprise au fil des générations.» Actuellement présente – depuis la Suisse – en Europe, aux États-Unis et en Asie, Ceramaret prévoit d'étendre ses activités et de gagner de nouveaux clients dans les années à venir. «Les perspectives de croissance sont impor-

tantes sur les marchés américain et asiatique.»

Si la concurrence est forte en Asie, certains segments de marchés sont prêts – selon Gilles Robert – à payer pour un niveau de qualité et de performance tel que celui offert par la firme neuchâtelaise; principalement dans le secteur d'appareillage analytique, pour les équipements médicaux et dans le domaine de l'horlogerie.

«Aux États-Unis, les opportunités sont plus larges et le marché particulièrement ouvert pour des entreprises qui ont notre expertise.»

Selon les prévisions, 2018 s'annonce en croissance par rapport à 2017, grâce aux projets de gain de parts de marchés poursuivis par l'entreprise.

«En tant que PME suisse, nous mettons les compétences de notre région au service de marchés – qui demandent certains savoir-faire de haute-précision – porteurs. Contrairement à certaines croyances, nous ne vivons pas dans un monde où l'ensemble de la production d'une société doit être délocalisée dans des pays où les coûts sont moindres.»

# Les ventes stagnent pour Ramseier

**BOISSONS.** Les ventes de Ramseier ont stagné l'an dernier. Le producteur de boissons, connu pour son jus de pomme, a affiché un chiffre d'affaires de 149,5 millions de francs, un montant identique à celui de 2016. «Les objectifs financiers ont pu être atteints, en dépit d'un marché des boissons à peine convalescent», a écrit hier le groupe lucernois dans un communiqué.

Quelque 193 millions d'unités, 10 millions de plus qu'un an plus tôt, ont été produites en 2017 sur les trois usines d'emballage de Sursee (LU), Hochdorf (LU) et Elm (GL), a précisé la société

qui regroupe les marques Ramseier, Sinalco et Elmer.

Malgré cette hausse, l'entreprise a dit avoir souffert de la mauvaise récolte de fruits à cidre, due à des conditions météorologiques défavorables. Ramseier a ainsi transformé 14.600 tonnes de fruits à cidre en 2017, à peine 35% du total de 2016, et plus faible niveau depuis 60 ans.

Pour l'année en cours, le groupe lucernois mise sur le lancement d'un nouveau thé froid. Testé l'an dernier dans les restaurants, celui-ci est désormais disponible dans le commerce de détail, a annoncé Ramseier. – (awp)

## MAX HAVELAAR: label pour les ingrédients équitables

Max Havelaar élargit son offre en Suisse aux produits mixtes. La Fondation lance un nouveau label blanc pour certifier les ingrédients individuels issus du commerce équitable qui entrent dans la composition de produits mixtes. Le nouveau label Fairtrade Sourced Ingredient (modèle d'approvisionnement d'un ingrédient Fairtrade) remplace l'ancien label FSP (Fairtrade Sourcing Program), explique mercredi Max Havelaar. L'étiquette se présente en blanc, ce qui la distingue du label noir classique. Jusqu'à présent, le consommateur pouvait par exemple acheter une rose unique à longue tige ou tout un bouquet de roses labellisés Fairtrade. Le nouveau système permet désormais de désigner de telles roses mélangées à des fleurs locales dans un bouquet mixte. L'objectif visé est d'augmenter les ventes des petits producteurs, en élargissant le choix pour les consommateurs d'une part et l'engagement des entreprises d'autre part, selon la Fondation. – (ats)

## Plainte de la Banque de Grèce pour diffamation

**AFFAIRE NOVARTIS.** Le gouverneur de la Banque de Grèce (BdG) Yannis Stournaras a porté plainte pour diffamation et parjure contre deux témoins protégés qui l'avaient désigné parmi une dizaine d'hommes politiques, soupçonnés d'avoir reçu des pots-de-vin de la société Novartis. Selon un communiqué de la BdG, Yannis Stournaras a aussi demandé à la cour suprême grecque d'examiner la décision du parquet chargé de l'affaire Novartis, qui «avait permis la déposition sous couvert d'anonymat» des témoins protégés, ce qui, selon lui, est contraire à la loi grecque et à la Convention européenne des droits de l'homme. Le parlement grec a décidé en février de former une commission sur l'affaire des pots-de-vin qu'aurait versés Novartis à une dizaine d'importants responsables politiques grecs, dont l'ancien Premier ministre conservateur Antonis Samaras, lorsqu'ils étaient en fonctions.

Des estimations judiciaires portent à environ 3 milliards d'euros les pertes pour les caisses publiques grecques. – (awp)

## GeNeuro a multiplié ses revenus l'an dernier

**PHARMACIE.** Le laboratoire genevois GeNeuro, émanation du français Servier et coté à Paris, a multiplié son produit opérationnel par deux et demi l'an dernier, à 14,95 millions d'euros. Ces montants provenaient essentiellement des versements d'étapes convenus avec Servier dans le cadre du programme d'essais cliniques de phase IIb «Change MS» sur le GBBAC1, contre la sclérose en plaques, indique un compte-rendu publié mardi soir. Les frais de recherche et développement ont également pris l'ascenseur, atteignant 17,52 millions contre 14,94 millions un an plus tôt. La société plan-les-ouailles a toutefois pu compter sur des subventions plus généreuses, de 1,36 million contre 0,52 mil-

lion, ainsi que sur un produit «autre» de 0,69 million d'euros.

La réduction de 1 million sur les frais généraux et administratifs, ramenés à 4,60 millions d'euros, a permis de brider la perte nette à 5,84 millions, contre 14,10 millions d'euros en 2017.

Les réserves de liquidités et équivalents s'élevaient encore fin 2017 à 26,6 millions d'euros, contre 34,5 millions fin 2016. La direction ne délivre pas d'objectifs financiers pour l'année en cours, mais entend notamment préparer le terrain pour des études cliniques sur le GBBAC1 aux États-Unis, un marché pour lequel GeNeuro conserve l'intégralité des droits sur son produit dans la franchise sur la sclérose en plaques. – (awp)

## GLYCEMICON: levée de 1,8 million de francs

Le laboratoire biotechnologique Glycemicon, concentré sur les nutriments destinés à gérer le taux de sucre dans le sang et contrôler l'embonpoint chez l'homme comme chez l'animal, a levé 1,8 million de francs à l'occasion d'une ronde de financement de série A. Cumulées au montant de 3,25 millions récolté l'an dernier, les levées de fonds atteignent ainsi 5,05 millions de francs. Ces sommes sont vouées à financer les premières recherches cliniques sur un alicament à base d'acide biliaire tétrahydroxilé chez des sujets prédiabétiques. – (awp)

## AGEFI Partenaire



**YEARS OF SHAPING THE FUTURE TOGETHER**

Participez à la plus grande conférence tech sur les pays émergents  
Bénéficiez de 10% de réduction: <https://seedstars.com/AGEFI>

**seedstars SUMMIT**

THE ENTREPRENEURSHIP FORUM FOR EMERGING MARKETS

**12 Avril**

Swiss Tech Convention Center, Lausanne

#SeedstarsSummit

an idea born in Switzerland