

Manucure pédicure

The Nail Bar veut mettre sa griffe sur le marché alémanique

Forte de douze enseignes, la chaîne lausannoise de «bars à ongles» s'étend rapidement dans toute la Suisse

Jean-Marc Corset

Un «bar à ongles»? L'association peut paraître incongrue, mais elle correspond parfaitement à l'idée des fondateurs de l'enseigne de manucure et pédicure The Nail Bar: créer une ambiance branchée et détendue lors des soins des pieds et des mains. Et cela marche!

En moins de sept ans, le couple d'entrepreneurs à la tête de la société The Nail Company, Florence et Daniel Stumpe, a créé 12 boutiques bar-ongleserie en Suisse. S'étendant désormais outre-Sarine, ils viennent de s'implanter au cœur de Zurich et prévoient de conquérir la capitale en avril.

Prix de prestige

Le couple s'élève lui-même de sa success story inattendue. Celle-ci a débuté en 2010 par une première enseigne à la rue de la Louve, à Lausanne. Leur jeune entreprise a même été couronnée l'été dernier par le prestigieux Swiss Economic Award dans la catégorie «Services». Une distinction reconnue dans les milieux économiques de l'autre côté de la Sarine et qui leur ouvre des portes, explique Florence Stumpe.

Les lauréats se voient récompensés pour leur modèle d'affaires et leur concept original dans un domaine d'activité véhiculant généralement une image plutôt austère et «clinique». Dans les Nail Bar, l'atmosphère est toute autre: on ne porte pas de blouse blanche, mais un vêtement assorti au décor, aux tons violets, mauves et roses. Les esthéticiennes soignent l'accueil afin que la clientèle apprécie de se «faire choyer les mains et les pieds, tout en sirotant une boisson», thé ou sirop inclus dans le prix.

Comme au restaurant, on choisit le type de prestations sur une carte de menu (avec ses entrées),



Florence et Daniel Stumpe au Nail Bar de l'avenue du Tribunal-Fédéral à Lausanne VANESSA CARDOSO

dont un modèle géant est affiché au mur. Ainsi, pour la manucure, qui ne nécessite pas de rendez-vous, les prix s'évaluent de 19 fr. 90 francs à 99 fr. 90 francs. Ils sont identiques de Genève à Zurich, quand bien même, au Niederdorf, le seuil de fréquentation pour atteindre la rentabilité sera plus élevé qu'à Vevey ou à Monthey.

L'enseigne se distingue en n'appliquant ni gels ni faux ongles, même si ce marché est encore en vogue, selon Daniel Stumpe. Pour une question d'hygiène, la maison ne pratique en effet pas la ponceuse. D'autre part, les composants de ses vernis sont certifiés. La «patte» des deux créateurs de la marque, aux lettres cinématographiques violettes, tient à ses idées originales.

Ils veulent constamment innover. On remarque, à la carte, la «minimanucure pour les petites princesses avec couleur» (19 fr. 90 francs) ou la «Nail Party».

La seconde s'adresse à un

groupe à l'occasion d'un after-work ou d'un anniversaire, avec service traiteur éventuel (devis selon prestations).

En 2014, la société a également lancé une nouvelle enseigne, The Brow Bar, dans le même esprit boutique-bar, spécialisée dans l'épilation des sourcils. Il en existe aujourd'hui à Lausanne, à Genève et à Neuchâtel. Et, dans leurs projets à court terme, ils sont en train de concocter leurs propres produits de soins (crèmes et huiles de traitement). Florence Stumpe, qui s'est formée dans la police scientifique, a en effet des notions de chimie qui lui sont précieuses. Ils proposeront des lotions haut de gamme, *Swiss made*.

Hommes encore rares

Dans leur objectif de «démocratiser» les soins de manucure-pédicure - même si les hommes sont encore rares à franchir le seuil - les deux dirigeants comptent maintenir des prix abordables.

Tout en admettant la difficulté de l'exercice dans les conditions helvétiques.

Daniel Stumpe, qui a travaillé douze ans chez Orange où il s'est fait la main dans le marketing, insiste en particulier sur les conditions de travail dans un métier qui enregistre une énorme variation d'activité selon les périodes de l'année. Les mois de mai, juin, juillet et décembre, avant les Fêtes, les chiffres d'affaires peuvent représenter jusqu'à trois fois et demie ceux des périodes creuses, comme janvier, très peu animé et non rentable.

The Nail Company, employant désormais 72 collaborateurs (dont une vingtaine engagée ces derniers mois en raison de trois ouvertures fin 2016), veut cependant s'attacher un personnel engagé à durée indéterminée qu'elle forme pour le long terme. La société compte aussi sur sa fidélité pour répondre au souhait des clients. «Nous avons inventé un

métier, avec un personnel fixe, qui n'existait pas avant en Suisse, se réjouit Daniel Stumpe. Nous devons avoir une économie d'échelle.»

L'aventure The Nail Bar est née d'un événement singulier, bien que banal, dans la vie du couple au milieu de la trentaine: après avoir manqué l'achat d'une maison, ces deux cadres aisés sont partis sur un coup de tête en voyage à New York. C'est là qu'ils découvrent la convivialité des salons-ongleseries, qui leur donnera leur première inspiration. Et leur projet d'investissement immobilier se transformera en petite entreprise.

Aujourd'hui, la chaîne s'étend dans toute la Suisse, mais se différencie du modèle américain. Si la société, qui vient de créer son propre *call center*, veut maintenant consolider son développement, elle n'est pas opposée à laisser encore sa griffe là où des opportunités se présenteront.

La semaine en Bourse



Aux abris, le krach arrive!

En 2016, nous avons virtuellement passé l'année à entendre des mises en garde comme quoi nous étions dans la septième année de hausse des marchés post-crise des subprimes et que ça ne pouvait pas durer. Et que c'était trop cher et que c'était surévalué. Un cortège d'experts s'était succédé dans les médias pour nous prévenir d'un krach imminent et, total, des Bourses mondiales.

Statistiquement, plus les marchés montent pendant longtemps, plus nous avons de chance d'arriver à la fin du mouvement et plus la probabilité d'un krach est élevée. Ne nions pas l'évidence! Cependant, d'aussi loin que je me souviens, les vedettes qui ont réussi à prédire les krachs du passé, ont pour particularité d'avoir été totalement faux dans leurs prédictions depuis.

«Heureusement, ça ne coûte rien de prédire n'importe quoi»

Il n'y a donc pas besoin d'avoir un master en sciences occultes pour comprendre que l'on ne peut pas prédire un krach boursier. Ça n'arrive tout simplement pas. Ou alors c'est un coup de bol.

Ça n'arrive pas, parce que pour qu'un krach se produise, il faut des vendeurs. Si vous êtes prévenus que ça va baisser, vous allez progressivement réduire la taille de votre portefeuille, vous protéger contre la baisse des marchés et le jour où cette baisse s'amorce, elle ne dure pas longtemps, parce que personne n'a rien à vendre. Et ne me dites pas que c'est «les shorts» qui vont précipiter la baisse, ça ne dure qu'un temps.

Toujours est-il qu'en ce début d'année il est fascinant de voir que nous recommençons avec les mêmes travers qu'en 2016. Le nombre d'articles qui ont été publiés depuis quinze jours pour nous mettre en garde sont aussi nombreux que les stratèges financiers qui rêvent d'un jour de gloire pour avoir «prédict» LE krach.

Heureusement, ça ne coûte rien de prédire n'importe quoi, étant donné la mémoire extrêmement courte du monde de la finance.

*Fondateur du site Investir.ch

Abionic déménage à Epalinges et étend sa gamme de tests

La société née à l'EPFL lance sa nouvelle ligne de production d'appareils de diagnostics destinés aux acteurs de la santé

Les événements s'accroissent pour la jeune société Abionic. A peine le temps de déménager du Parc de l'innovation de l'EPFL au Biopôle d'Epalinges, d'inaugurer - sans fanfare - son nouvel atelier de production en série de ses appareils de diagnostics, qu'elle reçoit en ce début 2017 une nouvelle qui fera date: le feu vert européen pour commercialiser ses nouveaux tests médicaux grâce à l'obtention du marquage CE (Conformité européenne).

Son kit de diagnostics lancé depuis près d'une année dans les pharmacies, l'Abioscope, qui sert au dépistage des cinq principales allergies respiratoires - acariens, chien, chat, bouleau et graminées - trouvent désormais de nouvelles



L'Abioscope bleu est destiné aux médecins, le rouge aux hôpitaux pour des tests d'urgence, tel que le sepsis F. CELLA

applications. Dès maintenant, il peut être équipé pour le dépistage de la carence en fer - en cinq minutes grâce à une goutte de sang -, alors qu'un nouveau test rapide permettant l'identification des patients à risques de sepsis (septicémie) - manifestation d'une inflam-

mation systémique - sera disponible à la vente en 2018 pour les unités hospitalières d'urgence. «Dans le cas du sepsis, il est primordial de pouvoir rapidement identifier si une personne doit être envoyée dans un service de soins intensifs. Notre test aide le médecin à rapide-

ment décider du traitement, tout en minimisant l'utilisation d'antibiotiques quand ils ne sont pas nécessaires», remarque Nicolas Durand, directeur d'Abionic, qui nous répond depuis San Francisco où il assiste à une grande conférence sur la santé, faisant découvrir son invention, née dans les labos de l'EPFL.

L'Abioscope est en effet un système innovant, basé sur la nanotechnologie, fonctionnant à partir d'un échantillon sanguin par interactions moléculaires dans les capteurs. Il se caractérise par sa simplicité et la grande rapidité du diagnostic. En Suisse, il a déjà été agréé par les autorités de certifications médicales. Sa commercialisation est en bonne voie.

Le jeune entrepreneur se dit satisfait de la première année de vente, malgré ses faibles moyens de diffusion du nouveau produit. C'est son père, à la retraite, confie-t-il, qui s'en est chargé. Mais, désormais,

nous explique Nicolas Durand, l'Ofac (coopérative des pharmaciens Suisses) a commandé une centaine d'Abioscope et a signé avec sa société un contrat de distribution exclusif pour les pharmacies suisses. Ce contrat était cependant conditionné par l'adjonction du test de dépistage des carences en fer (ferritine).

Abionic, dit-il, a donc mis toutes ses ressources dans le développement des nouvelles applications de diagnostics, y compris pour le diabète, le sepsis et l'asthme. Cela parallèlement à son installation dans ses locaux du Biopôle où sa nouvelle ligne automatique dispose d'une capacité de production de 1 million de tests par an!

Malgré ces bonnes nouvelles, Abionic, qui occupe 21 personnes aujourd'hui, est encore en recherche d'investisseurs pour 20 millions de francs afin d'assurer son développement ultrarapide. **Jean-Marc Corset**