

Les pépites tricolores de l'impression 3D sur le pont



En région parisienne, l'entreprise Erpro a mis une salle de machines à disposition pour lutter contre le coronavirus. Photo Erpro

MATÉRIEL MÉDICAL

Face aux pénuries de masques et de matériel médical, les entreprises, fab labs et universitaires de l'impression 3D multiplient les initiatives.

Plusieurs d'entre eux, partout en France, se disent prêts à mettre leurs compétences et outils de production au service de la lutte contre le Covid-19. Certains ont même déjà commencé.

Jennifer Matas
@JenniferMatas

A l'instar de plusieurs start-up actives pour soulager les hôpitaux, l'univers de la fabrication additive (ou impression 3D), à son tour, se mobilise pour aider le personnel soignant face au Covid-19. Des initiatives locales ont écloré, comme chez Erpro en région parisienne.

« Si nous pouvons aider, alors nous le ferons, assure son dirigeant, Cyrille Vue. Certains de nos sites ont dû fermer, mais nous sommes prêts à mettre notre usine de production de pièces additives au service des hôpitaux et organismes de santé qui font face à des ruptures d'approvisionnement de composants de première nécessité. »

Avec un effectif réduit de volontaires, Erpro a notamment lancé, en test, la production de masques dès le 19 mars. L'entreprise pourrait également apporter son aide pour tout ce qui concerne les pièces d'appareils respiratoires comme les valves de respirateur. « Nous fabriquons déjà en injection des régulateurs de pression pour un appareil qui combat les infections pulmonaires et disposons de deux machines qui nous permettent de faire de la fabrication additive "multijet fusion" (MJF) », poursuit Cyrille Vue. En Isère, aussi, Athletics 3D – qui fabrique des crosses et carabines de biathlon – a lancé un prototype de masque. Et l'entreprise s'est prêtée à fabriquer des masques et ventilateurs en 3D si nécessaire. D'autres, entreprises comme universitaires, suivent cette ligne.

« Il faut impérativement collaborer avec les autorités sanitaires pour s'assurer que le matériel que nous fabriquons est sûr. »

LAURENT DUPONT
Cofondateur du Lorraine Fab Living Lab

Seulement voilà, si l'écosystème français s'est mis en marche, il navigue pour l'instant à vue. Et sous contraintes. D'abord, pour fabriquer des masques et du matériel médical, les professionnels de l'impression 3D ont besoin des plans. Heureusement, des fichiers STL ont rapidement été mis à leur disposition en open source, comme le masque NanoHack de l'américain-chilien Copper 3D. Les premiers essais réalisés ne semblent toutefois pas apporter une grande satisfaction.

« Pour l'instant, nous disposons d'un certain stock mais nos fournisseurs font les uns après les autres et nous pourrions être obligés de fermer à notre tour, faute de matière disponible pour poursuivre », souligne le dirigeant d'Erpro. Autre contrainte : faire valider les essais par les autorités compétentes. « Surtout, il faut impérativement collaborer avec les autorités sanitaires pour s'assurer que le matériel que nous fabriquons est sûr », rappelle Laurent Dupont, ingénieur recherche à l'université de Lorraine et cofondateur du Lorraine Fab Living Lab. Les masques et le matériel devront recevoir une autorisation préalable avant de pouvoir être utilisés dans les hôpitaux.

Réponse collective

« Pour l'instant, nous manquons d'informations. Nous aimerions être guidés, que quelqu'un coordonne le tour pour apporter une solution rapide et efficace », poursuit Cyrille Vue. Un sentiment partagé par Alain Bernard, vice-président de l'Association française de prototypage rapide (AFPR) : « De nombreux acteurs tentent actuellement de savoir quels sont les besoins réels et si l'impression 3D peut subvenir à

certains d'entre eux, de manière sérieuse, réactive et professionnelle », commente-t-il.

L'Association française des pôles de compétitivité (AFPC) a commencé à contacter les structures pouvant apporter une contribution, sous l'impulsion de l'Union européenne qui a lancé un appel à projets le 13 mars.

A Nancy, une vingtaine d'universitaires, chercheurs, responsables associatifs, entreprises et particuliers se sont réunis pour tenter de trouver collectivement des solutions autour de la conception additive et du « do-it-yourself ». « Nous cherchons à savoir s'il est pertinent de nous organiser localement sur le plan scientifique, technique, voire industriel pour étudier les demandes, les solutions potentielles, vérifier les informations qui circulent sur le sujet et apporter des réponses utiles », explique Laurent Dupont. Sur un iPad numérique, tous rassemblent les initiatives et réflexions en provenance du monde entier. Car dans ce contexte d'urgence sanitaire, la prudence reste de mise.

« L'impression 3D ne sauvera pas le monde et le confinement reste prioritaire », rappelle Laurent Dupont. ■

« Réaliser le sentiment d'impuissance »

VIS MA VIE
Jean de la Rochebrochard



Jean de la Rochebrochard est un investisseur dans les start-up, associé du fonds Kima Ventures. Il nous raconte la deuxième semaine de confinement à travers le regard des entrepreneurs qu'il accompagne.

Propos recueillis par Guillaume Bregeras @gbregeras

En me couchant hier soir, je me suis posé la question d'où en étions-nous collectivement. Le plus difficile est de réaliser le sentiment d'impuissance auquel nous faisons face. Bien sûr, de mon côté, j'accompagne les entrepreneurs, nous nous parlons beaucoup, mais alors qu'il faudrait travailler sur des solutions de long terme, les problèmes qui se posent sont très immédiats. C'est compliqué, pour la santé mentale, de composer avec cette distorsion. Ce sentiment d'incertitude que les start-uppeurs vivent en ce moment s'ajoute à celui d'incertitude qui existe déjà lorsque l'on entreprend, et ça devient douloureux pour eux. Je les sens en pilote automatique pour gérer les urgences, alors que nous avons tous conscience que la crise actuelle aura un impact fort pour le futur.

Durant cette deuxième semaine de confinement, j'ai aussi pu observer que beaucoup tentent de réagir en créant des listes : les dix conseils pour revoir sa « road map » produit ; les conseils pour organiser sa journée ; comment survivre à la crise ou « bien » se séparer de ses salariés... Sincèrement, cette démarche ne va pas résoudre leurs problèmes, nous avons basculé dans une ère où chacun s'automédique via les réseaux sociaux.

Le plus dur est à venir

Tout ça m'amène à penser que la troisième semaine sera la plus dure, notamment car je me rends compte de l'impact long terme. J'ai terminé de faire le tour de nos participations et d'établir leur bilan de santé, je vais donc me concentrer sur un cursus de coaching pour dirigeants que j'ai démarré à l'INSEAD une semaine avant le confinement. Une deuxième phase de présentiel doit démarrer en juin, j'espère qu'elle pourra se dérouler, et je vais en profiter pour muscler mon programme. Notamment en accompagnant certains entrepreneurs en « pro bono » durant cette période.

Il faut aussi, j'en prends conscience, s'occuper de sa santé mentale, un message que je passe à nos entrepreneurs. Lorsque je vais dans ma cuisine le midi pour déjeuner avec mes enfants, je me rends compte à quel point je suis absent. Je suis ailleurs, l'impuissance face à cette crise me submerge. Pourtant, il faut arriver à profiter du temps que l'on passe avec nos proches, j'ai la chance de ne pas devoir faire face à la mort causée par ce virus dans mon entourage. L'urgence sanitaire ne doit pas nous faire entrer dans la psychose, et surtout ne doit pas nous empêcher de vivre. ■

MountNpass cède ses activités à l'allemand Outdooractive

SPORT

Le site Web français d'itinéraires cyclables est racheté par la plateforme européenne de référence pour les activités de pleine nature (randonnée, alpinisme, ski, canoë...).

La communauté de 120.000 cyclistes du premier rejoint les 7,3 millions de membres du second, dans une logique de consolidation.

Laurent Marcaillou
@Lmarcaillou
— Correspondant à Toulouse

Leader des sites d'itinéraires à vélo en France, la start-up toulousaine

MountNpass vient d'être rachetée à 100 % par le groupe allemand Outdooractive, plateforme européenne de référence pour les activités de pleine nature. « Les six salariés de MountNpass intègrent le groupe et nous allons renforcer l'équipe en marketing digital et en support aux clients en comptant 20 à 30 personnes dans deux ans », affirme le dirigeant toulousain Frédéric Blavoux, nommé président d'Outdooractive France. La marque MountNpass perdure à moyen terme.

Passionné de vélo et informaticien, Frédéric Blavoux, quarante-six ans, a fondé la start-up en 2015 après avoir été directeur de projet chez Sopra Steria. Il a conçu un site Web communautaire qui propose gratuitement 8.000 parcours cyclables qualifiés sur route, à VTT et à VTC en France, un peu en Belgique et en Espagne. Il a démarré avec quelques clients historiques comme les offices de tourisme de Corréze, du Béarn-Pays Basque et

de l'Hérault. Sans moyens financiers mais avec la caisse de résonance des réseaux sociaux, MountNpass a rassemblé en cinq ans une communauté de 120.000 membres qui font partager leurs parcours, et enregistre 300.000 visiteurs uniques par mois. La jeune pousse se finance auprès de 250 offices de tourisme et de 1.800 hébergements référencés sur le site.

Implanté dans un quinzième de pays

« Nous étions un peu justes financièrement et nous préparions une levée de fonds pour créer une application mobile de guidage touristique commercialisée aux professionnels, loueurs de vélos, hôteliers et offices de tourisme », raconte Frédéric Blavoux. « Nous avons alors été contactés par Outdooractive et nous avons préféré vendre la société, car le secteur est en phase de consolidation et il y a une logique imparable de rapprochement avec les grands acteurs. »

Beaucoup plus gros, Outdooractive existe depuis vingt ans et est implanté dans une quinzaine de pays avec une forte présence en Allemagne, au Royaume-Uni, en France et aux États-Unis. Il compte 7,3 millions de membres et 13 millions de visiteurs par mois. Ce site

MountNpass proposera de nouvelles activités comme la randonnée en 2021.

De son côté, le groupe allemand accroît son implantation en France.

Web et mobile propose des itinéraires pour 30 activités : randonnée, trail, alpinisme, ski nordique, cyclisme, VTT, équitation, canoë... C'est une entreprise de cartographie digitale qui s'est diversifiée dans le

commerce de sites Web en marque blanche et dans le marketing touristique. Elle propose aussi des applications payantes comme la vidéo 3D des itinéraires. Elle emploie 140 salariés mais ne dévoile pas son chiffre d'affaires ni celui de MountNpass. Après avoir levé des fonds en 2019 pour se développer à l'international, le groupe a racheté des entreprises au Royaume-Uni, aux États-Unis et maintenant en France.

En intégrant Outdooractive, MountNpass va bénéficier de son application mobile de guidage touristique et proposera de nouvelles activités comme la randonnée en 2021. De son côté, le groupe allemand accroît son implantation en France, deuxième destination au monde pour le tourisme à vélo. « Le tourisme national connaît une forte croissance et le cyclisme est l'activité qui progresse le plus avec le développement du vélo électrique qui permet à tout le monde d'aller plus loin ! » se félicite Frédéric Blavoux. ■