

# Mazubi, une pépinière d'entrepreneurs

**COURTEPIN •** Chaque année, une petite vingtaine d'apprentis intègrent Mazubi, une entreprise de Micarna SA. Albert Baumann, patron de Micarna SA, s'est vu récemment décerner le Swiss Award pour ce projet innovant.

NICOLE RÜTTIMANN

Regard franc et direct, bien posés sur leur chaise, on les sent très professionnels. Ils ont beau n'avoir que 19 et 17 ans, Nicolas Dos Santos et Céline Brüllhardt ont déjà l'étoffe de l'entrepreneur. Et pour cause. Depuis deux, respectivement une année, Nicolas et Céline ont intégré Mazubi, une entreprise de Micarna SA à Courtepin, dirigée par les apprentis eux-mêmes. Le principe? Au début de l'exercice, chaque apprenti - 18 cette année - fixe sa stratégie et ses objectifs annuels. Il s'agit ensuite de développer, produire et commercialiser de véritables produits et gérer toutes les divisions de l'entreprise. Ce concept d'apprentissage innovant a valu à l'entrepreneur Albert Baumann, patron de Micarna SA, de remporter récemment le Swiss Award catégorie Economie.

Chaque année, plusieurs projets sont proposés au sein de Mazubi par des apprentis devenus chefs de projets. C'est le cas de Nicolas, chef des ventes à Mazubi et apprenti employé de commerce 2<sup>e</sup> année de Micarna, qui a géré le projet de «chanson Mazubi». Il a écrit et coordonné l'enregistrement de leur propre musique, au Relief Studio à Lossy.

## Mazubi version musique

«J'ai sorti un premier album à 16 ans, c'est ce qui m'a inspiré, explique le jeune homme. Mon maître d'apprentissage m'a suggéré de trouver un thème en lien avec Mazubi.» Chaque semaine, les concepts sont en effet discutés entre coaches et apprentis. Et ils doivent être validés par l'ensemble des apprentis concernés.

Les jeunes ont choisi pour thème «la motivation et l'expérience professionnelle acquise avec Mazubi». Après quelques répétitions à Micarna, le groupe, formé de sept personnes, s'est choisi un studio - celui de Lossy, déjà connu de Nicolas, qui y avait enregistré une musique. Celui-ci chante les couplets tandis que le groupe, dont Céline, fait les refrains. Maxime Barras, responsable marketing et directeur Mazubi cette année (voir encadré), s'est chargé de tourner le clip. Le tout en respectant le budget d'environ 900 francs, payé par Mazubi.

Outre la musique, le groupe a mis sur pied un projet de collaboration avec la chaîne Domino's Pizza. Celle-ci avait fait appel à eux pour créer une nouvelle recette. Après



Céline Brüllhardt et Nicolas Dos Santos ont intégré le concept Mazubi où ils acquièrent l'expérience professionnelle nécessaire aux futurs entrepreneurs. ALAIN WICHT

un passage à Zurich avec les responsables pour en discuter et une séance dégustation en présence de directeurs d'Angleterre, la pizza choisie a été commercialisée quatre mois pour la saison d'hiver, remportant un franc succès: 3000 pizzas vendues en Suisse durant cette période.

## Investir pour l'avenir

«Notre prochain projet vise une collaboration avec Migros car nous avons pour objectif de gagner un nouveau client, présente Nicolas, précisant: Le but est d'acquiescer de l'expérience dans la gestion de projet et de se confronter au démarrage d'un client externe. Cela contribue à changer l'image de Micarna. L'entreprise ne se résume

pas uniquement au domaine des abattoirs. Il y a bien d'autres choses, dont, justement, des apprentis à qui l'on donne toutes les cartes pour acquiescer une expérience professionnelle.» Pour l'heure ils attendent la réponse des gérants de Migros Neuchâtel-Fribourg. S'ils obtiennent leur accord, ils inviteront une délégation pour une visite du local des apprentis avant de présenter l'assortiment Mazubi et le projet.

«Nous organisons déjà des dégustations en face de Micarna, au shop. Cela permet de présenter des exclusivités Mazubi, telles que les cervelas au vacherin», relèvent Céline et Nicolas, précisant que «l'on peut ainsi appliquer les connaissances acquises à la pratique».

«Les apprentis ont le choix de participer ou non à Mazubi. Personnellement, je ne regrette pas une minute de m'être lancé dans le concept, même si cela demande beaucoup d'investissement et de temps, affirme Nicolas. De secrétaire à sous-directeur et responsable des ventes, j'ai appris l'autonomie, la gestion de projet, la notion d'équipe ou la planification. C'est autant de motivation pour l'avenir, cela nous donne de bonnes bases pour intégrer plus tard une entreprise.»

Mazubi dure le temps de l'apprentissage, soit trois ans. Un diplôme est décerné à ceux qui y ont participé. «C'est un plus pour un patron!», concluent les deux jeunes qui envisagent de poursuivre leur carrière à Micarna. I

## MAZUBI EN CHIFFRES

**Lancée en 2009**, Mazubi est une entreprise anonyme. Chaque site de formation (Courtepin et Bazenheid (SG) dispose de sa propre entité, dirigée par un groupe d'apprentis, suivis par des coaches. Mazubi vise à favoriser le potentiel des participants, développer l'initiative personnelle, et préparer les apprentis au monde du travail. Elle propose à ses membres des ateliers sur des thèmes tels qu'apprendre à s'exprimer en public, établir un budget ou préparer la visite d'un client.

**L'organisation** de Mazubi 2015 comprend une assemblée générale, un comité directeur, un conseil d'administration, une direction et divers secteurs - promotion, vente, marketing, finances... - avec leurs responsables. Elle compte 18 membres sans compter la direction Micarna.

FORÊTS

## Un café au petit goût boisé

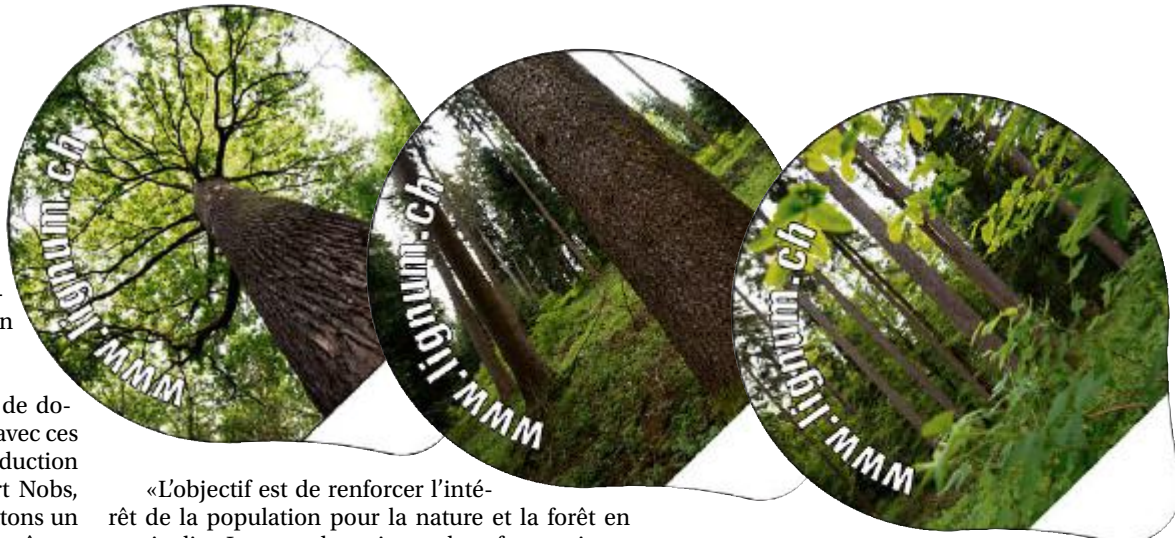
OLIVIER WYSER

Chaque jour, Cremo SA produit un million de dosettes de crème à café. Trois à quatre fois par année, la société basée à Villars-sur-Glâne change le thème de ses célèbres opercules, qui font la joie des collectionneurs. Pour sa dernière collection, Cremo collabore avec Lignum, l'association de promotion du bois présente dans le canton de Fribourg depuis 25 ans. «Nous voulions faire la promotion des plus beaux arbres de canton de Fribourg», résume Pascal Corminbœuf, président de Lignum Fribourg.

Sur les 20 opercules différents que compte cette nouvelle série figurent des sapins, épicéas, pins, mélèzes, hêtres, chênes, érables ou encore des merisiers. «L'idée était de montrer les essences les plus importantes dans le canton de Fribourg», indique Michel Niquille, secrétaire de Lignum Fribourg. Les photos sont signées par la photographe fribour-

geoise Mélanie Rouiller, qui a passé de nombreuses heures dans les forêts du canton en compagnie de gardes-forestiers afin de dénicher les spécimens les plus beaux.

**Ce ne sont pas moins de 50 millions** de dosettes de crème à café qui seront produites avec ces opercules boisés. «Cela représente la production d'environ trois mois», explique Paul-Albert Nobs, directeur général de Cremo SA. «Nous mettons un point d'honneur à ne jamais réutiliser les mêmes thèmes pour nos collections», ajoute-t-il en précisant que de nombreux clients leur suggèrent constamment de nouvelles idées. Ces 50 millions de dosettes seront distribuées dans toute la Suisse, Cremo détenant environ un tiers du marché de la crème à café. Les deux seules autres sociétés helvétiques qui produisent ce type de produits sont la Migros et Emmi.



«L'objectif est de renforcer l'intérêt de la population pour la nature et la forêt en particulier. Les grands et vieux arbres font toujours rêver», explique Pascal Corminbœuf. Et de préciser que tous les arbres qui figurent sur les opercules sont destinés à la production de bois. «Un jour ou l'autre ils seront transformés dans l'une des 15 scieries du canton de Fribourg», complète Michel Niquille.

Pour profiter de cette action, Lignum Fribourg diffuse une série de 12 cartes postales comportant

chacune une variété d'arbre, avec au verso une description de l'utilisation faite de l'essence concernée. Les internautes peuvent en outre consulter le site de Lignum Suisse pour obtenir de plus amples informations sur les essences suisses et pour participer à un concours en lien avec l'opération des opercules.

> [www.lignum.ch/fr](http://www.lignum.ch/fr)