

PRIX SOMMET

08 0200820 200200802 020080 0080

Porteurs d'un Valais créatif



Le Nouvelliste

Walliser
☆☆ Bote

De l'audace
à la réussite.

Une nouvelle marque

pour distinguer ce que le Valais vous offre de meilleur



les Alpes-Source



La recherche de l'excellence

Chez nous, en Valais, ce pays source au coeur des Alpes, s'engager chacun pour mieux réussir collectivement, c'est une vraie culture. Autrefois, cela a donné naissance à des chefs-d'œuvre d'invention et de réalisation comme les bisses, les barrages, les tunnels et les cols. Aujourd'hui, fidèles à nous-mêmes, nous voulons développer durablement notre région et aller vers toujours plus de qualité, de performance, d'innovation.

Mais la performance dans l'action ne serait rien sans le respect de notre cadre de vie, ce pays protégé à la beauté grandiose. Nous croyons plus que d'autres encore en un monde fondé sur des relations harmonieuses entre l'homme et la nature.

Voilà pourquoi, pour nous, la performance ne serait rien sans la dimension humaine. La recherche de l'excellence n'a de sens que si, au delà de nos savoir-faire et de nos produits, nous partageons en plus nos valeurs et notre art de vivre, une joie de vivre et une convivialité toutes méridionales. Ici, compétence collective signifie aussi plaisir d'être ensemble.

et le label Valais excellence

Nous avons conçu la marque Valais, comme un signe de reconnaissance de provenance et de qualité pour des produits emblématiques du Valais et de ses valeurs.

Le Label Valais excellence a, lui, été créé pour distinguer les entreprises valaisannes à la fois les plus performantes et les plus citoyennes. Ce label apporte une triple garantie pour les consommateurs :

- l'origine valaisanne de l'entreprise
- une double certification du management de l'entreprise (certification ISO 9001 pour la qualité et ISO 14001 pour l'environnement)
- un engagement de l'entreprise dans une démarche citoyenne à l'égard du Valais et de ses habitants

En s'inscrivant dans les principes du développement durable, les hommes et les femmes de ces entreprises valaisannes innovantes veulent concilier performance, qualité de vie, respect de l'environnement :
le développement au service de l'homme.

Un signe de reconnaissance

Cette marque commerciale Valais ainsi que le label Valais excellence sont donc les porte-drapeaux du Valais et le signe distinctif pour les consommateurs de produits de haute qualité.

Innover au pays des traditions!

Chantal Balet
Associée du cabinet conseils
Fasel Balet Loretan

Tradition et innovation font-ils bon ménage? En Valais manifestement oui. D'une part, dans les phases difficiles les entrepreneurs des cantons qu'on peut qualifier «d'anciens pauvres» comme le Valais sont mieux armés pour s'adapter. Sur eux les incertitudes actuelles font l'effet d'un aiguillon qui pousse à l'innovation, seul moyen de s'en sortir.

Et surtout, la nouvelle vague d'innovation qui s'annonce, la révolution verte, touche des secteurs familiers pour bon nombre d'entreprises valaisannes: l'énergie et la construction. Les jeunes Valaisans sont plus volontiers attirés par les métiers de la construction que par la biotechnologie ou la microtechnique. On a pu le regretter. Aujourd'hui, on doit saisir la chance extraordinaire de bénéficier d'un environnement économique traditionnel en phase avec les secteurs les plus innovants. Les entreprises valaisannes sont capables de développer des technologies de pointe dans la construction, d'assembler de nouveaux matériaux, de trouver le moyen de satisfaire les critères très exigeants de «Minergie plus», par exemple. Le savoir faire existe en Valais pour occuper une place de leader dans quelques niches et se réappropriier le domaine de l'énergie.

Mais pour innover, l'entreprise doit pouvoir compter sur des gens

qualifiés. Elle a besoin d'ingénieurs, de chimistes, d'informaticiens, de spécialistes pointus dans tous les domaines. C'est le point noir aujourd'hui car tous les pays occidentaux en cherchent. Le Valais est certes reconnu pour la qualité de sa formation de base. Mais plusieurs jeunes Valaisans formés sont poussés par l'envie bien légitime de voir ailleurs, plus grand, plus excitant. Le bassin de recrutement reste faible. Pour l'élargir, confirmer la libre circulation des personnes avec l'Europe remplit une condition indispensable. Ce n'est pas suffisant. Et la qualité de vie ne peut à elle seule surmonter les obstacles. L'originalité attire l'innovation et l'innovation la réussite; la spirale est lancée. Les pharmaceutiques bâloises, par exemple, construisent des bâtiments originaux et prestigieux pour attirer les meilleurs chercheurs et les meilleurs employés. En Valais, il n'est pas nécessaire et pas raisonnable de faire appel à des stars mondiales de l'architecture. Pourquoi ne pas susciter l'envie de venir travailler chez nous en faisant preuve d'originalité et d'innovations spectaculaires dans nos spécialités: construction et énergie.

Innover dans nos domaines traditionnels, voilà une perspective passionnante pour les jeunes de ce canton.



ÉCONOMIESUISSE

Impressum

Conception et composition: Editions Le Nouvelliste - Sion.

Impression: Centre d'impression des Ronquoz - Sion.

Textes: Françoise Luisier.

Photos: François Mamin, Sacha Bittel.

La cosmétique sur mesure d'Arval

Depuis plus de 50 ans, les Laboratoires biologiques Arval S.A., à Conthey, conçoivent et élaborent des produits cosmétiques selon les technologies les plus modernes. Grâce à une palette de compétences pluridisciplinaires, Arval s'est forgé une réputation de qualité sur le marché international de la cosmétologie. Outre leur propre marque, les laboratoires de Conthey développent des concepts personnalisés et livrent du sur mesure à une clientèle exigeante.

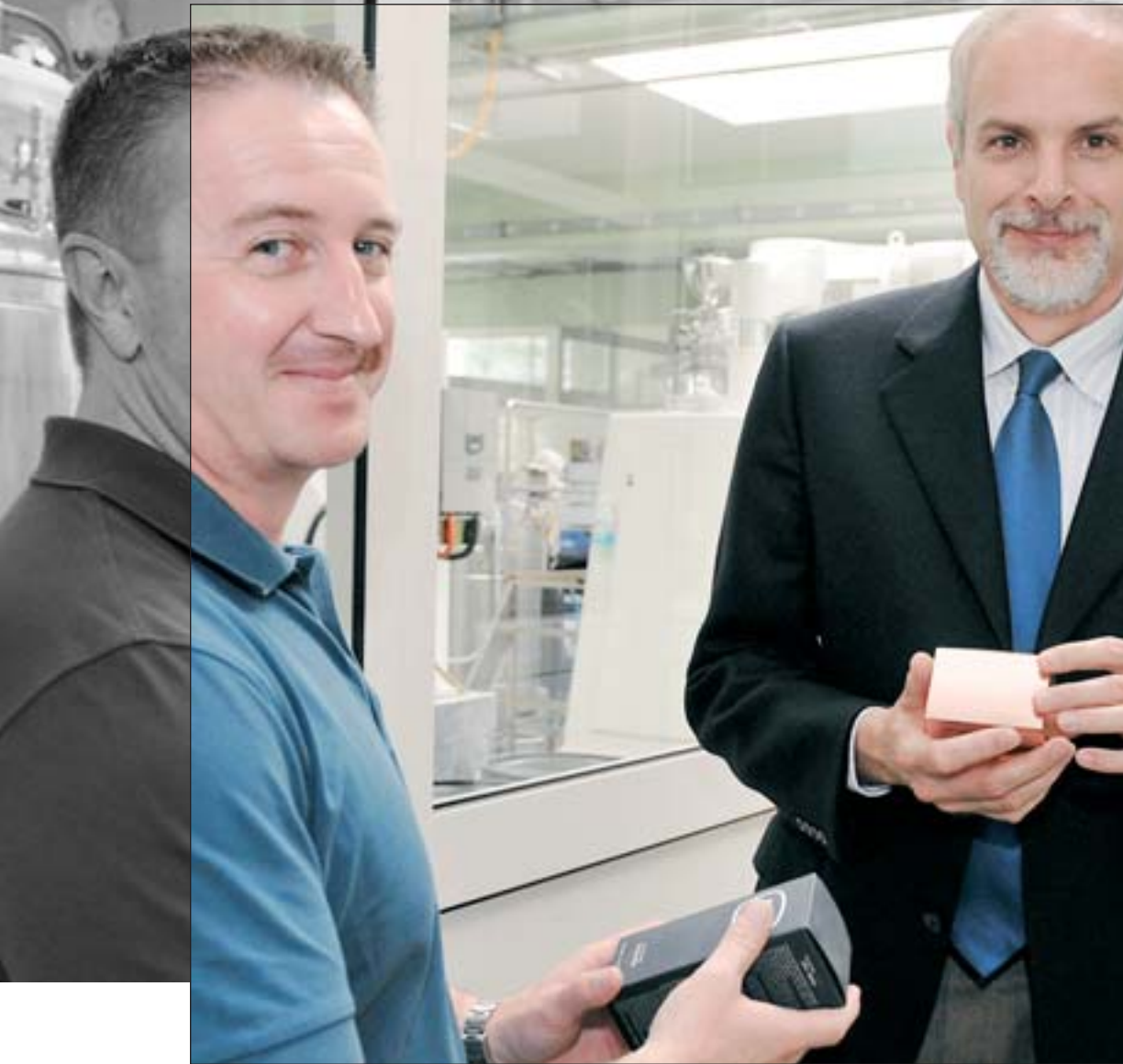
Lovée dans la fraîcheur ombragée des bords de la Morge, la maison Arval jouit d'une situation exceptionnelle au cœur des Alpes suisses. Et rien n'a vraiment changé depuis sa fondation, en 1952, par Nadia Avelle et Jean-Pierre Rapaz, associés de la première heure. Du moins en apparence. Car l'on ne peut assurer la pérennité d'une entreprise sans évoluer avec son temps. Loin des grands centres urbains – c'est un avantage – Arval a su adapter ses

technologies aux tendances actuelles d'un marché très disputé. «*En dix ans, le monde de la cosmétique a connu d'importants changements; les produits se rapprochent du pharma*», constate Piero Calzolari, directeur d'Arval. Et les exigences légales en la matière sont strictes. C'est dire que les cosmétologues sont «condamnés» à la qualité.

Le spécialiste du sur mesure

Italien de Bologne, pharmacien de formation, Piero Calzolari a repris les rênes d'Arval en 2002. «*L'opportunité s'est présentée à un moment où je désirais quitter l'industrie pharmaceutique pour m'orienter vers la cosmétique*», raconte-t-il. L'homme de la situation, donc, pour négocier les virages technologiques de ce monde du rêve: «*je vends du rêve*», avoue-t-il. Mais pas forcément du vent. Car Arval s'est taillé une solide réputation dans le concept et la réalisation de produits sur mesure. A cet égard, la philosophie de la maison de

Conthey tient à ceci: «*nous développons notre marque, mais nous sous-traitons pour nos clients, avec la maîtrise complète de tout le processus, selon le désir du client*», précise Piero Calzolari. Dans ce cadre dûment établi, Arval est en mesure de fournir des gammes complètes de produits aux formulations novatrices, fruits de la recherche permanente de principes actifs rigoureusement choisis, de molécules efficaces et de technologies de pointe. Les produits des laboratoires de Conthey sont donc issus de la combinaison maîtrisée de la haute technologie, de la biotechnologie et des plantes alpines traditionnelles. Actuellement, Arval concocte des formules pour une centaine de marques dont une quinzaine de renommée mondiale, le reste étant constitué de marques aux produits-niche. De la conception au lancement sur le marché, Arval compte environ deux ans de travail en concertation étroite avec le client.



JOHNNY FUMEAUX,
DIRECTEUR-ADJOINT (À G.)
ET PIERO CALZOLARI,
DIRECTEUR GÉNÉRAL.
BITTEL

Reprofilier la marque Arval

Reconnue comme un sous-traitant de qualité sur le marché international de la cosmétique, la maison Arval entend maintenant reprofiler sa propre marque. Elle s'y emploie depuis deux ans et lance sa toute nouvelle gamme de produits «Perle de Glace» d'Arval Swiss Cosmetics. Déclinée en différentes lignes adaptées à des problématiques de peau ciblées, la gamme associe les bienfaits de l'eau d'Arolla à des actifs végétaux à l'efficacité prouvée, selon une technologie innovante: la conjugaison inédite de deux ingrédients garants d'une hydratation longue durée, facteur essentiel d'une peau saine. Des textures onctueuses, des actifs innovants et un packaging élégant caractérisent la nouvelle gamme d'Arval, qui, par la même occasion, actualise sa gamme de produits solaires «ilsolo». En termes de marketing, Arval est présente sur les salons spécialisés de la cosmétique et recherche activement des distributeurs dans le monde entier. En Suisse, les produits Arval Swiss Cosmetics sont disponibles en pharmacies et parapharmacies.

La crédibilité du «swiss made»

La sous-traitance présuppose une confiance indispensable entre Arval et son client. L'entreprise de Conthey cherche et trouve des solutions conformes aux exigences légales en la matière, pour offrir des produits de qualité irréprochable.

Précisons à ce propos que, selon la loi, la cosmétologie a pour but de nettoyer et de corriger l'aspect de la couche superficielle de la peau. Arval propose une trentaine de bases aux actifs différents adaptables à sa clientèle internationale. C'est dire que, pour des produits et des marchés différents, elle travaille en conformité avec les normes légales européennes et extra-européennes. Il y va de l'image de la Suisse et du Valais, le label «swiss made» étant largement reconnu dans le monde. Arval dispose d'ailleurs de son propre département de contrôle qualité doté d'un système d'assurance qualité certifié EN-ISO 9001:2000, gage de la fiabilité des produits haut de gamme fabriqués par Arval.

Une équipe pluridisciplinaire

Actuellement, Arval réalise 80% de son chiffre d'affaires sur les cinq continents, l'Asie et le Moyen-Orient formant une part importante de sa clientèle. Trois consultants prospec-

tent sur trois marchés différents. A Conthey, l'entreprise occupe soixante-cinq collaboratrices et collaborateurs, de la conception au conditionnement en passant par la fabrication des produits. A eux seuls, les laboratoires recherche et développement et contrôle qualité regroupent quinze personnes dont quatre ingénieurs chimistes qui oeuvrent sans relâche à l'amélioration et à la recherche de nouvelles formules. Notons à cet égard qu'Arval importe ce savoir-faire spécifique, car il n'y a pas de cosmétologue en Suisse. D'un point de vue structurel, Arval est constituée en une holding qui chapeaute deux entités juridiques distinctes, à savoir la société R & D et production de Conthey et une autre entièrement dévolue au marketing de la marque valaisanne, basée à Milan. **FL**



Walker SA

L'indépendance comme un credo

Fondée en 1956 par Arnold et Louise Walker, la fromagerie de Bitsch est une entreprise familiale et indépendante, qui a su évoluer dans le respect des traditions. Bon an mal an, elle transforme quatre millions de litres de lait en fromage à raclette, fromage d'alpage et autres produits laitiers dérivés. Très clairement positionnée sur le marché indigène, Walker S.A. occupe une place forte dans l'économie de toute une région. Résolument tournée vers l'avenir et soucieuse de diversification, elle se profile maintenant en tant que distributrice, puisqu'elle vient de s'allier à Howeg, fournisseur de l'hôtellerie et de la restauration, filiale de Coop et du distributeur allemand Rewe.

Du triporteur de papa...

à l'entreprise dûment structurée de 2008, il y a un héritage de traditions et de valeurs qui sous-tend toute l'action des successeurs d'Arnold et Louise Walker. Président de la

société Walker S.A. depuis le décès de son père en 2002, Alexander Walker n'oublie pas l'époque des pionniers. Celle des grands barrages, celle où papa Arnold ravitaillait les cantines de ces chantiers pharaoniques et les détaillants de la région avec son triporteur conservé comme un précieux témoin de ces temps héroïques. Fidèle à ses racines, la nouvelle génération Walker va de l'avant, jamais en retard d'une innovation, en insufflant l'esprit Walker à toute une entreprise de près de cent collaboratrices et collaborateurs: entreprenant, indépendant et valaisan.

Une stratégie de diversification

Certes réputée pour ses fromages, l'entreprise Walker voit au-delà de la fromagerie. Outre l'élaboration et la commercialisation de ses propres produits, elle «roule» sur la voie de la diversification en offrant toute une palette de prestations de services. Comme partenaire de distribution

des producteurs laitiers et agricoles, la société de Bitsch apporte un soutien majeur à l'agriculture locale. Une stratégie visionnaire qui permet la création et le maintien d'emplois dans la région. Walker S.A. comprend quatre entités distinctes qui fonctionnent comme des centres de profit complètement autonomes. Bianchi Fruits et Légumes, à Brigue, entité dotée de sa logistique propre, distribue les produits à trente-cinq détaillants. Brasilona Viandes et Comestibles, à Martigny, fournit des clients de la gastro-hôtellerie et des établissements de services à partir de la plate-forme de Bitsch. Walker Gastro, à Zermatt, livre fruits, légumes, fromage et viande à quelque cent-vingt clients de la gastro-hôtellerie.

Enfin, Aletsch Goms (Conches) est la fromagerie indépendante de Walker S.A. Non subventionnée, elle a été créée à la demande des producteurs de lait de la région après la faillite de la fromagerie coopéra-



tive d'Ernen: «*le subventionnement tue la créativité*», déclare Alexander Walker. La fromagerie de Bitsch collecte auprès de quarante producteurs quelque quatre millions de litres de lait par année transformés en fromage de montagne (30%), fromage à raclette

(50%) et spécialités (20%). En tout, elle produit neuf sortes de fromage dont le fameux fromage à raclette au lait thermisé (une température de 65°C atteinte en 12 secondes) garantissant un produit goûteux et stable à la fois. Depuis le début de cette année, elle produit aussi un fromage à raclette au lait cru selon le cahier des charges AOC.

Une logistique d'airain

Soucieuse d'être en phase avec le marché, Walker S.A. dispose d'un réseau de vente rationnel et ultra-performant qui fonctionne en synergie avec chaque unité de l'entreprise. Par rotation fixe pour chaque type de marchandise, une cinquantaine de véhicules livrent des denrées fournies par des grossistes de toute la Suisse à quelque 800 clients du Haut-Valais et du Valais central. Proximité et rapidité sont les maîtres-mots de l'entreprise de Bitsch, qui entretient des relations personnalisées quotidiennes avec ses clients

via sa propre centrale d'appel. Un système qui permet de gérer les stocks au plus juste.

Plus en amont, le succès de Walker S.A. tient à deux points essentiels. Une gestion basée sur le partenariat et un management d'entreprise qui consiste à motiver ses troupes par la responsabilisation et la formation continue. Enfin, Walker S.A. entend assurer sa pérennité de façon maîtrisée: «*nous voulons rester valaisans, modernes et indépendants*», précise Alexander Walker. C'est dire qu'ici, le chiffre d'affaires importe moins que les réserves de fonds propres réinvestis dans l'entreprise selon une stratégie à long terme. **FL**

Alliance avec Howeg

«*Il ne faut pas craindre la concurrence mais bien faire ce que l'on fait*», affirme Alexander Walker. Une profession de foi qui se vérifie ici, puisque Walker S.A. vient de s'allier à Howeg, distributeur suisse de la gastro-hôtellerie et principal concurrent de l'entreprise haut-valaisanne. Alliance plutôt bien vue, car Howeg est une filiale de Transgourmet S.A., société détenue par Coop et le distributeur allemand Rewe. De quoi mailler encore plus le réseau de vente de Walker S.A. Après deux ans de pourparlers, la coopération est effective dès le 1er septembre prochain. Concrètement, Walker S.A. reprend un portefeuille de 650 clients et une vingtaine de collaborateurs d'Howeg. Sept véhicules s'ajoutent à la flotte de Walker S.A., qui rayonnent dans le Haut-Valais et le Valais central à partir des plates-formes de Sierre, Zermatt et Bitsch. Relevons qu'à Bitsch, Walker S.A. vient de mettre sous toit un nouvel entrepôt de 2000 m². L'assortiment du grossiste haut-valaisan offre un riche éventail de 7500 produits dûment référencés. Sans parler des fromages Walker, dont la production va singulièrement augmenter.



ALEXANDER WALKER.
MAMIN

Les micro-laboratoires d'analyse de DiagnoSwiss

Etablie à Monthey depuis sa création en 1999, la société DiagnoSwiss S.A. développe une technologie de micro-puces dédiées à l'analyse de protéines. Sortes de mini-laboratoires, ces micro-puces présentent l'avantage de diminuer considérablement les temps d'analyse et, partant, les coûts. Cette technologie trouve des applications dans des domaines tels que le diagnostic médical, la recherche et développement en sciences de la vie ou le contrôle industriel. Société émanant de l'EPFL, DiagnoSwiss lance actuellement sa propre gamme de produits et se mue en société commerciale.

Dix ans d'incubation

Cette révolution de laboratoire germeait dans les têtes plutôt inspirées de Joël Rossier, ingénieur en chimie et physique diplômé de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich (EPFZ), et Frédéric Reymond, ingénieur en chimie diplômé

de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne (EPFL), depuis leur rencontre il y a près de dix ans. L'architecture du projet, soit le travail de recherche et développement sur ces micro-puces d'analyse tout à fait inédites, a débuté en 1996 déjà, avec l'obtention du premier brevet et les premières publications. L'association de Joël Rossier et Frédéric Reymond est scellée en 1999 avec la création de DiagnoSwiss, d'abord spin off de l'EPFL. Dès lors, la société de Monthey développe ses propres technologies, lesquelles sont transférées à diverses industries. Des collaborations qui débouchent sur un accord de licence, en 2002, et fournissent à DiagnoSwiss les revenus nécessaires à l'industrialisation, en 2007, de leurs micro-puces.

Rapprocher le laboratoire du médecin

L'idée de génie de DiagnoSwiss tient en un système rapide, compact et simple d'analyse de protéines dans

des petits volumes. Les protéines, précisons-le, constituent le code génétique – le génome ou ADN – propre à chaque être vivant. Que l'une de ces protéines soit sous ou surexprimée signale une maladie spécifique telle que cancer, maladie infectieuse ou autre dysfonctionnement du métabolisme. Les têtes chercheuses de DiagnoSwiss vont établir le catalogue des protéines saines et pathologiques, séparer le bon grain de l'ivraie en quelque sorte, pour détecter la fautive de trouble: «on va à la pêche chercher la protéine qui nous intéresse», image Joël Rossier. Pour ce faire, DiagnoSwiss conçoit et produit des systèmes issus du mariage de la microélectronique, de la nanotechnologie et de la biologie. Des outils nouvelle génération qui permettent, grâce à la miniaturisation des échantillons, un gain de temps appréciable (10 minutes au lieu de 3-4 heures) et de coût non négligeable. Surtout, la réduction des temps d'analyse profite au patient



**FRÉDÉRIC REYMOND (À G.)
ET JOËL ROSSIER,
LES PATRONS DE DIAGNOSWISS.**
PHOTOS BITTEL

qui se voit administrer un traitement thérapeutique rapide et approprié: «nous rapprochons le laboratoire du médecin», souligne Joël Rossier.

Une cartouche de poche

Concrètement, le micro-laboratoire de Diagnoswiss est constitué d'une cartouche de poche composée

de huit petits tubes destinés à recevoir le fluide à analyser et les produits réactifs; elle est reliée à un boîtier électronique qui va permettre une lecture rapide de l'analyse. Aussi simple que l'œuf de Colomb, pour un champ d'applications prometteur. Ainsi, la société de Monthey collabore déjà, sous licence, avec des géants de la biotechnologie tels que l'Américain Agilent et le Français Biomérieux pour ce qui est des diagnostics médicaux in vitro. Cette année 2008 marque un tournant important pour Diagnoswiss, qui lance sa propre gamme de micro-puces appelées GRAVITM. Conçue pour réaliser des tests immunologiques, cette plate-forme de produits va trouver des applications dans la recherche en sciences de la vie (académie, pharma et biotech), l'optimisation des processus biotechnologiques et les contrôles industriels et sanitaires (agroalimentaire et vétérinaire).

Fabriquées sous licence par une

société spécialisée en électronique de Zurich, les micro-puces GRAVITM constituent véritablement la valeur ajoutée du système conçu par Diagnoswiss. Jetable ou à utilisation très limitée, cette petite cartouche qui ne nécessite quasiment aucune maintenance est le «consommable» de l'entreprise montheysanne: «un peu comme la cartouche d'imprimante d'un ordinateur», précise Joël Rossier qui considère «qu'il faut rester simple ou disparaître». Car s'ils ne sont pas seuls sur ce marché très pointu, les chercheurs de Monthey – dix ingénieurs et laborants devenus informaticiens – n'ont pas trop de soucis à se faire. Diagnoswiss est le seul spécialiste du genre à proposer un système aussi compact et hors du cadre strictement académique. **FL**

Ouvrir le marché

Les scientifiques Joël Rossier et Frédéric Raymond ont aussi la fibre entrepreneuriale. Et deviennent voyageurs de commerce. Début mai, ils entamaient la phase de commercialisation de leurs produits: «nous commençons à courir le monde pour convaincre les distributeurs potentiels et ouvrir le marché; nous faisons du porte-à-porte». Ils ont déjà «attaqué» le marché européen – Allemagne, République tchèque et Espagne – et américain où ils viennent de signer un premier contrat. Le tandem de Monthey prospecte auprès de biointégrateurs (une vingtaine à ce jour), des partenaires stratégiques sur place susceptibles de pénétrer ce marché spécifique. Et les premiers retours sont qualifiés d'excellents. Diagnoswiss vise à 99% le marché étranger: «c'est un marché neuf, surtout dans les pays émergents, où une telle structure est inexistante», souligne Joël Rossier. Alors, dès cet automne, cap vers l'Asie du sud-est...

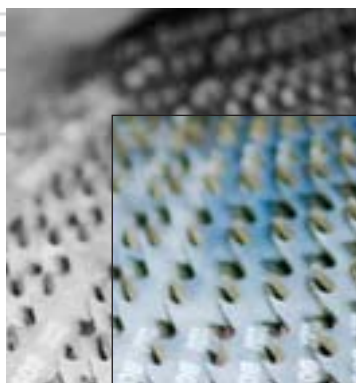
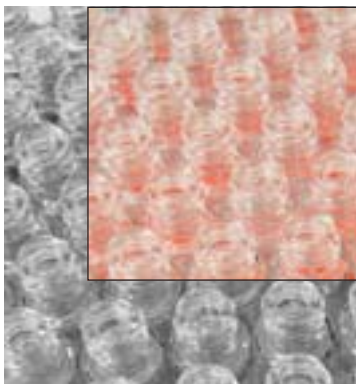


PRIX SOMMET

08 0200820 200200802 020080 0080

De l'audace à la réussite

Un Valais créatif et entreprenant



Pour sa cinquième édition sous la thématique «produits et prestations à forte valeur ajoutée», le Prix Sommet 2008 promettait une fois encore de découvrir des PME valaisannes aux activités aussi surprenantes que pointues. Le trio partenaire de l'opération Sommet – UBS, «Le Nouvelliste» et le «Walliser Bote» – a donc reconduit une formule qui révèle à chaque fois un riche potentiel créatif et innovateur. Au-delà de la «compétition», le Prix Sommet, rappelons-le, se veut une vitrine destinée à présenter au grand public des entreprises souvent méconnues, qui développent des produits ou services issus de concepts technologiques novateurs, très performants sur leur marché-niche et qui s'exportent. Par la qualité et l'originalité de leurs prestations, ces PME contribuent au rayonnement d'un Valais résolument moderne et entreprenant. Et la cuvée 2008 du Prix Sommet a tenu ses promesses.

Cinq candidats et un invité d'honneur

Cette année, la commission de sélection du trio partenaire a porté son choix sur cinq candidats et un invité d'honneur qui répondent aux critères d'innovation, de qualité et d'audace entrepreneuriale, à savoir: Walker SA à Bitsch, Rhodanus Microtechnic SA à Naters, Pharmionic Systems SA à Sion, Arval SA à Conthey, Diagnoswiss SA à Monthey et, en invité d'honneur, Scintilla SA (groupe Bosch) à Saint-Nicolas.

Chacune de ces entreprises a été présentée à travers des articles rédactionnels parus ces derniers mois dans les quotidiens partenaires, «Le Nouvelliste» et le «Walliser Bote».

Deux jurys

Le Prix Sommet 2008, d'une valeur de 10 000 francs, est attribué par deux jurys: le grand jury, composé de personnalités issues des milieux économique et politique et du trio partenaire, et le jury public, soit les lecteurs des quotidiens partenaires. Précisons que les membres du grand jury sont MM. Jean-René Fournier, conseiller d'Etat et aux Etats, Eric Fumeaux, président de la Commission fédérale Technologie et Innovation (CTI), Eric Meizoz, directeur de Publicitas Valais, Ferdinand Mengis, de Mengis Druck und Verlag, Hildebrand de Riedmatten, président de Rhône Média SA, Dominik Albrecht, directeur de la HES-SO Valais, Emmanuel Bonvin, directeur de Membratex SA, Hubert Lorenz, directeur de Mimotec SA, Patrick Fellay, responsable UBS Valais romand, et Pierre-Alain Grichting, responsable UBS Haut-Valais. Chacun des deux jurys dispose d'un quota de 50 points au maximum à attribuer aux cinq candidats. Le prix est décerné au candidat ayant obtenu le maximum de points. La soirée de remise du prix aura lieu mardi 25 novembre prochain, à la halle polyvalente de Conthey. M. Daniel Borel, CEO de Logitech, sera l'orateur de la manifestation. **FL**

Besoin d'un nouvel appart'?

Cherchez, trouvez, insérez...



www.nfimmo.ch

Le site de l'immobilier en Valais

un service de votre quotidien **Le Nouvelliste**

Innover pour survivre»

Daniel Borel, patron de Logitech, l'entreprise qui a fabriqué un milliard de souris, livre les clés de sa réussite.

Entretien Pierre Mayoraz

« *Logitech fabrique des interfaces qui permettent d'accéder au monde digital.* » Qu'en termes simples ces choses-là sont dites qui recouvrent une réalité des plus complexes laquelle passe par la formation théorique, les connaissances techniques, le marketing mais surtout l'innovation. Entretien avec le patron emblématique de Logitech, Daniel Borel, selon lequel, sans innovation, une entreprise n'a aucune chance de survivre.

Monsieur Borel, dans l'esprit de gens, Logitech égale souris. Qu'en est-il en réalité?

La souris représente 30% de notre chiffre d'affaires. Un peu comme Nescafé pour Nestlé. La souris, c'est un exemple, une icône. Elle permet l'accès de tout le monde à l'ordina-

teur. En partant d'elle, en vingt-cinq ans, nous avons développé des centaines d'autres produits. Ainsi de notre télécommande unique, sorte de souris de la maison qui ouvre de nombreuses portes, celles de la musique sur la chaîne stéréo, celles de l'information à la radio, celles de l'image à la télévision, celles de l'ordinateur, pour les plus courantes. Tout cela pour une centaine de francs chez Logitech.

Une télécommande qui fait tout, n'est-ce pas un peu compliqué pour monsieur tout-le-monde?

Bien au contraire. L'esprit de la souris veut faciliter l'accès à l'ordinateur. Notre télécommande unique pour la maison a le même but, aider les gens à utiliser la technologie digitale en général. Il y a toujours quelqu'un dans l'entourage proche des gens qui sait programmer cette

télécommande au moyen d'un ordinateur. Pas besoin d'avoir un diplôme en informatique. Une fois la programmation en place, rien de plus simple que de se servir de cette interface. Même les personnes âgées, déconnectées de toutes ces techniques, y parviennent aisément. Ainsi, en partant du principe même de la souris, nous avons innové. Pour rester à la pointe commercialement et techniquement, c'est une nécessité. Et nous allons continuer dans cette voie pour assurer la pérennité de l'entreprise.

Faites-nous rêver...

Vous voulez toute la musique du monde, rien de plus facile. Pour 500 francs, Logitech propose la squeeze box, un appareil qui vous donne accès de n'importe quel point du globe à tous vos téléchargements audio, à toutes les chaînes de radio



PHOTOS
FRANÇOIS MAMIN



Portrait

Nom: Daniel Borel.

Age: 58 ans.

Etat civil: marié depuis plus de trente-cinq ans - trois enfants, deux garçons et une fille, de 20 à 30 ans, les trois ingénieurs.

Formation: diplôme de physique de l'Ecole polytechnique fédérale de Lausanne, master en informatique de l'Université de Stanford, Californie.

Carrière professionnelle: fondateur de Logitech en 1981 à Apples (VD). P.-d.g. de 1992 à 1998. Prend sa retraite du conseil d'administration en 2008. Actuellement, Logitech emploie plus de 7000 personnes dans trente pays. Cet automne, elle a vendu sa milliardième souris. Daniel Borel siège au conseil d'administration de Nestlé. Il a créé la société Defitech pour venir en aide aux personnes handicapées et la fondation Swissup pour l'excellence de la formation en Suisse. Daniel Borel vit entre les Etats-Unis et l'Angleterre tout en conservant de nombreuses attaches en Suisse.

de la planète pour autant qu'existe une connection Wi-Fi. Deux haut-parleurs ou un iPod et le tour est joué. La squeeze box, une innovation elle aussi fondée sur la souris d'origine, vous offre la radio du XXI^e siècle. Et nous n'allons pas nous arrêter là. Après le son, nous avons maintenant l'image dans le collimateur.

Le succès de la souris n'a-t-il pas suscité des vocations chez la concurrence?

Bien sûr. Au début, de nombreux fabricants d'ordinateurs produisaient également leurs souris. Mais nous n'avons pas dormi sur nos premiers lauriers, nous avons cherché à améliorer le produit, nous avons sans cesse innové, ce qui nous a permis de distancer nos concurrents qui ont lâché l'un après l'autre pour se concentrer sur leur principal champ de bataille, l'ordinateur lui-même.

La constante amélioration de notre produit phare a engendré une grande confiance au sein de la clientèle qui l'a reportée sur le reste de notre assortiment. Regardez Sony. Le géant japonais a perdu sa position de leader mondial dépassé par l'iPod d'Apple. En restant à la pointe du développement, nous évitons un tel risque.

Comment trouver ces capacités d'innovation?

Il faut engager des personnes compétentes, c'est-à-dire issues des meilleures écoles mais aussi ayant bénéficié d'une bonne éducation. Le jour même de la mort de Swissair, nous avons créé Swissup pour soutenir l'excellence de la formation en Suisse. Cette fondation établit des paramètres de comparaison qui permettent de classer les universités. La Suisse tire son épingle du jeu sur ce

plan-là. En revanche, les vingt-six systèmes cantonaux morcellent l'énergie. Il faut unifier les formations primaire et secondaire et enseigner l'anglais, une nécessité actuellement. Une année à l'étranger devrait aussi faire partie du cursus. Les gens ainsi formés ont tous les atouts pour se montrer innovants. La Suisse doit absolument suivre cette voie de l'excellence si elle veut pouvoir concurrencer des pays comme l'Inde ou Taïwan où le nombre d'ingénieurs croît à grande vitesse. Et leurs produits, même les meilleur marché, fonctionnent sinon ils ne se vendraient pas. A nous donc d'offrir mieux, de rester à la pointe de l'innovation pour justifier nos prix et notre niveau de vie.

Les montres made in Naters de Rhodanus Microtechnic SA

De la conception au produit fini, Rhodanus Microtechnic S.A., à Naters, met ses trente-cinq ans d'expérience horlogère au service de marques mondialement connues. Ses compétences multiples lui permettent de fabriquer du sur mesure et dans les meilleurs délais pour une clientèle internationale friande de «swiss made». Dotée d'un solide réseau d'achat et de vente, l'entreprise de Naters est en outre active dans la distribution de composants et de montres.

De Tegra à Rhodanus

«La plupart des gens voient les choses comme elles sont et demandent: pourquoi? Nous voyons les choses comme elles pourraient être et demandons: pourquoi pas?» Voilà, le ton est donné. Par Daniel Sieber, directeur de Rhodanus Microtechnic S.A., pour qui cette philosophie sous-tend toute l'activité d'une entreprise qui a bien connu quelques aléas.

Au début, donc, était Tegra, petite société fondée en 1973 par Joseph Sieber et son épouse, tous deux horlogers. C'est l'époque où l'activité principale de l'entreprise de quatre collaborateurs consiste à assembler des mouvements pour la manufacture horlogère ETA. Le succès est au rendez-vous. Tegra connaît une croissance rapide: en 1980, elle compte cinquante collaborateurs qui produisent 500 000 mouvements. Trois ans plus tard, un million de mouvements sortent des ateliers de Naters. L'année 1988 marque un tournant dans l'histoire de la société: le capital-actions passe en mains entièrement valaisannes, dont celles de Joseph et Daniel Sieber. Tegra est rebaptisée Rhodanus Microtechnic S.A., nom qui signale clairement l'ancrage valaisan de l'entreprise. Laquelle se relocalise, en 1991, dans un nouveau bâtiment, à Naters toujours. A ce stade, Rhodanus occupe cent-vingt personnes.

Coup dur et... rebond

En 1995, le groupe Swatch à qui appartient ETA centralise le montage des mouvements au Tessin et en Asie. Or, la production d'ETA provenait pour moitié des ateliers de Naters. Un coup dur pour Rhodanus S.A., qui se voit contrainte de réduire la voilure, en passant de cent-vingt à trente collaborateurs. Le recyclage s'annonce difficile. Mais pas impossible. Car on ne baisse pas les bras, chez les Sieber, qui se réorientent vers le produit fini. Deux ans durant, Daniel Sieber prend son bâton de pèlerin et prospecte auprès d'une centaine de marques. Tag Heuer et Oris sont leurs premiers clients. Suivent Rado, Tissot, Calvin Klein, Certina, West End, pour n'en citer que quelques-unes. Dans la foulée, Rhodanus S.A. décroche un marché en Arabie saoudite, avec la société Al Mawasim dont la montre Chancellor est entièrement montée à Naters. En 2000, Rhodanus S.A. signe un contrat de licence avec la



DANIEL SIEBER,
DIRECTEUR DE RHODANUS MICROTECHNIC S.A.
MAMIN

joueuse de tennis Gabriela Sabatini, qui crée sa propre collection de montres: «cette opération a grandement contribué à redorer l'image de Rhodanus S.A. après les années sombres», se souvient Daniel Sieber. Dès lors, l'entreprise renoue avec la croissance: 500 000 montres en 1999,

700 000 en 2001. Un chiffre qui tend à se stabiliser: «nous préférons miser sur une croissance régulière plutôt que sur la quantité». Car les marchés – essentiellement en Asie et au Moyen-Orient – sont à conquérir et reconquérir inlassablement. C'est la mission de Daniel Sieber, qui a repris la direction commerciale de Rhodanus S.A. en 2001, tandis que son frère Reto s'occupe de la production.

La montre personnalisée

Ou comment créer sa propre montre en un clic de souris. En 2002, Rhodanus S.A. innove en devenant partenaire de Factory 121 (entendez one to one), petite société de Martigny qui propose la montre personnalisée via son site internet. Concrètement, l'internaute est invité, par un guide personnalisé à la fois simple et pratique, à concevoir la montre de ses rêves. Du simple mouvement à quartz à l'automatique, en passant par le chronographe, la montre sport,

la montre bijou incrustée de pierres précieuses, le concept unique en son genre de Factory 121 présente une infinité de combinaisons possibles. De la plus simple à la plus sophistiquée, le client s'offre SA 121TIME «swiss made», selon ses goûts et... son budget, dans une gamme de prix relativement abordables. Toutes ces données sont transmises à Rhodanus S.A. pour l'assemblage et le montage. Du clic de souris du client créatif à la réalisation, l'opération, envoi compris, prend dix jours. Rapidité et flexibilité sont les points forts de ce partenariat inédit. Car, forte d'une expérience de plus de trente ans, la manufacture de Naters est aussi performante dans le montage de série que dans celui de la pièce unique. Grâce à la compétence d'une centaine de collaboratrices et collaborateurs dûment formés par les dix horlogers de Rhodanus S.A. FL

Marché virtuel

Si le concept de la 121TIME semble promis à un bel avenir, Daniel Sieber n'en poursuit pas moins la prospection de nouveaux marchés. Et le marché de masse personnalisé recèle un potentiel certain. Il entend donc innover en mettant les technologies de l'information au service de l'horlogerie «swiss made». En 2005, Rhodanus S.A. lançait sa propre marque, la MONN-TIME, vendue par internet. L'entreprise de Naters va encore plus loin. En offrant sa gamme de MONN-TIME sur le web, elle propose au client potentiel un partenariat de vente pour ses montres. Rhodanus SA effectue actuellement des tests techniques sur le site de MONN-TIME. Ce concept marketing appelé «franchising virtuel» est opérationnel depuis peu.



Les piluliers intelligents de Pharmionic Systems SA

Pharmionic Systems S.A. développe et produit un système novateur permettant de mesurer en temps réel la prise de médicaments par les patients chroniques. Au-delà du «simple» pilulier électronique, c'est tout un concept d'observance thérapeutique que propose Pharmionic. Destinée aux professionnels de la santé et, bien sûr, aux patients, cette innovation permet à ces derniers de prendre connaissance sans délai des

données du patient afin de les orienter de façon optimale dans la poursuite d'un traitement.

Sus au vagabondage thérapeutique

«Une prise de médicament correcte et régulière induit une diminution des coûts de la santé et une nette amélioration de la santé du patient»: c'est le leitmotiv de Jean-Michel Métry, fondateur et directeur de Pharmionic Systems S.A. Car il est patenté que, dans nombre de pathologies chroniques, une prise de médicament anarchique, voire une interruption, expose le patient à une résistance au traitement. Or, la non-observance thérapeutique n'a, hélas, rien d'exceptionnel. Tous groupes de populations et de pathologies confondus, il est prouvé qu'un patient flanche au moins une fois par semaine: au bout d'une année, près de 40% de patients adhèrent irrégulièrement, ou plus du tout, à un traitement. Dès lors, «pour-

quoi continuer à rembourser les médicaments?», s'interroge Jean-Michel Métry. D'autant que selon le degré de résistance, une nouvelle prescription thérapeutique est nécessaire, ce qui signifie des coûts de médicaments supplémentaires. «A l'avenir, les assurances-maladie s'orienteront de plus en plus vers la pénalisation des mauvais risques», prévient Jean-Michel Métry. «Notre mission est de trouver les solutions permettant d'inverser cette spirale négative», poursuit-il.

Accompagner le patient

... sans «gendarmer». Partant du principe que «l'angle du patient est le meilleur», Jean-Michel Métry postule qu'il faut créer autour de ce dernier une zone favorable à la thérapie pour la rendre sympathique. Comment? En agissant en amont des coûts de la santé, en motivant et responsabilisant le patient. Une interactivité qui passe par la mise en réseau de tous les partenaires qui gravitent autour du patient, à savoir les médecins, les pharmaciens, les infirmières et, bien

**JEAN-MICHEL MÉTRY,
DIRECTEUR DE PHARMIONIC
(À GAUCHE) ET NICOLAS TILLE,
RESPONSABLE PRODUIT. MAMIN**





Le groupe AARDEX

Ingénieur et docteur en biomédecine, Jean-Michel Métry se targue de plus de vingt ans d'expérience dans le domaine de l'observance thérapeutique. D'abord directeur pour l'Europe d'une société américaine, cet homme entreprenant et visionnaire crée, en 1995, la société AARDEX S.A., et rachète la maison-mère quatre ans plus tard. Avec la fondation, en 2004, de Pharmionic Systems S.A., société basée en Sion, AARDEX S.A. devient AARDEX Groupe. Celui-ci comprend, outre Pharmionic et sa banque de données, la société Hexalog S.A., qui conçoit et développe les logiciels du système Pharmionic, et AARDEX SA, qui commercialise les piluliers MEMS. L'entité séduisante occupe une dizaine d'ingénieurs en microtechnique et en informatique EPF et HES affectés au développement des logiciels et à la production des piluliers. A ce stade, les MEMS offrent une gamme de douze modèles différents, dont un nouveau blister (tablette) électronique mis au point avec la collaboration de plusieurs partenaires. Les ateliers de Sion produisent de 500 à 1 000 pièces par semaine. Sur le terrain, Pharmionic Systems S.A. dispose d'une vingtaine d'agents dans le monde qui prospectent auprès des différents acteurs de la santé – médecins, industrie pharmaceutique, assureurs – et participent à de nombreux congrès médicaux.

sûr, l'entourage proche. C'est dire que le facteur psychologique a ici toute son importance. Dans ce contexte, Pharmionic Systems S.A. propose une approche globale à la fois psychologique, thérapeutique et préventive. Sur la base de données d'observance thérapeutique, la société va trouver le pilulier électronique approprié à un traitement particulier. Le MEMS® (Medication Events Monitoring Systems) – c'est son nom – est muni d'un bouchon électronique qui enregistre la date et l'heure de l'ouverture du pilulier. Transmises à un ordinateur pour visualisation, ces données fournissent au médecin et/ou pharmacien de précieuses indications sur l'adhésion thérapeutique du patient.

L'intelligence Pharmionic

Pour comprendre la dynamique de prise de médicament par le patient, Pharmionic Systems S.A. développe des méthodes statistiques pour l'analyse et l'interprétation de l'historique

des prises de médicaments. La société tient à jour une base de données croissante qui concerne plus de 30 000 patients soumis à des thérapies ambulatoires, sur des durées allant de 30 jours à plusieurs années. Unique en son genre, cette base de données, anonyme et sécurisée précisons-le, est une marque déposée sous le nom de Pharmionic Knowledge Center (PKC®). Elle met en corrélation des données émanant d'essais cliniques et de praticiens de la santé. En un mot comme en cent, Pharmionic Systems SA développe une intelligence derrière tous les acteurs de la santé afin de prévoir dans quelles probabilités un patient va interrompre son traitement. Résolument orientée patient, Pharmionic met ensuite au point des applications complètes – logiciels et piluliers – d'utilisation simple et adaptée à chaque cas. Plus avant, les technologies de l'information offrent un réel potentiel de simplification dans l'utilisation du système Pharmionic. A

cet égard, signalons que la société participe au projet européen MINAmI (Micro-Nano integrated platform for transverse Ambient Intelligence applications): ou quand le téléphone portable intégrera la fonction alarme médicament...

Les informations collectées par Pharmionic – sur quelque 150 sites dans le monde – constituent un véritable observatoire de la santé. Mises en réseau sur une toute nouvelle plate-forme internet, elles sont destinées à favoriser les échanges d'expériences entre professionnels de la santé concernés par la problématique de l'adhésion thérapeutique. En outre, Pharmionic tient à jour une bibliographie de publications relatives à l'utilisation des piluliers MEMS, qui recense l'historique de prises de médicaments de plus 400 000 patients. Dans sa nouvelle stratégie commerciale, Pharmionic Systems S.A. ambitionne maintenant d'offrir l'accès à ces données d'une manière routinière. **FL**

Scintilla SA

en invité d'honneur
Le fleuron de l'outillage
électroportatif du groupe Bosch

Implantée à Saint-Nicolas depuis 1947, l'usine valaisanne de Scintilla S.A. est le fleuron du groupe Bosch dans le domaine des accessoires de l'outillage électroportatif. Elle produit un large éventail de produits «swiss made» destinés à l'industrie et à l'artisanat et distribués dans le monde entier. Des technologies innovantes et des produits de qualité ont propulsé l'usine de Saint-Nicolas parmi les meilleurs fabricants du genre. Depuis 1986, Scintilla S.A. est le siège mondial du secteur «accessoires» d'un outillage connu et reconnu aussi bien par les professionnels que par les bricoleurs amateurs.

Une idée étincelante

Fondée en 1917, Scintilla S.A. à Soleure concentre tout d'abord ses activités sur les techniques automobiles. Puis se diversifie, dans les années 1939-1945, en ajoutant à son programme la fabrication de moteurs électriques pour des appareils électro-

ménagers tels que machines à coudre et autres aspirateurs. C'est à cette période qu'un collaborateur de l'entreprise, Albert Kaufmann, serrurier de génie, a l'idée étincelante de remplacer l'aiguille de la machine à coudre par une scie sauteuse: il venait de trouver LA solution au délicat problème de la découpe circulaire. La trouvaille de Kaufmann est dûment brevetée en 1944 et, en 1947, la première scie sauteuse électrique du monde sort des ateliers de Scintilla S.A.

Pendant ce temps à Saint-Nicolas, une autre étincelle se produit. Emmenée par un président visionnaire et dynamique, Rudolph Bittel, la commune haut-valaisanne caresse des projets de modernisation et de développement économique pour ses administrés. Scintilla songe alors à s'agrandir. La rumeur parvient aux oreilles des édiles, qui se mettent sans tarder sur les rangs. Et en 1947, l'usine valaisanne de Scintilla est implantée sur l'emplacement du Grand Hôtel de Saint-Nicolas.

Leader mondial

La double révolution de 1947 s'est transformée en «success story» à l'échelle mondiale. Définitivement intégrée dans le giron du groupe Bosch en 2005, Scintilla S.A. – avec ses deux sites de Soleure et de Saint-Nicolas – reste néanmoins une entité suisse. Spécialisée dans l'outillage électroportatif et tous ses accessoires, la société occupe, à Soleure, 850 personnes dévolues à la recherche et au développement, à la fabrication et au marketing des outils. Avec plus de 400 personnes, le site de Saint-Nicolas, dirigé par Marzell Chanton, se concentre sur la production des accessoires. Les sites suisses font partie d'un réseau de fabrication de quelque 60 usines implantées aux Etats-Unis, au Brésil, en Malaisie, en Chine, en Inde et, bien sûr, en Europe. Le seul secteur de l'électroportatif et des accessoires représente 6,5% du marché mondial du groupe Bosch et emploie 16 000 personnes. Scintilla développe et produit des



Le groupe Bosch en Suisse

Le groupe allemand Bosch est présent en Suisse depuis 1920, avec l'implantation de la société Robert Bosch S.A. Il est actif dans les techniques de l'automobile (61%), les techniques industrielles (13%), les biens de consommation et techniques du bâtiment (26%). En 1954, il devient actionnaire majoritaire de Scintilla S.A. En 1970, il crée l'Institut de recherche Robert Bosch S.A., à Lonay (VD). Le groupe comprend en outre la société Buderus Technique de Chauffage S.A., qui développe et produit tous systèmes de chauffage et leurs accessoires, la société Bosch Rexroth Suisse S.A., compétente dans le domaine de l'actionnement, la commande et le mouvement, et la société Bosch Packaging Services S.A., spécialisée dans les techniques de l'emballage. Tous secteurs confondus, le groupe Bosch est l'une des plus grandes entreprises privées, avec plus de 271 000 collaboratrices et collaborateurs dans le monde.

outils à la qualité réputée tels que scies sauteuses, scies sabres et perceuses, ainsi qu'un large assortiment d'accessoires, lequel comprend des lames de scies, des disques diamantés, des couronnes dentées, des lames de coupe-haies, des feuilles abrasives, des fraises, des forets. Et la liste n'est pas exhaustive. Car, à l'écoute attentive d'utilisateurs exigeants et avertis, Scintilla complète et perfectionne sa gamme de produits en permanence.

Un savoir-faire unique... et valaisan

La robustesse, la fiabilité et la pré-


cision de l'outillage produit par Scintilla ne doivent rien au hasard. Le seul site de Saint-Nicolas fabrique 920 types de lames de base pour 4500 modèles. Ces accessoires sont issus de machines spéciales construites sur le site même, pour une production automatisée. Près de 900 000 pièces sortent quotidiennement des ateliers haut-valaisans, selon les technologies de fabrication les plus en pointe. Très soucieux sur le label «swiss made» de Bosch, les techniciens de Scintilla sont en recherche constante de qualité et d'innovation. Au rayon nouveautés précisément, Scintilla met actuellement sur le marché quatre types d'accessoires inédits, dont une lame de découpe multifonction qui devrait réjouir les connaisseurs.

Derrière ce savoir-faire unique, il y a plus de 400 collaboratrices et collaborateurs hautement qualifiés et motivés, pour la plupart issus de la région. Car, si elle est active sur le marché mondial, Scintilla est une

entreprise très ancrée dans sa région. Elle travaille ainsi en partenariat avec la Haute Ecole Valaisanne, à Sion, et des entreprises haut-valaisannes, de décolletage et de transport notamment. En outre, elle occupe des handicapés de la Fondation Insieme et de l'atelier Manus, à Brigue, affectés au service de l'emballage; quelques-uns d'entre eux sont d'ailleurs intégrés au site de Saint-Nicolas. Enfin, s'agissant de la formation, Scintilla pérennise la tradition de compétence qui fait sa marque en formant chaque année une vingtaine d'apprentis (tous degrés confondus) aux métiers de polymécanicien, constructeur, automaticien, informaticien, assistant en logistique et commercial. De quoi faire face à un potentiel de progression avéré, puisque Scintilla prévoit d'agrandir le site de Saint-Nicolas l'année prochaine... **FL**



MARZELL CHANTON,
DIRECTEUR DU SITE DE SAINT-NICOLAS.
MAMIN



Vous avez de grands
projets pour votre entreprise

Conseil UBS pour entrepreneurs

Nos équipes de spécialistes qui se consacrent aux entrepreneurs font tout pour que vos investissements privés évoluent de manière avantageuse. Nous connaissons votre situation complexe d'entrepreneur et vous proposons d'élaborer ensemble des solutions de financement et de placement taillées sur mesure. La satisfaction de vos besoins reste à tout moment au centre de nos préoccupations. Notre réseau de spécialistes et le dialogue régulier et intensif avec votre conseiller personnel vous confèrent l'assurance d'avoir le bon partenaire à vos côtés.

www.ubs.com/entrepreneurs

Wealth
Management

You & Us

