

PRIX SOMMET

06 0200620 200200602 020060 0060

Partenaires d'un Valais créatif



Le Nouvelliste

Walliser
☆☆ Bote

The background features a blue sky with white clouds. A large, semi-transparent white grid pattern is overlaid on the sky. In the center, there is a cluster of red and white stars, some of which are stylized to look like birds in flight. At the bottom, there are white circuit-like lines that resemble a network or data flow diagram.

De l'audace
à la réussite



Force d'innovation valaisanne. Le Prix Sommet & nous

Nul hasard si l'esprit d'entreprise et la volonté d'innover retiennent toute notre attention. Nous leur reconnaissons en effet le mérite de créer les conditions nécessaires à une compétitivité économique forte et d'être un solide moteur de croissance. Aussi sommes-nous particulièrement fiers, par la remise du Prix Sommet, de contribuer au dynamisme économique du Valais et à l'éclosion d'idées novatrices dans ce canton.



Impressum

Conception et composition:
Editions
Le Nouvelliste - Sion.
Impression:
Centre d'impression
des Ronquoz - Sion.
Textes:
Françoise Luisier.

And the winner is . . . SWITZERLAND!

Par **Xavier Comtesse**, mathématicien,
directeur romand «Avenir Suisse»

Le rapport annuel du World Economic Forum sur la compétitivité des nations place pour la première fois la Suisse en tête des pays les plus compétitifs du monde.

Dix ans auparavant, nous étions loin de cette enviable position. Comment avons-nous fait pour redresser cette situation de manière si spectaculaire? A vrai dire, rien à première vue qui pourrait le justifier mais plutôt mille actions qui pourraient l'expliquer. En effet, la méthode suisse pour fixer la struc-

ture branlante de l'édifice est toujours la même: nous serrons systématiquement chaque boulon. Ainsi, les Techno-parcs se sont développés sur le territoire, les hautes écoles ont multiplié des offices de transfert technologique, la création de start-ups a été largement encouragée, le capital-risque a acquis ses lettres de noblesse, la formation entrepreneuriale a élargi sa palette d'offres, le coaching et l'aide à l'innovation se sont popularisés ainsi que les concours de business-plan et les prix à l'innovation. Toutes ces actions entreprises d'une manière séparée ont pourtant envahi tout le territoire. En un mot: la Suisse s'est mobilisée. Aujourd'hui, elle en récolte les fruits et ce n'est que justice.

Cependant à mes yeux, un des phénomènes les plus récents qui se distingue de cette plate-forme de mesures est sans doute l'augmentation de cérémonies récompensant et félicitant les meilleurs d'entre nous. Cette approche est totalement inédite et révolutionnaire pour la Suisse. Rappelons-nous qu'auparavant, il fallait soigneusement éviter de sortir la tête du lot de peur de se la faire couper, car l'histoire de Winkelried avait traumatisé trop longtemps le subconscient collectif de la nation. Deux changements profonds marquent désormais l'évolution des mentalités en Suisse: une fierté non contenue pour ceux qui gagnent et aussi le fait que le succès de nos vainqueurs sert désormais de

modèle. Ceci est totalement nouveau et positif.

Ainsi aujourd'hui, des entreprises valaisannes vont être récompensées pour leur capacité d'innovation en recevant le «Prix Sommet». Le signal est clair: elles sont au sommet, les jeunes vont s'en inspirer et nous devons les soutenir avec fierté car l'innovation est notre nouvelle arme pour gagner notre avenir.

Place aux vainqueurs...

X. Comtesse

Les logiciels de BBT-Software au secours des caisses-maladie et accident

Nichée dans le cadre enchanteur du pied du Cervin, BBT-Software est une société informatique absolument up-to-date dans son domaine: la conception et la réalisation de logiciels adaptés aux caisses-maladie et accident. La petite entreprise zermattoise a ainsi développé Valsana, une solution complète en matière d'assurance maladie et accident et un système de gestion des sinistres et des absences et d'analyses de risques appelé Sunet. Deux produits phares de BBT-Software qui hissent l'entreprise valaisanne au rang de leader suisse.

D'un service rendu

Docteur en mathématiques diplômé de l'Ecole polytechnique fédérale de Zurich, Hermann Biner enseigne les mathématiques et l'informatique au collège de Brigue lorsque les caisses-maladie de Viège, Zermatt et Conches l'appellent au secours. Lâchées par un centre de calcul suisse alémanique pour cause de taille insuffisante,

elles ont besoin d'urgence d'une base de calcul pour la gestion de leurs assurés. Assisté de deux étudiants en maturité, Hermann Biner planche sur le projet une année durant. Persuadé qu'il s'acquittait là d'un mandat ponctuel destiné à rendre un service, le professeur Biner poursuit en parallèle son enseignement à Brigue. Nous sommes en 1996. Le service rendu s'avère très vite un joli succès et devient BBT-Software Sàrl. Les deux assistants, qui poursuivent leurs études, deviennent les associés de Hermann Biner. «*Le client est venu avec un besoin: c'est le point de départ de BBT-Software*», précise son patron. Et il est de plus en plus sollicité. L'entreprise se structure réellement en 1999 lorsqu'elle développe Valsana, une solution informatique complète pour les assurances maladie et accident, et Sunet, un système de gestion de sinistres et d'absences et d'analyses de risques destiné aux entreprises clientes des assurances.

Le succès grandissant de ses produits amène BBT-Software à se

transformer, en 2001, en société anonyme (rejointe par un quatrième partenaire). En 2003, elle s'installe dans le technopark de Root, près de Kriens (LU). «*Le siège historique de BBT-Software reste à Zermatt, c'est important*», insiste Hermann Biner, «*mais Lucerne est la capitale des assurances et nous devons être présents sur le marché suisse alémanique.*»

Leader suisse

En offrant à ses clients une gamme de produits sur mesure et constamment mis à jour, BBT-Software s'est taillé une place de leader en Suisse. Les versions Valsana 5 et 5.5 sont utilisées par une quarantaine de caisses de tailles allant jusqu'à 50 000 membres. Valsana Entreprise et Sunet sont spécialement conçus pour la Suva, mais aussi pour des caisses telles que CPT (caisse-maladie de la Confédération) ou CSS; elles sont parmi les quelque 15 000 entreprises utilisatrices de ces produits. BBT-Software a en outre développé Spagat et Scope, des logiciels servant respec-



Hermann Biner, fondateur, directeur. BITTEL

tivement d'outils de simulation de primes et d'analyses comparatives. A la base des produits de BBT-Software, les informaticiens de l'entreprise ont conçu une structure flexible et modulable, BBT Platform[®],

basée sur l'architecture de composants définis avec les partenaires. En quelque sorte le software qui fait des softwares, cette plate-forme est l'idée-force de BBT-Software. Vendu sous licence, ce logiciel est standard à 90%; le solde est complété avec les spécificités propres aux clients. Un produit innovant promis à un bel avenir, si l'on sait que, chez les grandes caisses, la tendance actuelle est à l'achat de tels systèmes.

Le vent en poupe

L'avenir, précisément, paraît souriant pour BBT-Software, qui occupe déjà une bonne partie du marché suisse. «*Et le potentiel est grand*», assure Hermann Biner, «*car les assurances prennent maintenant des options pour 2010.*» Pour l'entreprise de Zermatt, l'avenir passe en outre par Microsoft[®], en pleine stratégie expansionniste en Europe, s'agissant notamment des logiciels liés au domaine de la santé. En devenant le partenaire privilégié et dûment certifié de Microsoft[®] en Suisse, BBT-Software fait office

d'entreprise pilote pour le leader mondial du logiciel d'exploitation. C'est dire que l'horizon s'élargit pour la société zermattoise. La prochaine version de Valsana – Valsana # (Valsana Sharp) – est développée selon la technologie .NET de Microsoft[®], toujours sur la base de BBT Platform[®]. La structure mise au point à Zermatt est par ailleurs applicable à d'autres branches d'assurance et aux caisses de pension, entre autres possibilités. Des perspectives réjouissantes, donc, pour les cinquante collaborateurs de BBT-Software, dont douze à Zermatt. Pour le moment...

Françoise Luisier

Une éthique du management

Guide de montagne et musicien de jazz à ses heures, Hermann Biner est un homme d'éthique. Lorsque sa société a connu ses premiers succès, il avait deux options: soit créer une SA strictement rentable, soit conduire une entreprise sur la durée, en considérant le collaborateur(trice) comme élément indispensable de réussite. Il a évidemment retenu la seconde. Car sa philosophie du management est simple: la satisfaction du client et la qualité de vie et de travail de l'équipe de BBT sont interdépendantes. Les collaborateurs(trices) de BBT sont pour la plupart diplômés d'universités ou de hautes écoles spécialisées. Entre les sites touristiques de Lucerne et Zermatt, ils évoluent dans une structure hiérarchique plutôt horizontale, gage de motivation et d'efficacité. Ils ont d'ailleurs la possibilité de participer au capital-actions de la société, laquelle, précisons-le, est autofinancée à 100%.



MAMIN



La pompe oscillante haut de gamme de GOTEC

Fondée en 1963 par l'industriel allemand Otto Eckerle, l'usine GOTEC a été la première unité industrielle à s'implanter à Sion. D'abord spécialisée dans la seule fabrication de pompes à fuel, GOTEC, en créant son propre bureau de recherche et développement, va connaître par la suite un nouvel essor. Avec l'arrivée de l'un de ses clients phares, l'industriel du nettoyage Kärcher, GOTEC va jouer la carte de la diversification et devenir leader mondial de la pompe oscillante (à liquide essentiellement) haut de gamme.

Le fondateur de GOTEC – Geräte Otto Eckerle – monte sa première usine dans le sud de l'Allemagne en 1935. Alors spécialisée dans l'ingénierie hydraulique, celle-ci sera détruite à deux reprises durant la Seconde Guerre mondiale. Grâce à des contacts en Suisse, l'entrepreneur Eckerle implante une nouvelle usine à Sion, laquelle, dans un premier temps, fabrique des pompes à fuel commercialisées essentiellement en Allemagne par la société

sœur Eckerle Hydraulik. Les affaires se développent et, en 1972, GOTEC modifie son statut en société anonyme.

Le tournant

La fin des années 1980 marque un tournant important dans l'histoire de GOTEC. De nouvelles applications et la perspective de nouveaux marchés amènent GOTEC à se diversifier et à s'émanciper. Entité au statut entièrement autonome, GOTEC Sion rapatrie 80% de ses fournisseurs allemands, en trouve de nouveaux sur place et crée son propre bureau de recherche et développement. Elle puise dès lors dans le réservoir d'ingénieurs formés à l'Ecole d'Ingénieurs du Valais (actuelle HEVs). La diversification est amorcée grâce à l'arrivée de l'industriel du nettoyage Kärcher, en quête de la pompe miracle pour ses appareils de nettoyage et de désinfection. La satisfaction est au rendez-vous puisque GOTEC livre quelque 80 000 pompes par an à son client phare. Et les succès s'enchaînent. Le marché du chauffage et

de la climatisation, en pleine expansion, représente 50% du chiffre d'affaires de GOTEC. Le solde comprend une cinquantaine d'applications différentes que l'on retrouve dans l'électroménager, les distributeurs de boissons, les laboratoires médicaux ou les équipements automobiles.

«La Mercedes de la pompe»

Et il ne s'agit ici ni de chaussures ni de voitures. Ce serait plutôt le credo de Denis Albrecht, le directeur de GOTEC depuis 1991, qui mise sur la précision du «sur mesure». *«En fait, nous faisons tout ce que les autres ne veulent pas faire», déclare-t-il d'emblée. C'est-à-dire le modèle idoine pour une application donnée, si possible pour avant-hier... Le client arrive chez nous avec des idées de prix et de délai souvent peu réalistes. Nous avons deux jours pour le convaincre – la convivialité valaisanne aide – que nous faisons du haut de gamme. Nous assurons la qualité et la longévité de nos produits, grâce à une technologie acier, inox et plastique*



Denis Albrecht, directeur.
MAMIN

éprouvée. Un système de contrôle et de suivi permanent garantit ensuite la traçabilité du produit. Et nous sommes habitués à travailler sous la pression de délais extrêmement courts. Voilà pourquoi nos produits sont trois à quatre fois plus chers que chez nos concurrents, principalement italiens», explique Denis Albrecht.

Pas étonnant, dès lors, que GOTEC soit devenue leader mondial de la pompe oscillante électronique. Près

de 2000 modèles sont ainsi créés par GOTEC pour une production annuelle de 500 000 pièces, dont l'usinage entièrement automatisé et réalisé chez GOTEC se fait la nuit. Outre la pompe oscillante, l'entreprise sédunoise fabrique des pompes à membrane et péristaltiques; elles sont conçues pour de petits débits (200 l/heure) et de petites pressions (15 bars maximum). Anticipant sur les besoins futurs du marché, les ingénieurs de GOTEC viennent de mettre au point la pompe rotative à engrenage intérieur, dûment brevetée, applicable notamment aux machines à café et au chauffage solaire. Un procédé inédit de circuit de refroidissement pour imprimantes est un autre projet sur lequel planchent les ingénieurs «maison».

Prospecter encore et toujours

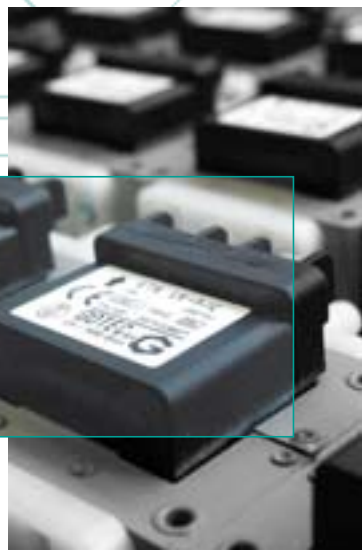
Actuellement, GOTEC réalise 95% de son chiffre d'affaires à l'étranger. Son porte-feuille compte 240 clients répartis dans 25 pays, en Asie, aux Etats-Unis, en Amérique du Sud, en Australie, en Israël et en Europe.

Outre la prospection sur les principales foires internationales, Denis Albrecht et deux ingénieurs des ventes sillonnent le monde pour rencontrer leurs clients. Et les reçoivent en Valais. «Rien ne remplace les contacts personnels avec le client», assure Denis Albrecht, qui voyage plus d'un tiers de l'année. Si GOTEC travaille sur des contrats à court terme, la société n'en prépare pas moins l'avenir. Dès 2008, elle va ainsi doubler la surface de production du site de Sion pour la fabrication des boîtiers en fonte des pompes à engrenage. Ceux-ci iront approvisionner la sœur allemande de GOTEC, Eckerle Hydraulic Division. L'agrandissement est prévu sur trois ou quatre ans. Une évolution que ne renierait pas le fondateur de GOTEC, feu Otto Eckerle, décédé l'année dernière à l'âge de 90 ans.

FL

Une entreprise sociale

Si Denis Albrecht cultive la convivialité dans ses relations d'affaires, il fait de même au sein de l'entreprise. En vrai meneur, il a su créer l'ambiance familiale propre à motiver les soixante-deux personnes, dont trente-cinq femmes, œuvrant chez GOTEC. Un capital humain où sont représentées 14 nationalités différentes. Outre les collaboratrices et collaborateurs affectés à la production, GOTEC dispose de son propre centre de recherche et développement où cogitent sept ingénieurs, dont quatre issus de la HEVs. En outre, GOTEC consacre 200 000 francs par année à la formation. L'entreprise forme en continu dix à douze apprentis, dûment encadrés, dont certains suivront la filière HEVs. Actuellement, huit apprentis polymécaniciens et un constructeur de machines apprennent leur métier en travaillant sur des prototypes. Un apprenti employé de commerce et un gestionnaire en logistique sont également formés chez GOTEC.



La technologie Thermoplan pour la star du café

Petit groupe, grands effets. C'est en quelque sorte la devise de l'entreprise familiale suisse Thermoplan, leader mondial de la machine à café professionnelle. Fournisseur exclusif de la chaîne américaine Starbucks depuis quelques années, Thermoplan conçoit ses machines, dont la technologie unique est dûment brevetée, en plein cœur du vignoble valaisan, dans son centre de recherche et développement de Saint-Pierre-de-Clages. Construit en 2002, le bâtiment aux lignes sobres, parfaitement intégré à l'environnement, abrite un vaste bureau paysage conçu comme un espace de créativité propre à inspirer les sept collaborateurs de la «boîte à idées» valaisanne de Thermoplan.

Une philosophie

L'histoire de Thermoplan commence en 1974, lorsque son fondateur Domenic Steiner, alors chef de projet aux CFF, se met en tête de trouver des idées pour les professionnels de la gastronomie.

Constamment à l'affût de leurs besoins, il met ainsi au point diverses technologies pour cuisines professionnelles. Jusqu'au jour où il développe LA machine à crème chantilly que tout le monde attendait. Cette innovation marque les débuts de l'ère industrielle de Thermoplan. En 1990, Domenic Steiner construit la première usine de Thermoplan dans le site enchanteur de Weggis (LU) où, aujourd'hui encore, elle reste la seule industrie de la région. Entrepreneur dans l'âme, le patron de Thermoplan n'en reste pas là. Fort du succès de la machine à chantilly, il répond à une nouvelle demande en fabriquant une machine à produire de la mousse de lait et du cappuccino au procédé unique. Nouveau succès. Car c'est cela, la philosophie Thermoplan: avoir une idée d'avance pour proposer à ses clients le produit dont ils rêvaient sans trop y croire. Et en faire un succès durable.

Technologie valaisanne

Domenic Steiner poursuit sur sa lancée et caresse un nouveau pro-

jet: fabriquer des machines à café. Il rencontre alors – nous sommes en 1994 – les frères Jean-Paul et Bernard In-Albon, techniciens indépendants à Ardon. Les Valaisans mettent au point une technologie inédite de modules par fonction: mécanique, hydraulique, électrique, infusion du café, lait. La Black & White est née. Cette machine entièrement automatique séduit immédiatement les professionnels par sa simplicité d'utilisation et de maintenance sur site. Le succès est tel que, en 1999 déjà, l'entreprise suisse attire l'attention de la chaîne américaine de distribution de café Starbucks, à la recherche d'une machine automatique. L'affaire est conclue et la production commence sur le site de Weggis. Le «coup» Starbucks fait littéralement exploser le chiffre d'affaires de Thermoplan, qui construit une deuxième unité de production à Weggis en 2001. Une succursale existe déjà en Allemagne et, en 2003, Thermoplan inaugure le site de Reno, aux Etats-Unis.

Pour faire face aux nouveaux défis, le bureau technique doit s'agrandir.



Jean-Paul In-Albon, directeur technique et développement. MAMIN

Grâce à la HEVs et aux ingénieurs qu'elle forme, les ressources humaines sont tout de suite disponibles. Ces forces nouvelles permettent à Thermoplan de lancer de nouveaux projets, notamment un nouveau modèle personnalisé construit pour Starbucks. Les ingénieurs de Saint-Pierre-de-Clages sont devenus, en plus de leurs connaissances propres, des spécialistes du café. Ils suivent leurs machines à la trace grâce à l'informatique et procèdent à des tests de performance 24 heures sur 24. «Le café est une denrée délicate à tra-

vailler; la qualité d'un bon café dépend de facteurs tels que l'eau, la machine, la torréfaction et le climat», précise Jean-Paul In-Albon, devenu depuis directeur technique de Thermoplan.

La fiabilité du «swiss made»

Les machines à café représentent 90% du chiffre d'affaires de Thermoplan, dont le marché est presque entièrement destiné à l'exportation: Europe, Etats-Unis, Asie, Afrique et, depuis peu, Amérique du Sud. «Le marché de l'espresso est en continue expansion dans le monde», souligne Jean-Paul In-Albon. C'est dire que le distributeur américain, actif dans plus de 30 pays, est convaincu de la fiabilité des machines «swiss made». Et, chez Thermoplan, on ne transige pas sur la qualité. Outre la rapidité et la flexibilité de production, Thermoplan assure contractuellement un service de maintenance aussi exclusif que ses machines. S'agissant de la fabrication, les machines sont assemblées dans les usines de Weggis avec des composants sous-traités auprès de

fournisseurs suisses, et valaisans, à 90% (environ 300). De 1000 il y a dix ans, la production s'élève actuellement à 8300 machines par année. En Suisse, Thermoplan occupe 125 collaborateurs et sait pouvoir compter sur 1000 revendeurs dans le monde.

Si Thermoplan est largement tributaire des ambitions de son client phare Starbucks, elle ne met pas pour autant tous ses œufs dans le même panier. Elle équipe aussi les restaurants et cafétérias de clients qui ont pour noms McDonald's, IKEA, Compass, Air France, Renault ou Burger King. Notons à cet égard que la firme suisse vient de renouveler ses contrats avec Starbucks et IKEA jusqu'en 2010. Par ailleurs, le succès de ses précédentes inventions ne se dément pas tant leur technologie est régulièrement actualisée. Enfin, dernière nouveauté, Thermoplan vient de lancer une machine à café avec un système révolutionnaire et breveté «Thermofoam», une nouvelle dimension dans l'art de chauffer et de faire mousser le lait. Une créa-

tion qui vise un segment de marché situé entre le privé et le professionnel. La fabrication de la Tiger – c'est son nom – va induire la construction d'une troisième usine à Weggis. Et les ingénieurs de Thermoplan fourmillent de projets.

Stratégie du long terme

C'est dire que, chez Thermoplan, l'on ne se repose guère sur les lauriers récoltés jusqu'ici. De fait, les concepteurs de Thermoplan ne dorment jamais. Et l'abus de café n'est pas en cause. Fidèle à sa philosophie de «une idée d'avance», le visionnaire Domenic Steiner mise sur le long terme: en motivant ses troupes, en cultivant des relations de confiance avec ses partenaires clients, fournisseurs et revendeurs et, bien sûr, en réinvestissant constamment pour maintenir sa position de leader. Le succès de ses machines révolutionnaires est donc indispensable à la progression de l'entreprise, laquelle entend bien rester de dimension familiale à travers le petit-fils de Domenic Steiner, prêt à en assurer la pérennité. **FL**



PRIX SOMMET

06 0200620 200200602 020060 0060

De l'audace à la réussite

à nouveau prometteuse



Au terme de l'édition 2005 du Prix Sommet, le trio partenaire de l'opération – UBS, «Le Nouvelliste» et le «Walliser Bote» – décidait de poursuivre dans la thématique «produits et services à forte valeur ajoutée». La teneur de cette édition a une nouvelle fois tenu ses promesses. Le potentiel créatif et innovateur de PME aux activités high tech très pointues paraît, de fait, inépuisable. Ce renouveau dans la continuité promet donc la découverte de nouvelles perles pour Sommet 2006. Car, au pays du Cervin et de la race d'Hérens, il existe des entreprises, souvent méconnues du grand public, qui développent des produits ou services issus de concepts novateurs, très performants sur leur marché-niche, aussi bien au niveau suisse qu'international. Par la qualité et l'originalité de leurs prestations, ces PME contribuent au rayonnement d'un Valais résolument moderne et entreprenant. Cette année, le choix de la commission de sélection du trio partenaire s'est porté sur cinq nouveaux candidats et un invité d'honneur qui répondent à ces critères d'innovation, de qualité et d'audace entrepreneuriale, à savoir: BBT-Software à Zermatt, Atelier Marcus Marienfeld à Brigue, netplus.ch, Gotec S.A. à Sion, Thermoplan S.A. à Saint-Pierre-de-Clages et, en invité d'honneur, le département de biotechnologie de Lonza Group à Viège. Chacune de ces entreprises a été présentée à travers des articles rédactionnels parus ces derniers mois dans les quotidiens partenai-

res, «Le Nouvelliste» et le «Walliser Bote».

Le Prix Sommet 2006, d'une valeur de 10 000 francs auxquels viendront s'ajouter des prestations de la direction du Développement économique du canton du Valais (DEVS), sera attribué par deux jurys: le grand jury composé de neuf membres issus des milieux économique et politique, ainsi que du trio partenaire de Sommet, et le jury public, constitué des lecteurs des quotidiens partenaires. Précisons que les membres du grand jury sont MM. Jean-René Fournier, conseiller d'Etat, Bernard Donzé, administrateur, Eric Fumeaux, président de la Commission fédérale Technologie et Innovation (CTI), Eric Meizoz, directeur de Publicitas Valais, Ferdinand Mengis, Mengis Druck und Verlag, Stéphane Mischler, de Lonza AG, Manuel Leuthold, chef UBS Suisse romande, Georges Nendaz, chef UBS Valais romand, et Jean-Pierre Mathieu, chef UBS Haut-Valais. Quant au public, il est invité à voter au moyen du bulletin inséré dans le présent cahier récapitulatif. Chacun des deux jurys disposera d'un quota de 50 points au maximum à attribuer aux cinq candidats. Le prix sera décerné au candidat ayant obtenu le maximum de points. La soirée de remise du prix se déroulera jeudi 23 novembre prochain à la halle polyvalente de Conthey. M. Stefan Borgas, CEO de Lonza Group, sera l'orateur de cette grande rencontre. Quant à l'édition 2007 du Prix Sommet, elle réserve assurément de nouvelles bonnes surprises... **FL**



SURFEZ ONLINE SUR VOTRE JOURNAL !

**En vacances ou en déplacement,
restez informés partout en Suisse
et dans le monde grâce à votre
journal online !**

- édition complète du journal au format PDF
- lecture sur écran ou après impression

Abonnez-vous en toute simplicité à l'adresse internet
www.lenouvelliste.ch et profitez immédiatement de
votre journal.

Le Nouvelliste
— ONLINE —

- abonnement annuel: Fr. 300.-
- abonnement pour 30 sessions: Fr. 50.-
- autres types d'abonnement sous www.lenouvelliste.ch

Tarifs spéciaux pour les abonnés à l'édition imprimée.
L'accès est immédiat après acceptation de votre paiement
par carte de crédit.

www.lenouvelliste.ch

«Nous continuerons à investir à Viège!»

Le CEO de Lonza, **Stefan Borgas**

est formel, le site haut-valaisan est stratégique pour son groupe: pas question de le laisser stagner

Entretien: Bernard-Olivier Schneider

Stefan Borgas a pris les rênes de Lonza il y a un peu plus de deux ans. Depuis, le groupe flambe, les résultats sont époustouflants. Aux yeux des collaborateurs viégeois, le patron allemand est carrément synonyme de renaissance. Entretien avec un CEO charismatique, qui sait maîtriser l'économie comme son violoncelle...

– **Quelles sont les forces et les faiblesses de Lonza?**

– Ses forces: les hommes et les idées. Nous laissons beaucoup d'espace de liberté à nos collaborateurs, ce qui les dope. Nos faiblesses: à l'échelle mondiale, nous sommes une petite firme, sur le plan du capital comme du nombre des employés.

– **Comment se porte le site de Viège?**

– Très bien. Nous sommes dans une belle phase de croissance, avec de gros investissements dans la chimie haut de gamme et la biotechnologie. Je ne vous cache pourtant pas que certains secteurs sont menacés: parce qu'ils ne sont plus concurrentiels. Il faudra peut-être les boucler rapidement. Mais il ne devrait pas y avoir de conséquence

nette sur l'emploi. Pour nous, c'est clair, Viège est un site stratégique.

– **Quand doit démarrer la nouvelle unité biotech?**

– En principe le 15 novembre. Nous ferons un produit test, qui devra être certifié par les autorités sanitaires suisses, européennes et américaines. Cela prendra six bons mois. Nous élaborons la molécule active d'un médicament qui servira à combattre la maladie de Crohn et aussi l'arthrite. Le potentiel est énorme. Cette unité comptera quelque 140 collaborateurs.

– **Lonza fait d'excellents résultats financiers, mais l'action ne bondit pas en bourse. Pourquoi?**

– Il ne faut pas paniquer si une action ne bouge pas sur six mois.



LONZA

Une entreprise et sa direction sont en principe là pour travailler sur le long terme. Dans notre cas, la stagnation de l'action depuis mars dernier s'explique. 40% de nos actionnaires sont américains. Or, aux Etats-Unis, les «value investors», qui tablent sur le profit à court terme, sont en train de vendre, tandis que les «growth investors», qui misent sur la croissance de l'entreprise à long terme, disons six ou sept ans, sont en train d'acheter. Bref, il y a un changement de notre actionnariat. Dans une période comme ça, le cours ne bouge pas. Cela dit, promis, on va avoir des résultats à la fin de l'année qui ne manqueront pas de pousser l'action à la hausse!

– **Qu'est-ce qui vous a amené à choisir Lonza?**

– Au poste que j'occupe, je dirai plutôt que c'est Lonza qui m'a choisi. Cela étant, l'entreprise a une énorme réputation, c'est véritablement la Rolls Royce de la chimie fine! Je suis à sa tête depuis deux ans et demi, je ne l'ai jamais regretté. Avant, j'étais chez BASF. Un géant et pour cela différent en culture. Aujourd'hui, je me sens en quelque sorte libéré. Il est plus facile de faire bouger le navire. D'autant que le personnel est à la fois réceptif et motivé.

– **Quels sont vos liens réels avec le Valais?**

– C'est la Lonza! Cela étant, je viens désormais tellement souvent que je m'attache à ce petit coin de paradis. Avec ma famille, nous y skions d'ailleurs de plus en plus souvent.

– **Combien de langues maîtrisez-vous?**

– Trois, l'allemand, le français et l'anglais. Plus les rudiments qui me permettent de survivre dans un restaurant italien, espagnol, japonais et chinois...

– **Les loisirs?**

– J'essaie d'avoir du temps libre, j'y réussis souvent. Avec ma famille, on skie, on part à la découverte des grandes villes d'Europe. On va au concert et on fait de la musique. Je joue du violoncelle depuis l'âge de 8 ans.

– **Est-ce que vous êtes engagé sur le plan politique?**

– Pas dans un parti! A mes yeux, la politique représente un moyen d'arriver à un but. On devrait la prati-

quer pour le bien commun: avoir une économie qui tourne et s'occuper des plus faibles parce qu'on ne naît pas avec les mêmes chances et les mêmes atouts. C'est valable ici, mais aussi dans le monde entier. Je me méfie des tactiques politiciennes. Au final, c'est chaque citoyen qui devrait exercer davantage son pouvoir, en écartant ce qui ne lui convient pas.

– **Où avez-vous grandi?**

– Je suis né en 1964, à Krefeld et j'ai grandi aux alentours de Mainz, au bord du Rhin. Plus tard, mes parents ont déménagé à Reims, en Champagne. J'y suis resté quelques années, le temps d'apprendre le français... Je suis retourné en Allemagne, puis à Saint-Gall pour y étudier l'économie.

PRIX SOMMET

06 0200620 200200602 020060 0060

Les cinq partenaires de Netplus.ch S.A..
De gauche à droite: Jean-Marc Revaz, Sinergy S.A.,
André Besson, Sateldranse S.A.,
René Murisier, SEIC et Télédis,
Nicolas Antille, Télévision Sierre S.A.,
et Raphaël Morisod, Télé réseau de la Ville de Sion
et Télé distribution intercommunale S.A..

Le tiercé gagnant de Netplus

En proposant le Triple Play à ses clients, Netplus fait particulièrement fort en cet automne 2006. Concrètement, cela signifie que le client dispose, avec une seule et même prise, de la télévision, de l'internet ET de la téléphonie. Une offre séduisante qui devrait brancher tous les internautes connectés via le télé réseau. Et cette nouvelle prestation des partenaires de Netplus n'est pas forcément trois fois plus chère.

Partenariat bien compris

L'union fait la force, c'est bien connu. Entrevoyant et prévoyant les perspectives multimédia qu'offrirait la fibre optique et le câble coaxial, les câblo-opérateurs de Télévision Sierre S.A., l'Antenne collective de la Ville de Sion, Sateldranse S.A. et du Service électrique intercommunal S.A. (SEIC, à Vernayaz) signent, en 2000, une convention de collaboration et créent l'association Netplus. Sous cette appellation, les nouveaux partenaires développent alors toute

une gamme de produits d'accès à l'internet par le télé réseau. Dès son lancement, au début 2001, Netplus compte 2500 clients connectés à l'internet. En 2003, avec le rachat de Télédis Monthey par le SEIC, la zone de distribution de Netplus s'étend au Chablais valaisan et vaudois. En 2004, le télé réseau de Martigny et la région par Sinergy Commerce S.A. (connecté à l'internet depuis 1996, soit dit en passant) rejoint l'association, laquelle est transformée, la même année, en société anonyme pour devenir Netplus.ch S.A..

«Le partenariat de Netplus porte sur des coopérations d'ordres technique, financier et marketing de la marque. Nous avons une comptabilité commune s'agissant des frais financiers, des frais d'entretien et d'investissements communs. Nos services sont entièrement autofinancés», précise Nicolas Antille, directeur délégué de Netplus. «Au niveau du fonctionnement, chaque télé réseau s'occupe de ses clients dans sa zone de distribution», ajoute-t-il.

Des produits attractifs

De 2001 à ce jour, le nombre de clients de Netplus a décuplé pour atteindre les 25000. «Et le potentiel maximum est de 85000 pour l'ensemble des télé réseaux mais il sera difficilement atteignable vu la concurrence», estime Nicolas Antille. C'est que, depuis son lancement, Netplus n'a eu de cesse d'améliorer l'attractivité de ses offres. Des offres à vitesses diversifiées et à consommation illimitée adaptées aux besoins de la clientèle, privée et professionnelle. Surtout privée. Car les particuliers constituent l'essentiel de la clientèle de Netplus. Un constat qui a amené le câblo-opérateur valaisan la société à affiner encore l'offre, en proposant des produits – quatre à ce jour – qui vont du «petit» particulier au «gros» professionnel. S'agissant des grandes entreprises, précisons que Netplus propose des solutions globales de connexion informatique. Netplus est ainsi le partenaire privilégié de l'Etat du Valais avec une offre complète de



NETPLUS.CH

raccordement informatique destiné aux communes du Valais romand desservies par le télésexeau. Cette offre exclusive permet à celles-ci un accès facilité aux services de l'Etat.

Triple Play, deuxième en Suisse

Poursuivant sur sa belle lancée, Netplus ajoute maintenant à ses produits la téléphonie par le télésexeau. C'est-à-dire qu'avec une seule et même prise et un seul abonnement, les clients des télésexeaux partenaires peuvent, simultanément, téléphoner, surfer sur le web et regarder la télévision. Après le câblo-opérateur Cablecom, Netplus est le deuxième en Suisse à proposer une telle offre avec ses propres équipements. A cet égard, Nicolas Antille précise que Netplus avait le choix: «*Soit nous concluons un accord de partenariat avec Cablecom, soit nous investissons pour nous équiper entièrement.*» Netplus a opté pour la deuxième solution, qui comprend aussi l'achat de minutes de conversation auprès de points d'interconnexion sis à Zurich et Genève. Coût de l'investisse-

ment: deux millions de francs. L'indépendance a donc un prix. Celui qui permet d'abandonner le réseau «pair cuivre» de Swisscom et d'offrir, point non négligeable, des postes de travail à haute valeur ajoutée.

Simple et avantageux

Concrètement, l'installation chez le client n'occasionne pas de chamboulement majeur, à condition, bien sûr, d'être raccordé à l'un des télésexeaux partenaires. L'utilisateur peut garder son ou ses appareils téléphoniques actuels et son numéro de téléphone. Le télésexeau fournit un seul modem pour la connexion internet et téléphonique. Ce nouveau produit de Netplus se veut accessible au plus grand nombre. Avec une taxe mensuelle de 20 francs, Netplus offre le raccordement téléphonique le plus avantageux du marché. Si l'on sait que les tarifs de communication sont nettement inférieurs à ceux de l'opérateur national, l'on comprend vite l'intérêt qu'il y a à opter pour la téléphonie par le télésexeau (par exemple, 3,5 ct/min vers le réseau de Net-

plus). Et Netplus propose toute une série d'offres modulées combinant l'accès à l'internet et au réseau téléphonique à partir de 35 francs/mois.

Esprit service public

Cette nouvelle prestation de Netplus ouvre d'intéressantes perspectives s'agissant, notamment, des réseaux téléphoniques d'entreprises. «*Dans une phase ultérieure de développement, nous pourrions offrir des centraux téléphoniques virtuels et proposer la visiophonie*», annonce Nicolas Antille. «*Mais nous ne perdons pas de vue notre mission de service public, à savoir offrir à nos clients l'accès aux technologies de l'information à des conditions attractives*», ajoute-t-il. Même à très haut débit? S'il admet qu'il est techniquement possible de pousser encore la vitesse de transmission, Nicolas Antille avoue ne pas trop y croire pour l'instant, car l'offre ne suit pas forcément. On l'aura compris, Netplus entend surtout rester à l'écoute des besoins de sa clientèle. **FL**

Les partenaires fournisseurs de Netplus

Télévision Sierre S.A.
(c/o Sierre Energie SA)

Télésexeau de la Ville de Sion et Télédistribution intercommunale S.A.
(c/o Energie de Sion Région S.A.)

Sinergy Commerce S.A.

Service électrique intercommunal S.A. et Télédis S.A.

Sateldranse S.A.

www.netplus.ch

Les lunettes-bijoux de Marcus Marienfeld

Les lunettes sont, soit un objet strictement utilitaire, soit un accessoire au moins aussi important que la tenue que l'on porte. L'orfèvre de la lunette Marcus Marienfeld «roulerait» plutôt dans la seconde catégorie. C'est dans son atelier de Ried-Brigue, véritable écrin de verdure baigné de lumière, que sont conçues et réalisées des bijoux de lunettes, produites à la main en pièce unique ou en séries (très) limitées. Titane, corne de buffle, métaux précieux et, pourquoi pas, diamant constituent les matières premières de l'artisan Marienfeld dont les maîtres mots sont esthétique, exclusivité, qualité et service.

Vacances prolongées...

L'Allemand Marcus Marienfeld est tombé amoureux des Alpes suisses lorsqu'il venait faire du ski à Belalp durant les vacances de Pâques. Orfèvre et sertisseur de formation, il était alors occupé par un atelier de joaillerie dans son pays d'origine. En 1988, les vacances se prolongent

à Brigue où une orfèvre de la place, qui avait aussi besoin de vacances, le sollicite pour un remplacement de deux semaines dans son atelier-magasin. «*J'ai eu deux semaines pour apprendre le dialecte haut-valaisan*», plaisante Marcus Marienfeld. La collaboration durera quatre ans, soit jusqu'en 1992, année où il décide de se lancer à son propre compte: «*Je voulais absolument faire de la création*», déclare-t-il. Pendant deux ans, il crée des collections de bijoux, sur des thèmes très divers, pour des marques de prestige.

Le petit artisan des Alpes

Mais l'artisan Marienfeld ressent le besoin d'élargir sa palette créative. En 1994, il crée ainsi sa première lunette, en bois d'ébène et or. Elle sera le prélude à des collections renouvelées chaque année. «*Dès qu'une idée me traverse l'esprit, je la dessine et la modélise sur ordinateur, avant de la réaliser en atelier*», explique Marcus Marienfeld. Sa double formation d'orfèvre et de sertisseur lui permet d'obtenir la

monture qui correspond exactement au verre. Une précision qui garantit une rapidité d'exécution inégalée. L'originalité et le savoir-faire uniques du petit artisan des Alpes ne tardent pas à être remarqués par le milieu très restreint des opticiens. Une exclusivité à laquelle tient par-dessus tout Marcus Marienfeld. Ce sont ainsi 250 opticiens dans le monde, dont 150 en Europe, qui connaissent et reconnaissent la griffe Marienfeld. Un partenaire suisse exclusif assure la distribution des lunettes entièrement faites à la main dans l'atelier de Ried-Brigue. Quelque 8000 pièces produites annuellement sont vendues dans la plupart des pays européens, mais aussi en Australie, aux Etats-Unis et en Asie. Elles vont de la pièce unique fabriquée pour satisfaire une demande particulière à la série de 100 lunettes au maximum. Le lunetier Marienfeld crée une douzaine de modèles par an.

Génial titane

Marcus Marienfeld n'utilise que des matériaux naturels et des métaux



Marcus Marienfeld, fondateur, directeur. BITTEL

nobles: l'or et le platine pour leur pureté, la corne de buffle parce qu'il s'agit d'une matière changeante. Et bien sûr, le titane. «C'est un matériau génial», s'enthousiasme Marienfeld. «Il est à la fois léger, solide, stable, malléable et anti allergique», poursuit-il, en précisant encore qu'ils ne sont que trois à le

travailler en Europe. Outre la convexité parfaite du verre, la souplesse du titane permet un ajustage extrêmement fin des branches et des charnières. Si toutes les lunettes Marienfeld sont munies de charnières en titane, ce matériau inspire en outre au créateur de Ried-Brigue diverses combinaisons pour les montures. Ainsi vient-il de concevoir une collection de lunettes alliant pour la première fois titane et corne de buffle. Car la ligne caractéristique des lunettes Marienfeld, plutôt sobre et classique, se décline en cinq nouvelles variations par an. De quoi satisfaire une clientèle changeante et exigeante. Marcus Marienfeld l'a bien compris, qui ne transige ni sur l'esthétique ni sur la qualité de la manufacture. Le succès, au rendez-vous, est à ce prix.

Le Valais, si exotique!

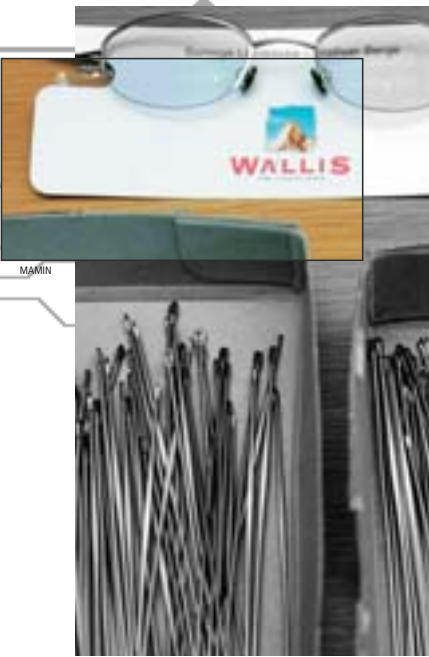
Non content de créer des lunettes à succès, Marcus Marienfeld attache une importance primordiale au service à la clientèle. Constamment à l'affût de nouveauté, celle-ci revient régulièrement à Ried-Brigue, cer-

taine de trouver LA lunette originale. Des liens conviviaux se sont ainsi tissés au fil des années entre Marcus Marienfeld et ses clients-opticiens. L'orfèvre-lunetier organise ponctuellement des présentations-événements dans son atelier aménagé comme un véritable espace culturel. Et lorsqu'on lui demande pourquoi le Valais, la réponse fuse: «Le Valais est si exotique!» La situation au cœur des Alpes suisses est pour lui le meilleur argument marketing: «La marque Valais véhiculée à travers l'image du Cervin est plus porteuse que le «swiss made» fait en Corée», professe-t-il.

Innovation technologique dans le domaine médical

Si Marcus Marienfeld n'entend pas grandir en dimension – l'atelier occupe cinq personnes avec lui – il fourmille néanmoins d'idées. Outre le renouvellement de ses collections, ce créatif intarissable propose deux nouveautés importantes. Il a ainsi mis au point à l'intention des malentendants la lunette qui inté-

gre un dispositif auditif entièrement électronique et absolument invisible. Celui-ci consiste en deux micros placés de chaque côté des verres qui restituent en stéréo les sons ambiants, lesquels sont acheminés à un autre micro placé sur l'extrémité de l'une des branches, derrière l'oreille. Précisons que ce système est adaptable à tous les modèles Marienfeld. Enfin, les lunettes-loupes en titane destinées aux médecins, chirurgiens et dentistes constituent l'autre nouveauté 2006 sortie des ateliers de Ried-Brigue. Sur mandat d'un investisseur britannique, Marcus Marienfeld en a réalisé tout le concept. Commercialisées dès cet automne, ces jumelles médicales font déjà l'objet d'un millier de commandes. Il s'agit là d'une véritable innovation technologique, qui marque une avancée majeure dans le développement de l'atelier Marcus Marienfeld. C'est dire que, pour le petit artisan des Alpes, il y a encore de beaux jours derrière le Cervin...



Invité d'honneur

Lonza Group

leader de la biopharmacie et des synthèses exclusives

Avec vingt-trois sites de production et centres de recherche et développement dans le monde, Lonza Group est l'un des leaders de l'industrie chimique et biotechnologique. En termes d'emplois, cela représente plus de 6000 collaborateurs, dont environ 2500 aux usines de Viège. Lesquelles ont le vent en poupe grâce au bond spectaculaire de la biopharmacie microbienne et des synthèses exclusives. Et le potentiel est tel que le groupe bâlois construit actuellement une nouvelle usine de biotechnologie microbienne sur le site de Viège, grâce au contrat à long terme passé avec la firme belge UCB. Lonza s'engage donc résolument sur la voie de l'industrie des sciences de la vie.

De l'électricité à la biopharma

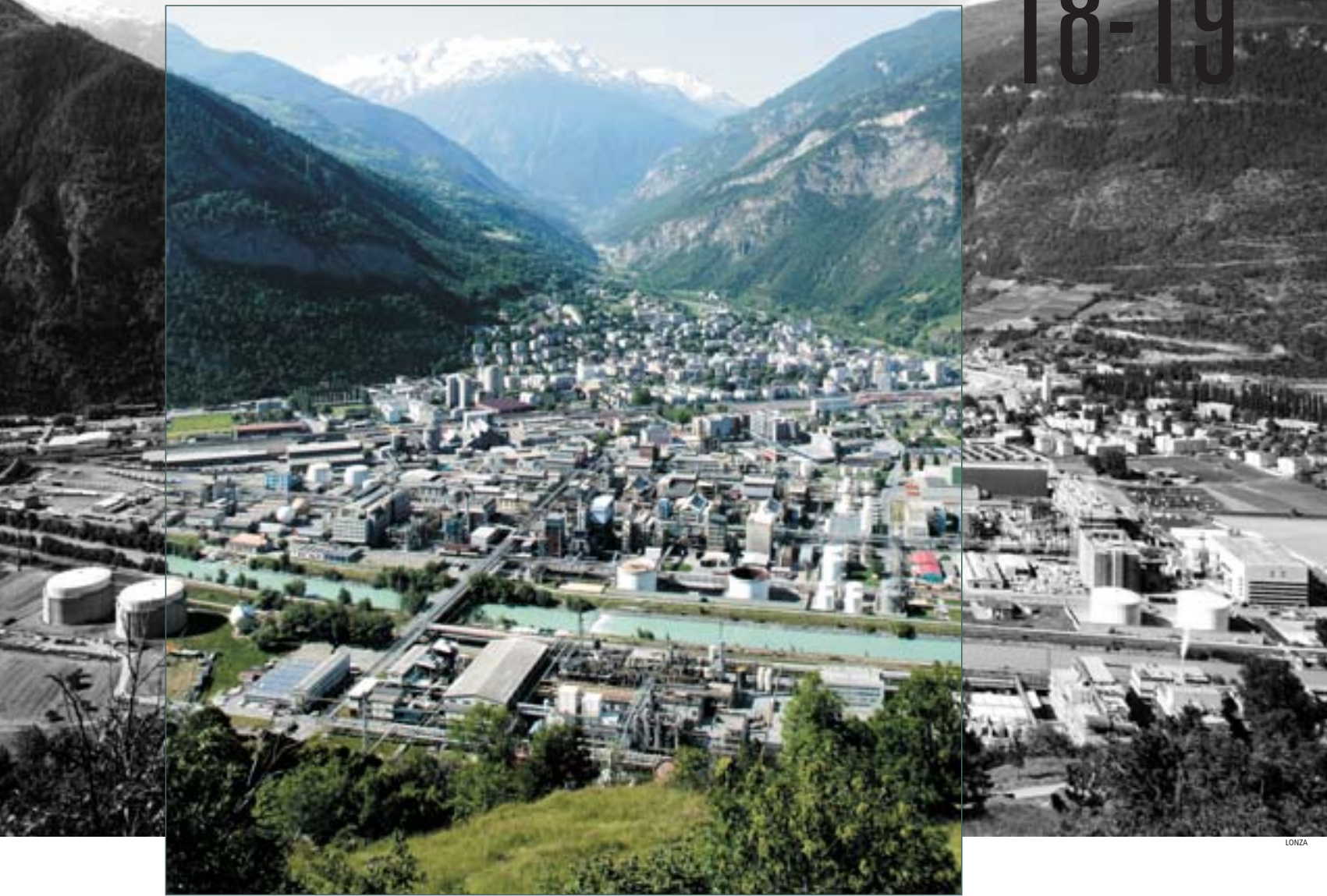
En cette fin du XIXe siècle, la révolution industrielle suscite bien quelque résistance, dans le Haut-Valais comme ailleurs. De fait, les fondateurs de Lonza ont dû s'y prendre à deux fois pour obtenir le droit d'ex-

ploiter les eaux de la rivière Lonza. C'est donc en 1897 que sont fondées les Forces motrices de Lonza S.A. à Gampel, point de départ d'une relation indéfectible entre le Valais et Lonza. La centrale hydro-électrique de Gampel fournit l'électricité nécessaire à la production de calciumcarbid et d'acétylène. Dix ans plus tard, Lonza ouvre une usine à Viège et fabrique des engrais chimiques produits à partir d'azote, d'ammoniac et de calciumcarbid. Au cours du XXe siècle, Lonza ne cesse de se diversifier. A côté de la traditionnelle chimie organique de base, les laboratoires de recherche et développement de Lonza planchent sur de nouvelles synthèses de substances actives très complexes. Il en résulte des produits exclusifs issus d'une technologie de pointe et assortis de prestations ultraperformantes, destinés aux marchés internationaux de l'industrie pharmaceutique et de l'agroalimentaire essentiellement.

Le virage biotechnologique

Lonza amorce le virage de la bio-

technologie au début des années quatre-vingt, en créant une unité de recherche et développement qui travaille à des synergies entre des synthèses organiques et la biotransformation de petites molécules. Lonza investit ensuite dans une installation pilote de fermentation, à Viège, où elle n'utilise alors que des bactéries et des levures. Les produits issus de ces recherches entreront dans la composition de produits alimentaires et d'additifs alimentaires et de cosmétiques notamment. Poursuivant sur sa lancée expansionniste, le groupe bâlois acquiert, en 1992, une usine de fermentation en République tchèque où sont traités tous les produits non injectables. En 1996, Lonza rachète la part britannique du groupe Celltech Biologics (Grande-Bretagne et Etats-Unis), spécialisé dans la culture de cellules animales. C'était en quelque sorte le chaînon manquant pour opérer des synergies entre la recherche sur les bactéries et les levures et sur les cellules animales. Parallèlement, un nouveau bioréacteur est installé à



LONZA

Viège. La révolution biotechnologique est bel et bien en marche. La division biopharmaceutique de Lonza se concentre dès lors sur la production de protéines thérapeutiques et d'anticorps monoclonaux (détecteurs de cellules anticancer) basés sur la culture de cellules animales et les cultures microbiennes.

Une stratégie ambitieuse

En misant sur l'industrie des sciences de la vie, Lonza adopte une stra-

tégie de croissance à long terme. L'avenir du groupe passe donc par le développement du secteur de la biopharmacie qui apparaît bien comme le plus prometteur. Dès lors, Lonza consent de gros investissements pour rester innovatif et compétitif, non seulement sur le site de Viège, mais aussi sur les plates-formes de Portsmouth (USA) et de Singapour. Lonza renforce ainsi sa position en Europe, aux Etats-Unis et en Asie.

Outre la division phare de la biopharmacie, Lonza ne néglige pas pour autant ses deux autres secteurs. Le groupe est aussi fortement positionné dans la chimie organique fine et la division des polymères intermédiaires. A terme, Lonza a décidé de réduire sa participation dans la division polymères intermédiaires en l'introduisant à la bourse italienne. Les démarches pour la cotation annoncée progressent comme prévu. Lonza a l'intention de garder une prise de participation minoritaire. L'autorisation de l'instance d'admission de la bourse italienne est attendue pour octobre

2006. La décision de procéder à la cotation se fera en fonction des conditions du marché.

Viège, le «porte-avions» de Lonza

Le secteur biopharmaceutique de Lonza est donc en pleine croissance. Et c'est dans ces perspectives prometteuses que le groupe bâlois construit une nouvelle usine de biotechnologie microbienne et de synthèses exclusives sur le site de Viège. D'ici à la fin de l'année, l'installation de deux bioréacteurs de 15000 litres chacun devrait être terminée. La production effective devrait débuter en février 2007. A la clé, 160 nouveaux emplois hautement qualifiés, pour un site qui en compte déjà environ 2500. Le centre de recherche et développement comprend 70 laboratoires et deux installations pilotes. Il occupe 420 collaborateurs qui œuvrent sans relâche à la découverte de nouveaux procédés et à l'amélioration de ceux existants. Ce sont pour la plupart des ingénieurs chimistes et des biologistes venus de tous hori-

zons – le site de Viège est attractif – qui travaillent en réseau entre les différents sites de Lonza dans le monde et des universités et centres de compétences européens. Mais surtout, les chercheurs de Lonza collaborent étroitement avec leurs clients; constamment à leur écoute, ils sont à même de leur trouver rapidement des solutions adaptées à leurs besoins spécifiques. Les clients de Lonza se recrutent parmi les grands groupes pharmaceutiques qui n'ont pas les capacités suffisantes en matière de fermentation, ainsi que dans de petites entreprises aux moyens de recherche limités. La stabilité et la flexibilité du capital humain de Lonza, sa longue expérience en matière de recherche, le climat de confiance instauré font de Lonza le leader mondial de la biopharmacie microbienne et des synthèses exclusives. Et, à cet égard, le site de Viège se profile déjà comme le «porte-avions» de Lonza.

FL



LONZA



Griffé «Excellence»

Deux caractéristiques ont marqué la destinée du Valais:
il est unique et incomparable. Dans un monde où l'interconnexion et la
globalisation des marchés ont le vent en poupe, il ne suffit plus d'être une terre
bénie des dieux. La Marque «Valais» est une distinction qui permet aux
entrepreneurs conscients de cette évidence de préserver l'authenticité
et l'exclusivité de produits et de prestations haut de gamme.

«Excellence», le distinguo qui certifie l'authentique,
le vrai, l'origine, le pur.

**La Marque «Valais» faite pour les Valaisans et les Valaisannes
qui tiennent à marquer la différence.
Pour eux et pour tous ceux qui veulent des produits de qualité.**



VALAIS
EXCELLENCE

Valais Excellence, Techno-Pôle 3, 3960 Sierre. Téléphone 027 455 54 58.
info@valais-excellence.ch, www.valais-excellence.ch