Supplément
de la Feuille des avis officiels
N° 40 du 17 mai 2019

canton de vaud
LIBERTÉ ET PATRIE

2019 ÉCONOMIE VAUDOISE

Naissance d'un label territorial

Une communauté d'ambassadeurs

Les valeurs de cette marque

Un réseau attendu

ET SI VOUS PASSIEZ AU SOLAIRE PHOTOVOLTAÏQUE ?

UNE OFFRE CLÉ EN MAIN
Les SiL prennent en charge votre projet de A à Z.

UN PROFESSIONNEL DU SOLAIRE À VOTRE SERVICE
Vous pouvez compter sur l'expertise des SiL en matière d'énergie.

UNE ÉNERGIE 100 % RENOUVELABLE ET 100 % LOCALE
Vous soutenez la protection de l'environnement et devenez producteur de votre propre énergie.

L'offre solanne vous intéresse ?
Vous avez des questions ?
N'hésitez pas à nous contacter !

Tél. 021 315 82 82
www.solanne.ch

LE SOLEIL CLÉ EN MAIN | SiL Solaire

canton de vaud
LIBERTÉ ET PATRIE

Éditorial : Donner envie 5

Rassembler les ambassadeurs d'une région 7

Marques territoriales : un avis d'expert 9

Le label nécessitera sa propre promotion 10

Le regard des partenaires :

– Jacques Chapuis, Haute école de la santé La Source, Lausanne 13
– Bernhard Tschannen, Glacier 3000, Les Diablerets 14
– Bertrand Cardis, Décision SA, Ecublens 19
– Catherine Hirsch, HEIG-VD, Yverdon-les-Bains 21
– Sophie et Constant Jomini, vignerons, Chexbres 23
– Serge Gander, CombaGroup, Molondin 25

Neuf valeurs fortes 16-17

Promotion économique 26

Le terreau vaudois : éclairage statistique 29

Le terreau vaudois : les atouts de l'Arc lémanique 30

AQUARIUM
VIVARIUM

HOTEL
CONFERENCES

AQUATIS

LAUSANNE

aquatis.ch

Donner envie

ARC Jean-Bernard Sieber

Philippe Leuba, chef du Département de l'économie, de l'innovation et du sport.

Le développement d'une économie saine repose sur de nombreux facteurs : la diversité de secteurs d'activité répartis sur l'ensemble du territoire, l'attractivité des conditions-cadres, l'équilibre du tissu social, fondé notamment sur l'égalité des chances, l'accès à un environnement culturel nourri, un système d'enseignement et de formation de qualité, l'émergence de talents, l'esprit entrepreneurial et la capacité d'innover sont parmi les plus importants. Sans prétention, mais avec fierté, le canton de Vaud est une région qui bénéficie de l'ensemble des atouts nécessaires pour favoriser le maintien d'un dynamisme économique élevé. Une telle convergence de ressources n'est pas commune. Elle ne va pas de soi.

Est-ce le fruit de la chance ou les vertus logiques et rigoureuses de stratégies socio-économiques conduites avec perspicacité ? Assurément les deux. Les valeurs du canton de Vaud sont d'abord ancrées dans les particularités de son territoire, la richesse de ses sols, la beauté et la diversité de sa topographie, que des mains habiles et volontaires ont su travailler, façonner et mettre en valeur. Elles reflètent aussi les traits d'une population profondément attachée à sa terre, ouverte au monde, assez fière et probablement orgueilleuse pour rivaliser avec les régions les plus dynamiques du pays, et au-delà. Le savoir-faire industriel de notre région, l'ambition d'un travail de haute qualité et notre propension à nous tourner vers l'étranger ont permis le développement de PME de pointe et de grandes entreprises de renom. Industrie, éducation, culture, sport, santé, tourisme : dans l'ensemble de ces domaines, le canton de Vaud dénombre des acteurs reconnus mondialement.

La marque VAUD+ est indéniablement un symbole d'ouverture, d'authenticité, de dynamisme et d'excellence. Elle véhicule des valeurs fortes, représentatives de celles et ceux qui ont édifié les fondements de sa prospérité ou qui contribuent aujourd'hui à les consolider.

Le constat que nous faisons est que la diversité et la qualité de nos atouts ne sont pas suffisamment valorisées. Or dans un contexte de concurrence mondiale accrue, il serait déraisonnable de rester attentistes et de croire que ce qui a fait notre succès par le passé assurera notre avenir. Par le biais de la marque VAUD+, nous entendons faire valoir ce qui caractérise le canton, ce qui le différencie d'autres régions et le rend unique. Et à cet égard, nous avons tant de belles histoires à raconter !

Le développement de la marque territoriale VAUD+ poursuit cet objectif : celui de dire, d'une même voix, tout ce qui fait notre richesse, de ce qui se vit, se produit à ce qui se déguste. Les belles images ne suffisent plus. Nous souhaitons désormais mettre en lumière celles et ceux qui font le rayonnement de notre canton ; montrer ces femmes et ces hommes qui participent à la notoriété de la région, ces entreprises, ces écoles et toutes nos institutions, privées ou publiques, qui positionnent notre économie parmi les plus compétitives du monde. Cette communauté d'ambassadeurs sera le reflet de l'excellence vaudoise. Leur rayonnement profitera ainsi à nous tous.

Il ne s'agit pas de se vanter, mais de se faire connaître et reconnaître pour ce que nous sommes. Nous souhaitons créer plus encore de la curiosité et de l'intérêt pour notre canton. Dans les années futures, le développement de notre économie va plus que jamais nécessiter de mettre en commun nos réseaux de compétences et d'amplifier l'écho de nos succès. La communauté de la marque VAUD+ sera assurément un atout supplémentaire pour attirer de nouveaux entrepreneurs et des entreprises à développer leurs projets en collaboration avec nos hautes écoles, nos centres de recherches, nos PME et nos start-ups. L'ambition de la marque est donc de donner envie : envie de s'élever en découvrant le raffinement de notre terroir, dans un environnement à la fois préservé, inspirant, dynamique et innovant.

Philippe Leuba

ACTION SOCIALE

CULTURE

210 MILLIONS

DISTRIBUÉS PAR LA LOTERIE ROMANDE CHAQUE ANNÉE
À PRÈS DE 3'000 PROJETS

LOTERIE ROMANDE

PATRIMOINE

SOUTIEN NUMÉRO 1 DE L'UTILITÉ PUBLIQUE EN SUISSE ROMANDE.
#AVECLORO

SPORT

Faites le pas vers la simplicité

Avec Retraites Populaires Entreprises, nous prenons en charge votre prévoyance professionnelle. Grâce à plus de 100 ans d'expérience dans la prévoyance en Suisse romande, nous avons les spécialistes pour répondre à vos besoins, quelle que soit la taille de votre entreprise. Ainsi, vous avez quelqu'un pour vous accompagner.

Plus d'informations sur retraitespopulaires.ch/entreprises

Retraites Populaires **Entreprises**

Retraites Populaires

« Nous voulons parler de ceux qui incarnent le canton ! »

Avec pour but de rassembler les meilleurs ambassadeurs régionaux sous la même bannière, le canton a lancé la marque VAUD+.

Fédérer, oui, mais comment ? Tout a débuté par un constat fait par le Département cantonal de l'économie, de l'innovation et du sport. « Nous avons remarqué que la promotion des différents secteurs professionnels était très sectorisée, explique Andreane Jordan Meier, cheffe du Service de la promotion économique et de l'innovation (SPEI). La gastronomie, les vins, le tourisme, l'économie ou la culture sont des secteurs qui possèdent chacun leur propre structure de promotion, même si certaines synergies existent. » L'idée est donc simple : harmoniser toutes ces filières sous une seule et même entité. « D'un point de vue marketing, pour le consommateur, les différents publics cibles, il est évidemment plus simple de s'identifier à une seule marque. »

Un travail d'observation a ainsi été fait dans le but de s'inspirer d'autres régions ayant, elles aussi, créé une marque territoriale visant à promouvoir un terroir, des valeurs, une histoire ou des entreprises. « Notre canton possède une telle variété de richesses qu'il est presque un petit pays à lui tout seul, détaille Andreane Jordan Meier. Un tissu économique diversifié et de pointe, le tourisme, la culture, les hautes écoles, l'histoire, la gastronomie sont autant d'atouts pour notre région et nous avions le sentiment qu'ils n'étaient pas assez valorisés. L'idée, assez facile sur le papier, consiste donc à simplifier les multiples structures de promotion existantes afin de regrouper le tout autour d'une marque forte : VAUD+. »

ARC Jean-Bernard Sieber

Andreane Jordan Meier, cheffe du Service de la promotion économique et de l'innovation.

Une marque et des valeurs

Si l'idée est là, il faut désormais la concrétiser en commençant par lui donner une consistance. « Par définition, une marque véhicule un message, une idée, des valeurs, détaille Andreane Jordan Meier. Nous avons donc planché sur cette question très importante des valeurs qui interrogent une chose : qu'est-ce que le canton de Vaud pour les Vaudois et pour les gens de l'extérieur ? » Des groupes de travail se mettent alors à l'œuvre. Parmi eux, des personnes de terrain, issues des milieux économiques, culturels, de l'éducation, des produits du terroir. Une mise en commun qui a permis d'identifier neuf valeurs. « Séparément, aucune n'est l'apanage du seul canton de Vaud, précise la cheffe du SPEI. Mais ce qui est intéressant, c'est de les aborder dans leur globalité. »

Vivre ensemble, respect, tranquillité, inspiration, entrepreneuriat, transmission de savoir, innovation, culture & patrimoine, excellence sont ainsi les valeurs mises en exergue pas les différents acteurs qui se sont penchés sur la question. « Si vous mettez tout cela ensemble, on commence à identifier le canton de Vaud », assure Andreane Jordan Meier. Avec l'aide d'un expert en développement de marque territoriale et au regard de l'évolution de la société actuelle, l'idée centrale de la marque VAUD+ commence à prendre forme.

« En plus des valeurs, nous souhaitons mettre en exergue la notion d'authenticité et l'esprit d'appartenance à notre canton. J'entends par là que nous avons déjà des acteurs de qualité, attachés à leur région. Mais ce qui manque, c'est une communauté de celles et ceux qui font la vraie valeur de notre canton : les producteurs, les entrepreneurs, les musées, les hautes écoles … tous ces gens qui font rayonner Vaud, qui sont fiers d'être ici, y trouvent un bénéfice, une raison d'être et qui ont toujours envie d'en faire plus. Voilà un des premiers objectifs de la marque : créer cette communauté. Identifier sur la base des valeurs, les acteurs – tous secteurs confondus – qui font la fierté du canton en montrant son excellence. »

Une riche communauté

« Le fait de mettre en contact des gens qui, de prime abord, ne se rencontreraient pas est une avancée en soi. Cela crée des liens et des opportunités, assure la cheffe du SPEI. Malgré les nombreuses synergies déjà existantes, nombre de patrons, de directeurs ne se connaissent pas s'ils œuvrent dans des domaines différents. Et c'est toute la richesse de la communauté que nous mettons en place. » ■

Un toit pour tous…

… ça nous tient à cœur

www.bernard-nicod.ch

GROUPE BERNARD Nicod 40 ANS

LAUSANNE GENÈVE

NYON AUBONNE MORGES YVERDON VEVEY MONTREUX AIGLE MONTHEY

Le besoin de se fédérer

Une marque territoriale possède de nombreux avantages. Le point avec Yvan Aymon, expert en la matière.

Pour Yvan Aymon, expert en marque territoriale, un label comme la marque VAUD+ est nécessaire. « Jusqu'à maintenant, on était sur une promotion sectorielle, ce qui signifie que chaque domaine, que ce soit le tourisme ou l'agriculture, faisait sa propre promotion, explique-t-il. On a remarqué que ce système faussait le message, car le consommateur est toujours le même.

Qu'il soit touriste, entrepreneur ou qu'il consomme des produits du terroir, il va recevoir des messages non coordonnés. » Faire la promotion d'un territoire dans son ensemble est donc devenu un enjeu capital, pour ne pas « se perdre » dans les diverses promotions. « Avec une marque, on regroupe des valeurs partagées, on met en place une communauté, en bref, une véritable vie qui permet de communiquer vers l'extérieur. »

D'autres marques territoriales

VAUD+ n'est pas une première, certaines régions s'y sont prises bien plus tôt. « Le Tyrol Sud, en Italie, a mis sa propre marque en place depuis 20 ans, rappelle Yvan Aymon. La marque Valais a, elle aussi, été lancée au début des années 2000. » Et les résultats sont satisfaisants. « On a une plus grande puissance de communication, notamment par l'addition des différents budgets. On remarque une notoriété plus forte d'un point de vue quantitatif. » Un constat positif également côté consommateurs. « Avec une communication harmonisée, l'image est plus claire dans l'esprit du public. Il n'y a plus de dissonance entre plusieurs marques ou label qui se télescopent. »

Les avantages sont donc clairs et constatés, mais tout ne se fait pas en un claquement de doigts. « Tout ne fonctionne pas parfaitement, évidemment. Il y a des points difficiles, notamment la mise en commun. Qui s'en occupe, qui se charge de la communication ? Quels produits labellise-t-on ou non ? À quelle hauteur met-on la barre de qualité ? Est-ce que l'on prend un maximum de produits ou très peu, mais de qualité supérieure ?

Toutes ces questions doivent être posées et cela prend du temps. On remarque que sur le long terme, la stratégie qualitative est la meilleure et c'est celle-ci qui rend la marque crédible. » Cependant une tendance de la société actuelle parle en faveur de la mise en place de marques territoriales. « C'est la notion de communauté, affirme Yvan Aymon. Elle revient très fort au niveau des consommateurs. Elle n'est pas encore très présente du côté des producteurs qui sont souvent bien seuls face aux grosses entreprises internationales. Une marque territoriale crée une communauté de production, qui répond au besoin de se fédérer et d'être plus forts. »

Pour l'expert, le canton de Vaud est une région idéale pour mettre en place cette stratégie de marque territoriale : « On remarque un intérêt croissant pour le local. Du fait du changement climatique par exemple, on ne va plus à Londres ou Barcelone chaque week-end, on envisage le fait de rester plus proche de chez soi, mais également de consommer local. Et les marques de territoire répondent à cette demande avec, en plus, des notions de valeurs et d'éthique qui plaisent au consommateur tout en répondant aux besoins de mise en commun des producteurs. » ■

Isabelle Favre

Yvan Aymon, expert en marque territoriale : « On remarque un intérêt croissant pour le local ».

GoneWithTheWind / Adobe Stock

Une rue marchande de Bolzano, dans le Tyrol Sud. Cette région d'Italie a établi sa propre marque territoriale depuis 20 ans.

Un label qui nécessitera sa propre promotion

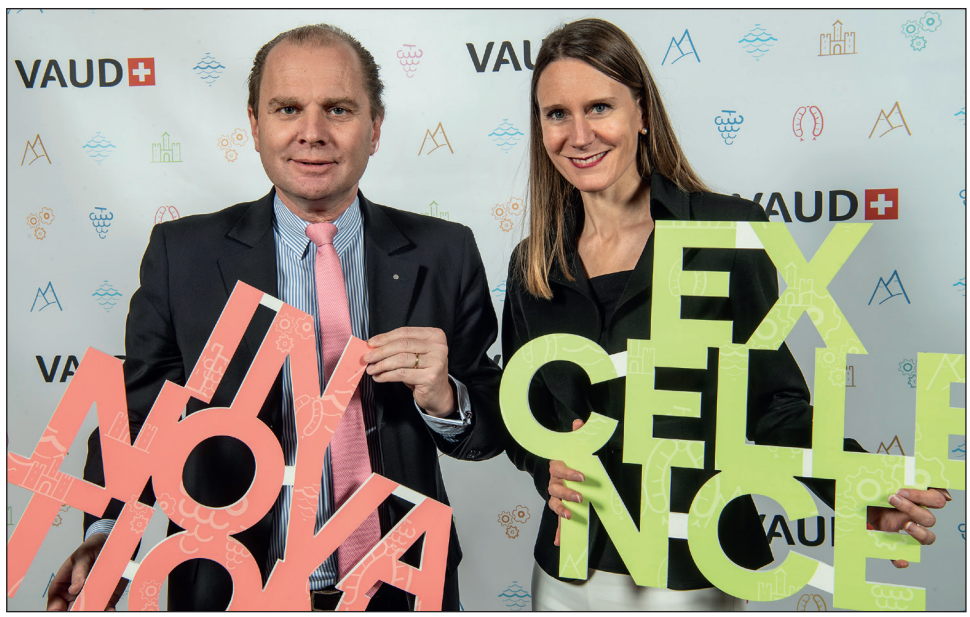
Si les contours sont tracés, la mise en œuvre concrète de la marque territoriale prendra du temps.

La cheffe du Service de la promotion économique et de l'innovation précise le rôle des pouvoirs publics dans la création d'un label territorial, le rôle de ce label et la manière dont cette marque fédératrice doit s'insérer dans le marketing existant.

Andreane Jordan Meier, comment le canton va-t-il désigner les entreprises qui pourront représenter la marque VAUD+ ?
Nous avons imaginé un profil « type » de l'entreprise incarnant les valeurs de la marque. À partir de cette conception, nous avons retiré 24 critères qui, à terme, devraient nous permettre de vérifier, après un processus d'attribution, que les entités respectent l'esprit, les valeurs et les critères de la marque VAUD+.

Aujourd'hui, où en est-on ? Que faut-il faire ?
Pour l'instant, nous avons créé cette communauté, nous avons un peu « testé » nos critères et la réaction des entreprises par rapport à l'idée de notre marque. Maintenant, elle doit être incarnée par une structure. Son but, c'est de faire du marketing pour qu'elle soit connue, valorisée dans le but de servir aussi les intérêts du canton. À savoir, faire marcher l'économie, faire en sorte que les entreprises prospèrent et que des emplois soient créés. Concrètement, nous devons maintenant créer un organisme de promotion de la marque. Il nous faudra un organisme privé mandaté par l'État pour la promouvoir.

Quelles sont les difficultés qui s'annoncent ?



ARC Jean-Bernard Sieber

Le chef de l'Economie vaudoise Philippe Leuba en compagnie d'Andreane Jordan Meier, lors de l'événement organisé pour le lancement de la communauté, en décembre 2018.

Il existe déjà des organismes qui travaillent pour la promotion de diverses entreprises dans différents domaines. Il faudra donc faire tout aussi bien, voire même mieux que ce qui se fait aujourd'hui, avec les mêmes moyens. Il ne faudra pas juste rajouter une structure supplémentaire, mais il faudra capter les compétences marketing existantes pour pouvoir construire quelque chose d'efficace, avec une valeur ajoutée et, surtout, qui concilie l'action de la marque avec celle du terrain, réalisée chaque jour par tous les acteurs. Car c'est à travers leur travail que l'on pourra montrer ce qu'est le canton de Vaud.

Le canton a beaucoup à gagner à être valorisé par tous ses acteurs économiques, mais eux, qu'ont-ils à gagner ?
C'est sûr que certaines grosses entreprises n'ont pas besoin de nous. Nous ne leur apportons pas de plus-value par rapport à leur business. Mais ce qui compte pour nous, c'est qu'elles affichent leur fierté à faire partie de notre territoire et que leur appartenance profite à d'autres. Après, il y a tout de même une reconnaissance du canton, des autorités et une fierté d'être considéré comme l'un des atouts du canton. ■

PUBLICITÉ

küng et associés
ingénieurs civils sia

structures
travaux publics
géotechnique
expertises

Avenue de Beaulieu 43
1004 Lausanne
021 646 10 91
lausanne@kung-sa.ch

Rue des Granges 14
1530 Payerne
026 660 31 77
payerne@kung-sa.ch

Domotec-NUOS – Chauffe-eau pompe à chaleur

Remplacez votre ancien chauffe-eau électrique

- Le chauffe-eau pompe à chaleur **NUOS permet d'économiser jusqu'à 75 % de courant électrique**
- Très puissant, avec un **COP pouvant atteindre 4,0**
- Les temps de chauffe ultra-rapides permettent de produire **plus de 700 litres d'eau chaude par jour**
- Compatible avec d'autres sources d'énergie
- Commande de régulation facile et intuitive
- La **plus grande gamme de modèles** du marché (110, 150, 200, 250 et 270 l)

domotec
chaudement recommandé

Votre spécialiste taille | abattage

EMERY ARBRES SA

UNE TECHNOLOGIE UNIQUE EN SUISSE ROMANDE POUR UNE INTERVENTION RAPIDE ET SOIGNÉE.

079 622 53 52
Mézières | www.emery.ch

B+G & Partners SA / Sandra Culand

L'ACCORD PARFAIT entre fromages AOP et Chasselas* ...

... Parfum de fleurs alpines sublimé d'un goût de noisette avec L'Etivaz AOP ...

... Onctuosité et notes résineuses avec le Vacherin Mont-d'Or AOP ...

... Un goût floral, doux à corsé, du fondant subtilement salé en bouche avec le Gruyère AOP.

Le Chasselas* a trouvé en Pays de Vaud une terre de prédilection. Ce cépage est magnifique pas sa finesse, son élégance, sa rondeur et s'accorde parfaitement avec les fromages tels que les rebibes de L'Etivaz AOP, le Vacherin Mont-d'Or AOP et le Gruyère AOP jeune ou vieux.

* Les meilleurs portent le LABEL OR TERRAVIN, votre garantie de qualité depuis plus de 50 ans.
Retrouvez les vignerons primés sur: www.terravin.swiss

PLAISIRS PARTAGÉS
LABEL OR
Terravin
SINCE 1963

Plaisirs partagés

LE GRUYÈRE® SWITZERLAND AOP
www.gruyere.com

L'ETIVAZ FROMAGE D'ALPAGE AU FEU DE BOIS AOP
www.etivaz-aop.ch

VACHERIN MONT-D'OR AOP
LE MONDE L'ADORE
www.vacherin-montdor.ch

VAUD

Vin Vaudois L'EXCELLENCE DES TERROIRS

SWISS WINE VAUD

« La marque peut nous apporter un réseau »

Référence dans le domaine des soins, l'Institut et Haute école de la santé La Source voit la mise en place de la marque VAUD+ d'un très bon œil. Les explications de son directeur Jacques Chapuis.

Comment avez-vous eu connaissance de la marque VAUD+ ?
J'ai été contacté directement par les services de l'État. On m'a expliqué que le canton souhaitait lancer cette marque et cherchait des entreprises qui pourraient être des « fleurons » de par leur visibilité et qui pourraient accepter de rejoindre le projet.

Pourquoi avoir décidé de jouer le jeu ?
Nous avons étudié le cahier des charges prévu pour une entreprise qui représenterait la marque VAUD+. Il nous est apparu que nous étions effectivement dans la cible. À partir de là, il n'y avait pas de raison d'hésiter. Le canton de Vaud bénéficie d'une incontestable richesse en termes d'entreprises et de PME ; il s'ensuit un dynamisme et une capacité d'innovation qu'il faut mettre en avant.

Les Vaudois ont-ils de la peine à revendiquer leurs réussites ?
Notre culture, peut-être un peu protestante, fait que nous n'aimons pas trop le « cocorico ». J'ai visité plusieurs endroits au cœur de l'innovation, comme Boston ou la Silicon Valley qui sont capables d'être fiers par rapport à une innovation mineure ou même une entreprise qui n'a pas beaucoup d'avenir. Ici, nous possédons des entreprises solides, actives dans des projets majeurs et d'avenir. Nous constituons un tissu d'entreprises qui sont des fleurons ou des jeunes pousses et je crois qu'il faut en être fier et le faire connaître.

Qu'est-ce que la marque VAUD+ pourrait apporter en plus à une institution comme la vôtre ?
Avec ce « club » qui regroupera les meilleures entreprises, des contacts pourront être créés. Concrètement, pour la Haute école de La Source, nous n'attendons pas que la marque contribue à faire augmenter notre nombre d'étudiants. Notre propre promotion se suffit à elle-même. En revanche, le domaine des soins va au-devant de nombreux changements, notamment le virage vers les soins dans la communauté. Il faudra amener l'évaluation clinique et le diagnostic à domicile et assurer le suivi requis, même intensif, pour atteindre cet objectif, afin de décharger les institutions sanitaires. À cet effet, il faudra non seulement former les soignants à un niveau d'autonomie supérieur, mais également les préparer à gérer l'innovation au service des patients. Sur ce deuxième point, le canton possède tout ce qui est utile pour accompagner les développeurs et les start-ups dans leur processus d'innovation. Mais, dans le champ des soins, il n'existe pas de lieu où s'organise la rencontre avec le monde professionnel, celui qui adoptera ou rejettera le produit imaginé ; pour pallier cet inconvénient, La Source a créé le « Source Innovation Lab » (Silab). Là, il est possible de tester son idée ou son prototype (proof of concept), grâce au travail conjoint avec des soignants, des chercheurs et des étudiants, le tout s'articulant autour d'un hôpital simulé de 21 lits et deux appartements. Un univers préclinique sécurisé où les essais et les erreurs sont possibles, sans dommage sur autrui. Au vu de cela, faire partie du « club » de la marque VAUD+ est intéressant, car cela permettra de rencontrer des gens d'univers différents qui auront quelque chose à dire ou à voir dans l'innovation telle qu'elle peut être testée chez nous. C'est cela que la marque peut nous apporter : un réseau. ■

Reto Albertalli / phovea

Directeur de la Haute école de la santé La Source, Jacques Chapuis compte sur le potentiel de rencontres offert par l'adhésion à la marque VAUD.

Jeremy Bierer

L'hôpital simulé de la Haute école de La Source, à Beaulieu-Lausanne : un laboratoire qui permet la rencontre entre monde professionnel et innovation.

Glacier 3000 : « Ensemble, on est plus fort »

Pour le directeur général de Glacier 3000, la marque VAUD+ permet d'imaginer des partenariats entre différentes entreprises et de véhiculer un label de qualité régional dans le monde entier.

Point culminant du canton, Glacier 3000 ne pouvait qu'appartenir à la marque VAUD+, selon le directeur général Bernhard Tschannen. Une marque simple à comprendre, qui réunit et met en lumière les produits vaudois, leur apportant son soutien. Voilà comment il perçoit le concept : « Les Offices du tourisme ne doivent pas faire leur propre promotion, mais bien celle de l'offre régionale. C'est pareil ici, les produits doivent rester sur le devant de la scène, car ce sont eux qui font venir les clients. » « C'est une plate-forme où les entreprises du canton se rencontrent, ce qui peut amener de nouvelles idées. D'ailleurs, nous imaginons déjà des possibilités de cross-marketing ou de collaboration avec certains partenaires. Ensemble, on est plus fort », affirme-t-il.

Une carte internationale à jouer

Pour Bernhard Tschannen, Glacier 3000 peut ouvrir de belles perspectives à la marque VAUD+, par sa promotion à l'étranger : « Nous sommes une entreprise innovante, qui investit dans de nouveaux projets, comme le Peak Walk by Tissot, par exemple. Nous avons des ambassadeurs en Inde, en Chine et en Asie du Sud-Est, nous sommes présents sur une douzaine de marchés asiatiques. Pour toutes les entreprises partenaires, cette ouverture vers l'extérieur peut drainer une nouvelle clientèle intéressante », estime Bernhard Tschannen. ■

Raphael Dupertuis

Directeur de Glacier 3000, Bernhard Tschannen voit dans la marque VAUD+ un vecteur de collaborations inédites et enrichissantes.

Glacier 3000

La marque pourrait aider la société Glacier 3000 dans sa promotion à l'étranger.

PUBLICITÉ

RIMEBAT SA
POUR LE BÂTIMENT

Etanchéité et Isolation – Tél: 021 703 30 35 – info@rimebat.ch – www.rimebat.ch

VOTRE INSTALLATION ÉLECTRIQUE NÉCESSITE UN CONTRÔLE ?

Faites confiance à de vrais professionnels de la sécurité électrique,
Securelec c'est **350 ans d'expérience cumulée !**

SECURELEC garde une parfaite neutralité dans l'expertise des installations électriques car SECURELEC ne réalise pas d'installations électriques.

Securelec

Votre sécurité • Notre priorité

SECURELEC
Organisme d'inspection accrédité depuis 2005
Case postale 2007 - 1227 CAROUGE
Tél. 022 308 16 20 - Fax 022 308 16 30
securelec@securelec.ch

www.securelec.ch

SECURELEC - VAUD
Case postale 297 - 1024 ECUBLENS
Tél. 021 632 80 20 - Fax 021 632 80 25
securelec-vd@securelec.ch

MUSÉE CANTONAL DES BEAUX-ARTS LAUSANNE

Atlas.
Cartographie du don

5.10.2019–
16.2.2020

Entrée gratuite
mcba.ch

ETUDE

ZUMBACH & ASSOCIÉS
Agents d'affaires brevetés

votre spécialiste dans les différents domaines juridiques

- Droit du bail • Recouvrement de créances • Droit des contrats
- Droit des sociétés • Retrait de permis • Droit des poursuites et faillites
- Sursis concordataire • Règlement amiable des dettes
- Hypothèques légales • Droit de la construction
- Droit administratif • Tous conseils juridiques

LAUSANNE/RENENS	MONTREUX	NYON	GENÈVE
021 632 92 92	021 961 38 50	022 365 75 79	021 632 92 92

www.etude-zumbach.ch

Tout savoir sur la marque VAUD+

Réunies sous la marque Vaud+, les entreprises d'excellence de ce canton formeront une communauté afin de mettre en exergue les acteurs de l'économie, mais aussi les produits, distingués par ce label et qui font la richesse et la notoriété du territoire vaudois. L'objectif est également de créer des synergies au sein de cette communauté qui se retrouvera autour de neuf valeurs fortes, définies par une vingtaine de critères.

Identité visuelle

VAUD
TERRE D'INSPIRATION

Afin de prétendre à la marque, le canton a mis sur pied un double processus d'attribution. Le premier concerne les entreprises dites d'excellence, symbolisant les valeurs de la marque. Elles devront toutes répondre favorablement à une vingtaine de critères exigeants, qui se veulent évolutifs, vérifiant la réalité de leur ancrage territorial et la force de leur engagement social, économique et environnemental. La finalité de la marque VAUD+ sera ainsi de mettre en lumière les entreprises et les institutions les plus emblématiques du territoire et qui incarnent les valeurs du Canton. Le second processus d'attribution visera les produits du terroir. Un label «VAUD - produits d'excellence», dérivé de la marque VAUD+ sera créé pour ces produits sur les bases du label suisse «Regio Garantie» et sur l'expérience du label «Terre vaudoise».

SEFA
VOTRE PARTENAIRE DE PROXIMITÉ
POUR LE PHOTOVOLTAÏQUE ET
LES BATTERIES DE STOCKAGE
NOS SOLUTIONS PHOTOVOLTAÏQUES CLÉ EN MAIN | WWW.SEFA.CH

miloch
votre partenaire
TRANSPORT | LEVAGE | DEMENAGEMENT
miloch.ch | 021 784 23 12
fgdesign

MD Consult, courtier en assurance
Assurez votre entreprise aux meilleures conditions en ne laissant rien au hasard
FMH SERVICES INSURANCE
MDC Group
Insurance Brokers
Visitez notre site web
www.mdconsult.ch

Commandez vos appareils électriques à distance par SMS
Enclenchez vos appareils électriques (chauffage, boiler, etc.) et recevez vos alarmes par SMS avec l'OCTOgsm 222.
L'OCTOgsm 222 a la possibilité de recevoir par SMS cinq types d'alarme (panne de courant, batterie à plat, risque de gel, etc.)
dès CHF 750.–
Demandez notre documentation
Fax 021 802 44 22
www.octotel.com
OCTOPUS SOLUTIONS TÉLÉCOM Case postale 133 1132 LULLY Tél. 021 802 44 00

HUGO REITZEL
CRÉATEUR DE SAVEURS
CULTIVÉS EN SUISSE
HUGOREITZEL.CH
HUGO CONCOMBRES GURKEN
HUGO COURGETTES ZUCCHETTI CURRY
HUGO CORNICHONS
HUGO CHAMPIGNONS

« Un environnement et une confiance réciproque »

Acteur majeur de l'innovation dans l'industrie navale et l'aéronautique notamment, Décision SA voit dans la marque VAUD+ une opportunité d'échanges.

Cofondateur de l'entreprise située à Écublens, Bertrand Cardis croit dans le réseau que tissera la marque territoriale VAUD+, vecteur de complémentarité et de confiance mutuelle.

Comment avez-vous réagi lorsque le canton vous a approché ?
J'ai trouvé que c'était une bonne idée. À mon sens, les luttes de clocher ne sont pas productives. Dans ce canton, nous avons la chance d'avoir des environnements et des milieux complémentaires, c'est donc une bonne chose de vouloir essayer de mettre ensemble toutes ces énergies. La démarche m'a bien plu.

Quels seraient les avantages de cette marque pour votre entreprise ?
Les acteurs qui y adhéreront partageront des valeurs communes. À partir de là, se retrouver dans un environnement et une confiance réciproque ne pourra qu'améliorer les rapports entre les différents protagonistes. Pour faire un parallèle, on pourrait parler des associations d'étudiants. Si lors d'une affaire à conclure vous traitez avec quelqu'un qui a fait la même école que vous, cela vous fait un point commun et facilite déjà les échanges. Pour arriver à générer des affaires et à développer des projets, il est important d'avoir des gens qui se comprennent.

ARC Jean-Bernard Sieber

Bertrand Cardis, patron de Décision SA.

Cette marque pourrait-elle aider les entreprises à se mettre davantage en valeur ?
À obtenir une reconnaissance du public en tout cas, je pense. Par exemple, dans le cas de Décision SA, nous avons réalisé des projets très médiatiques, notamment la réalisation des bateaux du Team Alinghi pendant dix ans. Nous avons aussi construit l'avion de Solarimpulse, mais en fin de compte, le grand public ne sait pas qui nous sommes. Les gens pensent que les bateaux d'Alinghi ont été construits à l'EPFL. Donc oui, nous espérons qu'au niveau de la communication, la marque VAUD+ nous permettra de mieux positionner les entreprises du canton sur des marchés plus grands.

Ivo Rovira/Alinghi

L'entreprise a réalisé les bateaux du Team Alinghi pendant dix ans.

Pourquoi l'idée de réunir des acteurs selon leur appartenance cantonale n'est-elle pas apparue plus tôt ?
Peut-être n'en avait-on pas ressenti le besoin ? On travaille tous dans notre domaine, concentrés à essayer de mener nos affaires au mieux selon nos compétences, dans notre coin, et on ne réalisait peut-être pas le bénéfice que peuvent représenter des échanges locaux. Mais je suis convaincu que ça ne peut être que positif d'ouvrir les yeux sur le savoir-faire et les complémentarités des uns et des autres. Cette idée de marque territoriale mérite d'être soutenue. ■

afiro
Entreprise sociale et formatrice

Afiro regarde vers le futur en misant local et artisanal tout en respectant sa mission sociale.

Depuis 1964, Afiro a pour mission l'intégration sociale et professionnelle de personnes au bénéfice de l'assurance invalidité. Dans le respect de cette mission, Afiro n'hésite cependant pas à revendiquer une production d'exception. « Nous ne sommes pas qu'une institution du canton, nous voulons être de vrais partenaires

commerciaux. Nous misons sur un savoir-faire artisanal et des matières premières locales », exprime Monsieur Costantini, directeur.
Afiro c'est une entreprise sociale et formatrice établie sur 5 centres dans le canton de Vaud, Yverdon-Lausanne-Renens-Aubonne et Ecublens. Elle développe des activités dans de nombreux domaines économiques, de la menuiserie au textile en passant par la serrurerie, la mécanique, l'impression, la buanderie, la boulangerie et fait une offre multi-services. Dans tous ces secteurs, elle met à la disposition des personnes en situation d'invalidité, des formations adaptées.
Afiro souhaite participer à part entière au développement du tissu économique vaudois en misant sur la matière première locale et le savoir-faire artisanal pour viser l'excellence.
Au bénéfice du Label Terre vaudoise, Afiro respecte également la norme mondiale iso FSSC 22000, extrêmement stricte en matière de sécurité alimentaire. Qualité, sécurité, traçabilité des produits, sont parmi les exigences de cette norme.
Pour exemple, la boulangerie d'Ecublens est en passe de s'agrandir, un nouveau site sera opérationnel dès 2021 : l'occasion d'ancrer son savoir-faire et sa production artisanale en terre vaudoise tout en privilégiant les matières premières nécessaires de provenance locale : la farine des Moulins environnants, des huiles pressées dans la région, du beurre de fromagerie vaudoise et des fruits des vergers alentours, les trajets des denrées sont limités et correspondent d'ores et déjà à la future marque territoriale VAUD+.

Ce nouveau projet est également propice à de nouvelles réflexions quant à une revalorisation de la marque, de nouveaux produits, de nouvelles recettes…
Rappelons que le client principal de l'atelier de boulangerie d'Ecublens est la Migros et que chaque citoyen bénéficie d'ores et déjà de l'excellence de cette production « pur cru ».
La perpétuation des savoir-faire artisanaux est aussi une façon pour Afiro de saluer l'excellence vaudoise.
La dynamique positive que génère le succès d'Afiro a un effet gratifiant sur le personnel bénéficiant de l'assurance AI. Quand on est fier de ce que l'on produit, on se sent mieux.
Les postes de travail et l'organisation mise en place permettent d'offrir des emplois adaptés valorisants au personnel aux besoins parfois spécifiques.
Car si Afiro a de l'ambition, l'institution n'oublie jamais que sa mission n'est pas de surproduire, mais de produire de la qualité afin de relever les contraintes concurrentielles du marché, tout en respectant son personnel et sa mission. ●●●

Afiro en chiffres

200 personnes au bénéfice de prestations AI en emplois adaptés

100 personnes en mesures de réadaptation et formation professionnelle

60 collaborateurs professionnels qualifiés dans leur domaine et dans l'encadrement socioprofessionnel

www.afiro.ch

B|BRAUN
SHARING EXPERTISE

TALENTS WANTED

Chez B. Braun, nous travaillons chaque jour afin d'améliorer les soins médicaux des patients dans le monde entier.

Plus de 350 spécialistes, employés et jeunes talents, plein d'idées, s'engagent personnellement au sein de notre Center of Excellence à Crissier pour préparer le futur – le leur, celui de l'entreprise et celui des patients.

Rejoignez-nous.

www.bbraun.ch/carriere

ZB715

HEIG-VD : « Construire un réseau de valeurs »

La haute école yverdonnoise voit dans l'adhésion à la marque VAUD+ l'occasion de rejoindre un réseau communautaire, qui fait pièce à la compétition des acteurs économiques.

Université, École polytechnique, hautes écoles supérieures en art, ingénierie et gestion, santé, musique et travail social, le canton de Vaud cultive sa vocation d'accueil et de développement de l'enseignement supérieur et postobligatoire.

À la tête de la Haute école d'ingénierie et de gestion du canton de Vaud, Catherine Hirsch est rompue au respect des minorités. La HEIG-VD, c'est avant tout, dans le langage populaire, « L'école d'Ing' » que l'on rejoint à l'issue de la filière scientifique de l'enseignement obligatoire.

Dans ce cycle comprenant 10 filières menant au Bachelor, moins de 15 % de filles s'inscrivent, alors que la parité filles-garçons est pratiquement atteinte dans le département Gestion.

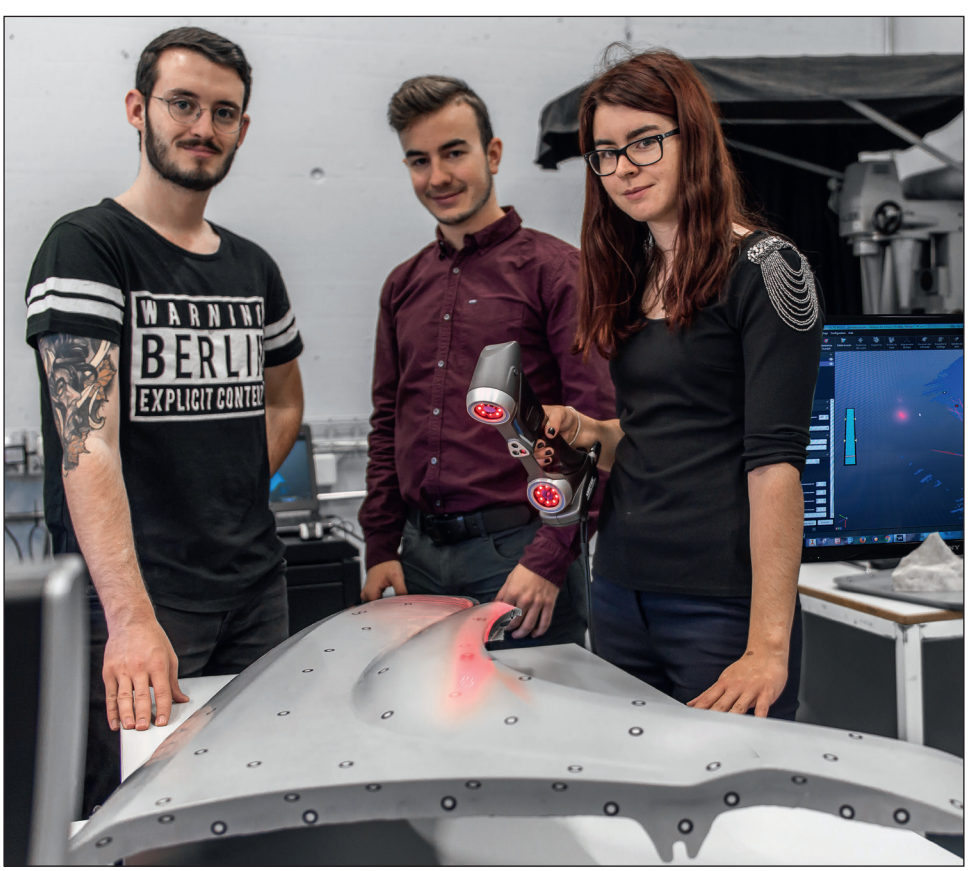
Que ce soit dans son écrin verdoyant de Cheseaux-Noréaz ou dans l'atmosphère urbaine et post-industrielle de Saint-Roch à Yverdon, la HEIG-VD assume avantages et inconvénients de la décentralisation.

Catherine Hirsch : « Quand les services de l'État nous ont exposé le concept de la marque VAUD+, nous avons vu l'opportunité de faire exister notre travail au-delà de la foison des rankings d'écoles. Nous étions aussi la première institution à adhérer à cette démarche » poursuit-elle. Pour la directrice, la marque VAUD+ permettra de mettre en avant les atouts de la région Nord vaudois, comme autant de pièces d'un puzzle qui feront briller le canton.

Parmi les valeurs affichées de l'établissement, « Respect et Ouverture », « Engagement et Responsabilité », on retiendra « Audace », traduisant la détermination de Catherine Hirsch à éviter de mettre systématiquement les acteurs économiques en compétition, mais à se demander ce qui peut être fait « Ensemble ». « Les vaudois sont modestes et la marque VAUD+ que nous allons ensemble mettre en place contribuera à désinhiber notre communauté. Nous devons apprendre à être fiers de ce que nous sommes et à construire ensemble notre réseau de valeurs. Nous sommes sur le seuil et avons déjà fait un pas dans la pièce, mais nous n'avons pas encore investi tout l'espace ! ».

DR

Directrice de la HEIG-VD, Catherine Hirsch se réjouit de se retrouver autour d'une même table avec d'autres institutions académiques ainsi que des acteurs de l'économie.



Addipole Heig-vd

La HEIG-VD, c'est avant tout «L'école d'Ing'» que l'on rejoint à l'issue de la filière scientifique de l'enseignement obligatoire.

Catherine Hirsch se réjouit surtout de se retrouver autour d'une même table avec d'autres institutions académiques ainsi que des acteurs de l'économie reliés par les mêmes valeurs et cette ambition d'excellence partagée. Afin d'échanger sur ce thème, naturellement, et d'amener sa pierre à la promotion commune des membres du label. « C'est l'occasion de se renvoyer mutuellement la lumière à travers la marque VAUD+ ! », conclut-elle joliment. ■

LA CLINIQUE DE LA SOURCE

La Clinique de La Source, établissement privé à la pointe des soins aigus pluridisciplinaires est la propriété d'une fondation à but non lucratif.

Fondée en 1891, la *Clinique de La Source* est fière de son autonomie, garante de sa quête d'excellence à tous les niveaux.

Propriété d'une fondation à but non lucratif, la Source est en constante évolution pour s'adapter aux besoins des patients et aux dernières innovations technologiques. Les bénéfices qui sont obtenus sont réinvestis pour tenir le challenge d'une médecine de pointe. Ainsi, en 2012 la *Clinique de La Source* a-t-elle été la première dans le canton à investir dans un robot chirurgical. Une collaboration fructueuse avec le CHUV a ainsi vu le jour sous la forme d'un partenariat privé-public, et ce au bénéfice du patient. En mai dernier, la *Clinique de La Source* a également été la première en Europe à investir pour le premier robot d'assistance en neurochirurgie MAZOR X qui permet notamment de sécuriser la trajectoire des implants lors d'une opération de chirurgie spinale.
Ces choix d'investissements ont été faits par le conseil de la fondation La Source, qui estime que la robotique est un passage obligé pour l'avenir de la médecine. Dans sa quête d'excellence, ces investissements assurent à la patientèle des soins de très haute qualité et aux médecins un équipement de pointe.

Photos: Thierry Zufferey

La *Clinique de La Source* fournit nombres de prestations remboursées par les assurances de base
La *Clinique de La Source* est bien sûr un établissement pluridisciplinaire qui peut prendre en charge la plupart des pathologies médico-chirurgicales.
Par contre, ce que l'on sait moins, c'est qu'elle offre aussi des prestations à la portée des assurés au bénéfice d'une assurance maladie de base : gastroscopie, centre d'imagerie du sein, examens radiologiques, suivi radio-oncologique, cardiologie diagnostique et interventionnelle, chirurgie ambulatoire, etc. Les urgences, ouvertes 7j/7, sont elles aussi ouvertes à tous.

L'humain au cœur des préoccupations de la *Clinique de La Source*
La *Clinique de La Source* est bien plus qu'un établissement hospitalier, elle est un lieu de vie. Ce lieu de vie qui a vu naître dans sa maternité plus de 22'000 bébés depuis 1927 a parfait son accueil vers le confort du patient et de sa famille. En mars 2014, la *Clinique de La Source* s'est vue récompensée pour son Excellence par le Prix ESPRIX « Créer de la valeur pour les clients/patients ». La volonté de La Source de placer l'humain au cœur de ses préoccupations engage aussi le respect du personnel qui y travaille. La Source c'est 580 collaborateurs et 525 médecins, indépendants et réputés, accrédités à la clinique.
Cette philosophie autour de l'humain est notamment enseignée à L'Ecole La Source, école de référence dans les soins infirmiers depuis 160 ans. •••

A la Clinique de La Source, les épicuriens sont gâtés

Le restaurant de La Source est chaleureux et les familles peuvent partager un repas avec leur proche hospitalisé. La cuisine est de haute qualité, et a obtenu le label « fourchette verte ».
La Clinique de La Source propose également une table d'hôte, « La Source des saveurs », à laquelle Eric Godot et sa brigade accueille les épicuriens le mercredi et le vendredi à midi sur réservation. Un menu gastronomique de 7 plats concocté par le chef ravira votre palais et vos yeux.

Clinique de La Source - Table d'hôtes «Source des saveurs»
Avenue Vinet 30 1004 Lausanne
Tel +41 (0)21 641 34 50

« Nous avons besoin d'affirmer notre identité »

Réseau de communication entre partenaires, dynamisme commun, visibilité accrue : les avantages de la marque VAUD+ vus par un couple de vignerons de Chexbres.

Constant Jomini et son épouse Sophie travaillent main dans la main depuis plus de 20 ans. Passionné par son terroir, ce jeune couple dynamique organise de nombreux événements dans le cadre de Vaud Œnotourisme et fait désormais partie de marque VAUD+.

Comment et pourquoi avez-vous été approché par le canton ?
Je suis très impliqué dans la mise en valeur des activités vinicoles de la région. Je me suis donc inscrit pour la certification du projet Vaud Œnotourisme. Dans ce cadre, j'ai rencontré Yann Stucki, d'Oron, chef de projet, qui a fait un travail remarquable pour représenter la branche et c'est ainsi que j'ai été approché pour faire partie de la marque.

Que peut vous apporter cette marque et qu'est-ce que votre entreprise peut lui apporter ?
L'idée est de fédérer non seulement la branche vitivinicole, mais l'ensemble des acteurs de l'économie touristique. Le vaudois est un peu discret, pour ne pas dire timide, il n'aime pas se mettre en avant. À travers cette marque, les entreprises et les indépendants sont invités à donner une visibilité à la qualité de leurs offres. Il y a une diversité incroyable de savoir-faire dans notre canton ; des spécialités et un accueil formidables. Il faut faire en sorte que l'on soit fiers de nos produits.

Rapprocher les entreprises par leur appartenance au canton, c'est la bonne idée? Pourquoi?
Le but est aussi de créer un réseau de communication entre les différents partenaires. Trouver un dynamisme commun. Le client doit pouvoir être guidé d'un point à un autre: hébergement, restauration, loisirs. Nous avons besoin d'affirmer notre identité. En cela, la proposition de créer une appartenance commune pour soutenir la notoriété du canton est une excellente idée de la part du Conseil d'État. ■

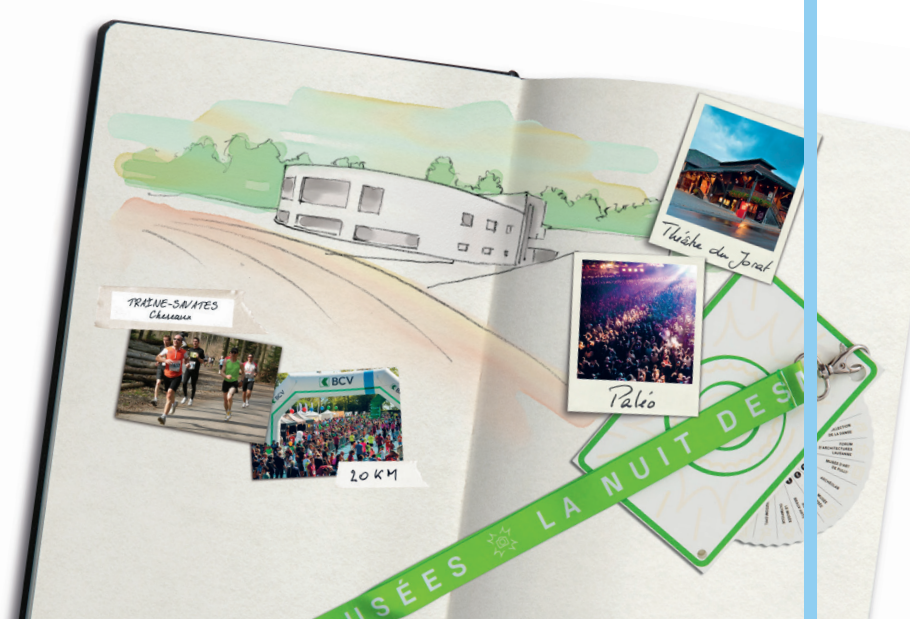
DR

Constant et Sophie Jomini, vignerons à Chexbres.

PUBLICITÉ

Vous aimez le sport et la culture?

Nous aussi! C'est pourquoi nous soutenons plus de 650 événements et associations chaque année.



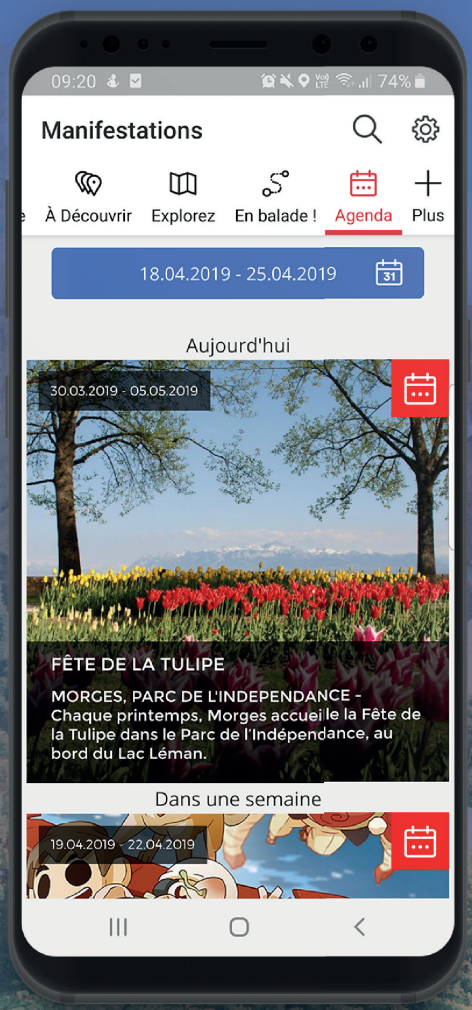
www.bcv.ch/sponsoring

BCV
Ça crée des liens

VAUD
Région du Léman

EN MANQUE D'INSPIRATION?

1001 idées toute l'année !



Téléchargez notre application Vaud:Guide

Télécharger dans l'App Store

DISPONIBLE SUR Google Play

« Il manquait un étendard »

Maraîcher des temps modernes, Serge Gander voit dans l'instauration d'une marque fédératrice un gage de rayonnement au-delà des frontières cantonales.

Troisième canton suisse en terme de population, Vaud se dote d'une marque qui donne envie de vivre ensemble, de se rencontrer, d'unir ses forces et qui favorise un rayonnement à l'échelon national et même international. À l'heure d'évoquer la marque VAUD+, Serge Gander montre un réel enthousiasme. Pour ce chef d'entreprise, s'il existe de nombreuses manières de promouvoir les atouts d'une région, il manquait un étendard, un repère objectif pour unifier l'extraordinaire diversité du patrimoine cantonal.

À Molondin, dans le district Jura-Nord vaudois, Serge Gander dirige CombaGroup. L'entreprise se fraye une voie confortable et exclusive dans l'aéroponie, entendez la culture de produits maraîchers hors sol. La simple évocation de ce domaine situe le niveau d'innovation que doit maîtriser la jeune entreprise vaudoise. Mais ce patron garde la tête froide. « Les enjeux sont phénoménaux : en 2050, 80 % de la population sera urbaine ! » lance-t-il.

Un bout de vie en Asie (20 ans), une carrière pour se convaincre que l'amélioration des processus est une piste fiable pour le futur de l'alimentation, le bouillant CEO est à son poste depuis deux ans. Dans un canton où le terroir est anobli par l'UNESCO, il démontre que certaines cultures maraîchères peuvent économiser jusqu'à 70 % de matière utile en recourant à l'aéroponie. Libérer des terres arables au profit de cultures qui en ont besoin, comme justement la vigne qui se nourrit de leur extraordinaire richesse, c'est le credo de CombaGroup.

ARC Jean-Bernard Sieber

Serge Gander montre une salade qui a poussé dans les serres de son entreprise CombaGroup, spécialisée dans le secteur high-tech de la culture maraîchère hors sol.

S'il reconnaît que le Canton assure sa propre promotion au-delà des frontières, Serge Gander ajoute que la marque VAUD+ permet un aller-retour très efficient, un échange public-privé où s'expriment innovation, passion, qualité et excellence. C'est aussi le moyen de contribuer au maintien de la Suisse au top de l'innovation mondiale. ■

PUBLICITÉ

FURER 1893 uspi vaud
Régisseurs & Courtiers
www.furer.ch

Créée en 1893, la régie Furer, forte de 4 générations, vivra cette année sa 6ème Fête des Vignerons.
Plus de 125 ans au service de l'immobilier romand. Gérance, location, administration de ppe, achat, vente et estimations sont nos domaines de compétences.
Furer SA est la plus ancienne régie de la Riviera vaudoise et cultive avec bonheur le paradoxe de compter parmi les plus modernes. Sa renommée lui vaut d'être active sur l'ensemble de l'Arc lémanique ainsi qu'en Valais. Ancienne de par son histoire mais actuelle et au top de par ses prestations.

1893 · 2018 125 ans

4 Générations
6 Fêtes des Vignerons
1905/1927/1955/1977/1999
et
FeVi 2019

Des atouts dont il faut jouer à fond

Pour la promotion économique vaudoise, la marque Vaud+ peut appuyer les démarches des entreprises locales à l'étranger.

Au début de ce mois, les responsables de la promotion économique vaudoise ont annoncé une année 2018 de tous les records. Trente-trois sociétés étrangères se sont en effet installées dans le canton, avec une prévision de 315 nouveaux emplois prévus d'ici à cinq ans. Quant aux start-ups à forte croissance affiliées à la plateforme « Scale-up Vaud », lancée par Innovaud, elles sont désormais au nombre de 24 et ont créé 361 nouveaux emplois en Suisse durant l'année 2018. Pour autant, ces entreprises n'ont pas attendu le lancement de la marque Vaud+ pour être attirées dans le canton, preuve que ces atouts doivent aussi inspirer les « patrons » d'ici. « Les valeurs incarnées par ce nouveau label sont très porteuses, mais il faudra de la patience pour qu'il soit reconnu à l'international », résume Jean-Frédéric Berthoud, directeur du Développement économique vaudois. « Il est parfois plus facile de convaincre les étrangers du potentiel de notre région que ceux qui y vivent au quotidien. Il faut bien s'en rendre compte qu'aujourd'hui, nous jouons dans la cour des grands avec l'EPFL et tout ce qui gravite autour des sciences de la vie ou de l'oncologie par exemple. C'est un véritable aimant, alors qu'il y a dix ans, que notre force reposait essentiellement sur notre attractivité fiscale, il faut l'admettre. »

La promotion économique vaudoise organise régulièrement des rencontres entre multinationales et PME vaudoises, qui connaissent un grand succès et permettent – d'une certaine manière – de « décomplexer » les entreprises locales. Ces dernières possèdent en effet un savoir-faire, des collaborateurs bien formés, une rigueur dans le travail et des produits qui peuvent naturellement sortir des frontières. Reste aux premiers concernés de s'en convaincre. « La marque Vaud+ ne va pas tout révolutionner, mais si l'attrait du canton est reconnu implicitement par le nombre de multinationales qui ont fait le choix de s'y établir, c'est aussi la preuve que les membres du label peuvent jouer cette carte de l'appartenance pour développer leurs activités », estime M. Berthoud. Pour Raphaël Conz, chef de l'Unité Entreprises du Service de la promotion économique et de l'innovation, la marque Vaud+ « crée une identité commune qui est partagée par des membres qui viennent d'horizons différents, ce qui est déjà un premier défi de relevé.

ARC Jean-Bernard Sieber

Raphaël Conz (à g.) et Jean-Frédéric Berthoud (à dr.) après la présentation des résultats 2018 de la promotion économique vaudoise. Pour ces spécialistes, l'implantation de la marque VAUD+ pose plusieurs défis.

Avec ce label, ils sont automatiquement associés à la qualité des produits, la précision, la compétitivité et la productivité, des notions primordiales aujourd'hui. » Si le Canton croit fort en sa marque, c'est aussi parce que « les meilleurs ambassadeurs de la promotion économique, ce sont les entrepreneurs et la dynamique de leurs entreprises, assure Raphaël Conz. Les multinationales veulent être près des talents, des start-ups, là où elles peuvent développer leurs affaires ainsi que de nouveaux produits. En ce sens, les membres de la marque Vaud+ font déjà partie de cet écosystème gagnant qu'il s'agira de faire vivre et de valoriser. » ■

IMPRESSUM

Rédaction : Vaud Presse (Sarah Rempe, Cédric Jotterand, Pierre-Dominique Chardonnens, Valérie Passello, Magaly Mavila)

Données statistiques : Statistique Vaud

Éditeur : Chancellerie d'État du canton de Vaud
Place du Château 4 – 1014 Lausanne

Éditeur délégué : PCL Presses Centrales SA
Av. de Longemalle 9 – 1020 Renens 1

Conception, mise en page de la partie rédactionnelle et impression : PCL Presses Centrales SA

Couverture : BIC (Marion Giroud, Fiona Amitrano)

Pages 16-17: Médiathèque Vaud / Journal de Morges

Publicité : PCL Régie publicitaire, Renens

Envie de relever un nouveau défi ? Rejoignez-nous !
Retrouvez toutes les informations sur notre site **orllati.ch**

Saisie 100% mobile

Gestion du temps du personnel

iTenax

Solution 100% cloud

JBM SWISS MADE

Mobatime SA
En Budron H20
1052 Le Mont-sur-Lausanne
021/ 654 33 50

SOLUTIONS

EARA

COLLECTIVITES - PARTICULIERS

ACOUSTIQUE EXTÉRIEURE | ACOUSTIQUE INTÉRIEURE | BOIS RIL BOIS IMPRÉGNÉ

EARA SA • 1607 Palézieux • www.eara.ch/eara • Tél./Fax: 021 908 08 58/50

SCHEUCHZER

Scheuchzer SA est à la pointe dans la conception, la fabrication et l'exploitation de machines dédiées à l'entretien des voies de chemin de fer. Fort de son expérience, l'entreprise est l'interlocuteur privilégié tant pour les travaux d'entretien que pour ceux de réfection comme l'assainissement, l'abais sement de tunnels, la substitution et la libération des rails ou encore le criblage dans les zones étroites.

Innover, optimiser, sécuriser : une nécessité permanente d'offrir le meilleur à notre clientèle.

SCHEUCHZER SA / Entretien mécanique des voies ferrées / Construction de machines
Ch. de Cudrex 1-4, 1030 Bussigny-près-Lausanne / +41 21 703 67 00 / info@scheuchzer.ch

Un terreau fertile pour les entreprises

Les statistiques démontrent l'incroyable potentiel du canton de Vaud qui cumule une somme d'atouts pour la prospérité du tissu économique.

Prêcher est une bonne chose, sauf si c'est dans le désert. Autrement dit, un label d'excellence est certes utile, mais à la condition qu'il puisse s'exprimer dans un environnement fertile et porteur pour ceux en attendent le plus: les entreprises. On parle également souvent de retombées, lorsqu'on évoque par exemple un grand événement sportif ou culturel, voire d'emplois indirects quand une grande multinationale s'installe dans une région, forte d'encouragements fiscaux.

Entre bien d'autres choses, c'est le rôle du statisticien que d'apporter un regard objectif et froid, celui des chiffres. Et il suffit de se pencher ceux présentés courant avril autour du produit intérieur brut vaudois pour se convaincre que le canton cumule des atouts non seulement à l'échelle du pays, mais également en comparaison internationale.

Tout commence pourtant – quand on regarde les graphiques – par un sérieux coup de froid (on croit presque à une erreur) en 2009. « Il s'agit tout simplement de la crise financière mondiale, qui a eu des répercussions partout, y compris dans le canton de Vaud », rappelle utilement Marc-Jean Martin, de Statistique Vaud. C'est la suite qui est intéressante à analyser avec la reprise immédiate de la Suisse et du canton, qui est resté plus performant en termes de PIB, d'emploi et de population, bien qu'il n'ait plus bénéficié de l'implantation et du développement d'entreprises d'envergure comme auparavant. » Cela illustre bien le potentiel de ce phare au milieu de l'Arc lémanique, globalement considéré comme une entité unique par les milieux économiques, et qui provoque sans doute une émulation plus forte que les cantons voisins. « Il y a toujours un nombre de créations de nouvelles sociétés plus grand qu'ailleurs», constate Christophe Reymond, directeur du Centre patronal, en guise de traduction de la statistique au terrain. « L'expérience montre que ce dynamisme est propre au canton de Vaud, qui offre des conditions positives pour qui veut se lancer. L'esprit d'entreprise est une réalité, mais il s'agit le plus souvent de PME. » Si elles sont le véritable poumon de l'économie, Christophe Reymond souligne aussi le fait que « nous ne comptons aucun poids lourd comme des géants de la construction, occupant plusieurs milliers d'employés. »

Une situation également relevée par le statisticien, comme une médaille à deux faces. De Vevey à Aubonne, on peut citer quelques multinationales qui comptent plusieurs centaines d'employés (parfois plus de mille pour certains cas isolés); mais si l'on excepte le fabricant de périphériques mobiles Logitech, né dans le village d'Apples, pour devenir une référence internationale dans son domaine, le campus lausannois n'a pas encore engendré de géant mondial et global incontournable comme Google ou Facebook. « C'est le rêve de certains, mais on peut aussi dire que la multiplicité des acteurs est également une chance pour le canton de Vaud, car quand survient un revers de fortune (NDLR: comme la faillite ou la délocalisation d'une grosse société), l'équilibre général permet de faire face et ne pas impacter l'économique d'une région dans son ensemble », explique Marc-Jean Martin.

ARC Jean-Bernard Sieber-a

Marc-Jean Martin de Statistique Vaud: « Depuis la crise de 2009, notre canton reste le plus performant au niveau du PIB ».

Une situation qui fait immédiatement penser à la récente décision du constructeur automobile japonais Honda de fermer son usine de Swindon au Royaume-Uni en 2022, une menace pour les 3500 personnes qui vont se retrouver sans emploi; et un casse-tête à l'échelle du pays, qui lutte chaque jour contre le chômage.

Le ciel vaudois est-il pour autant à l'abri des nuages? « Selon les estimations d'avril 2019, le PIB vaudois s'est élevé à 56,9 milliards de francs en 2018 et représentait alors 8 % du PIB national. Les prévisions tablent sur une croissance du PIB vaudois un peu plus rapide que la croissance suisse selon les prévisions établies par le Créa: +1,6 % contre 1,3 % pour 2019 et +1,9 % contre +1,4 % pour 2020 », détaille Marc-Jean Martin.

Si l'on ajoute qu'entre 1997 et 2018, le PIB vaudois a enregistré une croissance réelle moyenne supérieure à celle de la Suisse avec +2,4 % par an contre +1,9 %, on se rend compte que l'environnement cantonal est objectivement propice à la bonne santé des entreprises, qui semblent donc avoir intérêt à porter haut la marque VAUD+. ■

PRNewsfoto/Merck

L'Arc lémanique peut compter sur une formule magique qui lui permet d'accueillir des multinationales comme le géant pharmaceutique Merck, à Aubonne.

La formule magique de l'Arc lémanique

Hautes écoles, aéroport international proche et stabilité politique et monétaire font du canton un environnement favorable au développement économique.

Questionnés sur les ingrédients de la recette, tous les interlocuteurs concernés ramènent à cette formule magique. « Les principales raisons de la bonne performance vaudoise et suisse sont le bon positionnement de leurs produits (par ex. haute technologie et pharmas), un secteur public, des entreprises et des ménages peu endettés alors que des capitaux sont disponibles.

Et il faut ajouter à cela un cadre légal stable et prévisible, une présence au centre de l'Europe, un système d'éducation et de formation continue performant, une consommation préservée par un bon filet social et par un essor démographique soutenu, ainsi qu'un marché du travail souple qui affiche un faible taux de chômage », résume le statisticien Marc-Jean Martin dans le « portrait de l'économie vaudoise 2018-2019 ».

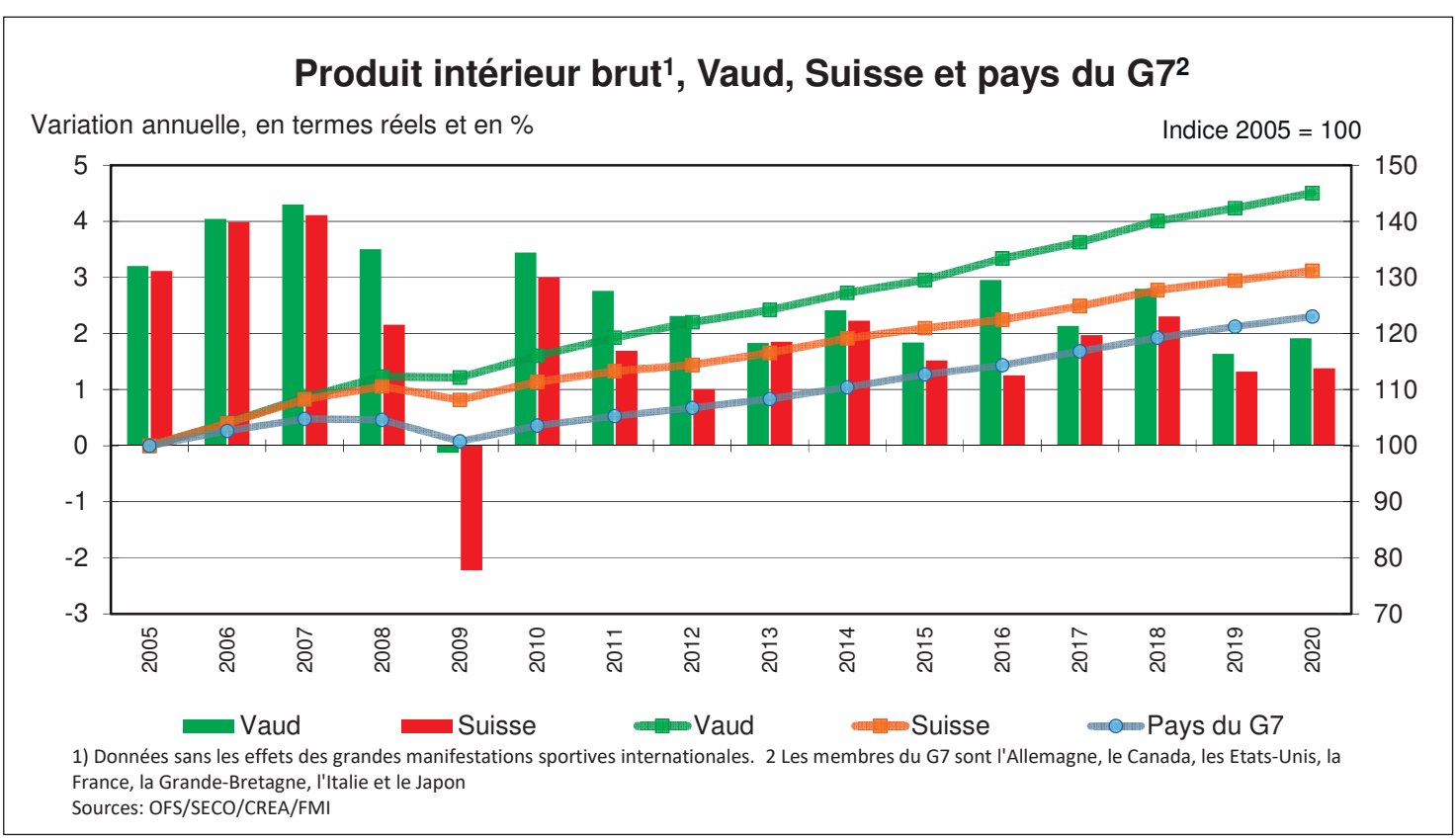
Une vision confirmée dans un autre style par un analyste financier de la place, qui estime pour sa part « qu'il arrive un moment où tous les astres sont alignés. Si vous créez une entreprise à Saint-Prex, au hasard, vous avez d'abord le cadre, la qualité de vie, la solidité du franc, la stabilité politique, l'aéroport – donc le monde – à votre porte, tout comme les hautes écoles. Cela crée forcément une émulation.

Dès que vous avez besoin de prestations ou de services, dans n'importe quel domaine, vous savez que vous allez les trouver dans un délai très court. On peut appeler ça de la chance, de la réussite ou de l'intelligence, mais la réalité est que c'est ici que cela se passe ! »

Reste à le faire savoir. L'idée de réunir tous les acteurs de l'excellence vaudoise autour d'une marque simple, mais porteuse de telles valeurs, devant à la fois mieux affirmer les capacités hors normes de ce coin de pays, tant à l'intérieur qu'au-delà de ses frontières. ■

EPFL

L'entreprise de périphériques mobiles Logitech, cofondée par Daniel Borel à Apples et désormais installée sur le site de l'EPFL, incarne le potentiel économique du canton de Vaud.



1) Données sans les effets des grandes manifestations sportives internationales. 2 Les membres du G7 sont l'Allemagne, le Canada, les Etats-Unis, la France, la Grande-Bretagne, l'Italie et le Japon
Sources: OFS/SECO/CREA/FMI

Soutenir les producteurs régionaux: c'est typiquement nous.
Jo Ann R., propriétaire de Migros
De la région.
MIGROS
Migros appartient à tout le monde.
C'est pourquoi elle soutient l'agriculture régionale comme nulle autre et propose dans toute la Suisse plus de 9000 produits régionaux, élaborés par plus de 10 000 producteurs régionaux.
migros.ch/proprietaires
MIGROS

VOTRE FOURNISSEUR D'ÉMOTIONS, **FÊTE SES 25 ANS!**

Une année remplie de surprises et d'émotions vous attend chez Emil Frey SA Crissier!

1994-2019 25 ANS VOTRE FOURNISSEUR D'ÉMOTIONS

Emil Frey

Emil Frey SA Crissier
Votre fournisseur d'émotions

Plus d'infos sur
emilfreycrissier.ch
Suivez-nous sur :