

MBA le renouveau



Cap sur l'émotion | Dossier spécial 13 | Nouvelles 37 |

bulletinHEC

LE MAGAZINE DES GRADUES



HEC actualités



MBA
le renouveau 9



Dossier spécial



On naît
entrepreneur 20



Gradués HEC



Les parallèles 34

SEXE ET MANAGEMENT

- Le management au féminin
- Influences de la génétique, de l'éducation et de l'environnement

KPMG
sponsor de l'association

GRADUES
HEC
LAUSANNE

bulletin n° 70 - mai 2005

Dans le business, tant que vous n'avez pas fait vos preuves, vous n'êtes qu'une femme. Et quand vous avez prouvé votre valeur, vous n'êtes plus vraiment une femme!

Histoire de chèvres...



Une amie me racontait pourquoi les bergers, gardant les chèvres dans son village, appellent certaines d'entre elles des «chèvres boucs». Ces dernières n'acceptent pas les hommages des mâles, ne se mêlent pas au troupeau des femelles et sont particulièrement agressives. N'ayant pas de petits et n'ayant pas de lait, elles sont les premières à passer à la boucherie.

Curieuse, j'ai commencé à passer en revue mes collègues féminines au filtre des «chèvres boucs». Quelques noms se sont imposés à mon esprit! Pourquoi suis-je toujours prête à soutenir et coopérer avec certaines et pas du tout avec d'autres? Qu'est-ce qui fait la différence? Mes lectures ces dernières semaines et notre dossier spécial ne me donnent pas une réponse définitive à cette énigme. La question est de savoir comment les femmes se débrouillent avec leur féminité dans un monde viril qui privilégie l'intelligence purement logique au détriment d'une intelligence plus intuitive.

Dans la nature, le mâle alpha (dominant) mange le premier et la femelle alpha la dernière, s'assurant ainsi du bien-être du troupeau. La société tient pour acquis le fait qu'une femme fasse passer les intérêts des autres avant les siens. L'altruisme

«C'est plutôt l'expérience vécue qui sculpte et singularise notre cerveau.»

et le dévouement sont, soi-disant, des qualités inhérentes à sa nature féminine. Tout comme est masculine l'identité basée sur le travail et les rapports de force. N'aurions-nous pas toutes et tous à y gagner en tenant compte à la fois de l'univers rationnel et de l'univers émotionnel? Le monde du travail ne serait-il pas meilleur si la femme pensait plus à elle et l'homme plus aux autres? Une des conséquences serait certainement une modification des organisations.

Les nouvelles technologies telles que les images à résonance magnétique (IRM) permettent de visualiser les zones mobilisées lors de toutes sortes d'activités. Ces images mettent surtout en évidence que la différence entre le cerveau d'un homme et celui d'une femme est comparable à celle existante entre un/e violoniste jouant de son violon et celui d'un rugbyman/woman jouant au ballon ovale. C'est plutôt l'expérience vécue (environnement, contexte social, éducation) que l'appartenance à un sexe qui sculpte et singularise notre cerveau.

Pendant que j'écrivais cet article, nous apprenions l'éviction de Carly Fiorina, éminente présidente de HP. Son engagement, son énergie mais surtout sa capacité à emmener dans son sillage la gent majoritairement masculine de son entreprise était reconnue de tous. Elle avait d'ailleurs toujours combattu la médiatisation de son parcours en tant que femme d'exception. C'est comme chef/fe d'entreprise et uniquement en tant que tel/le qu'elle souhaitait être reconnue. Désormais, il n'y a plus aucune femme dans le club très fermé des dirigeants d'entreprises faisant partie de l'indice des 30 premières valeurs industrielles de la bourse de New York.

La dernière était-elle une «chèvre bouc... émissaire» ayant passé à la boucherie Dow Jones?

Nadine Reichenthal,
membre du comité

«L'énigme de la femme active – Egoïsme, Sexe et compassion», Pascale Molonier, Ed. Payot 2003.

«Pourquoi les hommes se grattent l'oreille et les femmes tournent leur alliance?», Allan et Barbara Pease, First Edition 2005.

«Cerveau, sexe et pouvoir», Catherine Vidal», Belin 2005.

Aussi immuable que l'arrivée du printemps, voici le billet du président dans le Bulletin édité à cette époque. Et la rétrospective mentale que j'effectue pour amasser les informations intéressantes qui serviront à construire ce petit mot m'amène à philosopher quelque peu...

Bien chères toutes, bien chers tous,



Notre site web a pris son envol et a atteint sa vitesse de croisière (en soulignant les efforts constants qui doivent être faits pour l'entretenir).

Le bulletin relooké semble avoir touché sa cible : en réalité, peu de réactions de la part des lecteurs, et dans la grande majorité, positives. Les activités battent leur plein (par exemple, la visite de l'entreprise Djevahirdjian à Monthey, un bijou, si vous me passez l'expression).

Alors, que demande le peuple?

Justement, si nous le savions vraiment... Une enquête (dont les questions figuraient au verso de la feuille « Est-ce exact » envoyée aux non-membres à l'occasion du renouvellement de l'annuaire) leur demandait entre autres les raisons de leur non-adhésion. Si nous n'avons pas croulé sous les retours, et si, au moment où je rédige ce billet, l'analyse n'a pas été encore approfondie, il y en a eu cependant assez pour tirer un enseignement : **ça part dans tous les sens !**

En vrac : « Cotisation trop chère, mais pas assez de prestations. Pas le temps, mais on devrait accroître le networking. Quand j'ai enfin le temps, c'est que je suis à la retraite et je ne me sens plus concerné...»

Bref, il n'y a plus à tergiverser, et comme le dit la maxime : tout objectif flou se transforme inéluctablement en catastrophe précise.

Afin de la faire mentir et pouvoir procéder au recrutement de notre secrétaire générale qui devrait commencer à officier en été 2006 (comme déjà annoncé d'ailleurs lors de la dernière

« Tout objectif flou se transforme inéluctablement en catastrophe précise. »

assemblée générale), il faudra avoir les idées claires sur la mission et la stratégie de l'association pour les trois à cinq prochaines années au minimum.

Beaucoup d'éléments sont à reconstruire par les temps qui courent. Les accords de Bologne font que les cursus universi-



taires ne sont plus aussi rigides dans la durée et dans le choix du lieu des études. Raisonner par volée annuelle sera-t-il toujours pertinent à l'avenir? Ce n'est qu'un exemple des nombreuses questions que l'on peut se poser, et sûrement pas le plus stratégique.

Vous serez tenus au courant de ces réflexions dans le prochain Bulletin. Et n'hésitez pas : chaque idée, même tout petite, doit nous être communiquée!

Je vous souhaite une très bonne lecture, et notamment celle relative au passionnant dossier spécial dont le slogan pourrait être proche du plagiat d'une certaine presse dominicale : « On a tous quelque chose de féminin. »

Bien à vous,

Perry Fleury
Président de l'Association

Notre nouveau plan d'études dirige un nouvel attelage : sept masters sont désormais offerts à nos étudiants qui terminent leur premier cycle de 3 ans menant à l'obtention d'un bachelor.

Un nouvel attelage pour une nouvelle arène



Vous connaissez tous le film «Ben Hur». Dans l'une des scènes qui ont marqué l'histoire du cinéma, qui se déroule en Judée sous l'occupation romaine, le héros, après moult péripéties, se trouve aux commandes d'un char mené par quatre chevaux arabes en compétition dans une course dont la victoire va bien au-delà du simple mérite sportif. Cette évocation n'a pas pour but de pondérer l'aspect résolument féminin du dossier principal de ce bulletin mais celui d'imager les enjeux auxquels notre école est actuellement confrontée.

Notre char évolue dans une nouvelle arène, plus vaste et à la compétition affirmée. Connaître nos concurrents, définir nos priorités et nos axes stratégiques, nous positionner en Europe comme l'une des meilleures écoles de management et d'économie sont des objectifs prioritaires, comme le sont également les relations avec le monde des entreprises. Notre processus de qualité qui devrait aboutir à une accréditation de HEC Lausanne auprès de l'EFMD (European Foundation for Management Development) en est un des aspects principaux.

La candidature à l'éligibilité de notre Ecole a été acceptée par cet organisme, après une première visite d'évaluation par l'un des membres. Un dossier fouillé est en cours de réalisation, après la réception duquel le comité de direction de l'EFMD effectuera sa visite d'évaluation du 9 au 11 novembre, visite à l'issue de laquelle la décision d'accréditation sera prise. Un des facteurs clés de succès dans cette démarche réside dans notre compétence dans le domaine des formations continues : notre programme phare, le MBA, est désormais entre les mains d'une nouvelle directrice, Michelle Botha. Ses compétences, sa motivation et son dynamisme font plus pour la cause féminine dans le monde du management que toutes les politiques de quotas possibles.

Pour le plan d'études des premiers cycles, il s'agit de mettre en place la meilleure combinaison possible pour mener au succès, non pas notre Ecole, mais les titres que nous délivrons. Combiner un attelage est un choix délicat. Faut-il envisager un équilibre des forces, des chevaux de même tempérament pour garantir la bonne tenue de route ? Ou au contraire s'agit-il, comme dans notre film, de combiner chevaux fougueux, aptes à donner le rythme et coursiers plus pondérés, garants de cohésion quitte à compliquer la tâche du conducteur ? Le décanat HEC a résolument opté pour la diversité, non pas dans les exigences en matière de qualité, mais dans le respect

des cultures composant notre Ecole : finances, économie, management, entrepreneuriat, actuariat, comptabilité et systèmes d'informations. Chacune d'entre elles a su exprimer, dans son programme, ses propres réponses aux défis que pose le monde économique de demain. J'ai plaisir à signaler que dans ce domaine également, une femme, Sylvie Petrovay-Grin assure avec son équipe (féminine elle aussi) la responsabilité de ces nouvelles filières au sein de la Graduate School. L'intérêt de nos étudiants et de ceux provenant du monde entier est déjà vif pour ces nouveaux programmes. Le décanat se doit de contribuer à faire reconnaître ces nouveaux titres par une politique de communication intensifiée auprès de leurs futurs employeurs.

La course est donc loin d'être finie et HEC n'arrêtera pas son char. Notre Ecole peut pour cela compter sur l'appui du rectorat de l'Université qui a clairement placé HEC en tête de ses priorités. Nous avons beaucoup d'atouts dans notre jeu et nous travaillons à en forger d'autres.

François Grize
Doyen de l'Ecole des HEC
www.unil.ch

actualités | | | | |



MBA : Le renouveau



Edhec et HEC



L'équipage

Le programme, qui s'adresse aux professionnels de la Suisse et des pays voisins, contribue à remplir une des missions de notre Ecole : apporter aux cadres en poste les moyens d'optimiser et de mettre à jour leurs compétences.

Le renouveau du MBA HEC

Depuis quelques années, le «marché» de la formation au management s'internationalise de plus en plus. Nos managers suisses ont la possibilité d'aller se perfectionner partout dans le monde et, de notre côté, nous devons faire en sorte d'attirer des participants de tous les horizons. Face à cette situation, il est impératif que l'Ecole continue de proposer un MBA de qualité.

En effet, toutes les grandes universités du monde offrent au moins un programme MBA, et ce programme constitue un des éléments clés de leur notoriété. La qualité de ces MBA détermine, en particulier, les fameux classements des business schools. De plus, un MBA de haut niveau est un prérequis dans le processus de certification EQUIS, qui est un des axes stratégiques de développement de l'Ecole.

Notre MBA HEC Lausanne devient donc un peu plus international, à la fois pour répondre à la demande des entreprises et des cadres en poste mais aussi pour contribuer au rayonnement de l'Ecole HEC dans son intégralité. Ainsi, la communication que l'équipe MBA a mis en place, d'une part par le lancement d'une campagne de promotion internationale dans *Businessweek* et d'autre part en participant à de nombreux salons de l'éducation, aura des retombées sur la notoriété de l'Ecole.

Pour toutes ces raisons, le MBA de HEC Lausanne tend à acquérir une importance et une lisibilité accrues au sein de l'Ecole. Pour cela, de nouveaux moyens lui ont été consacrés en termes de structure (un directeur administratif



Michelle Botha
directrice du
programme MBA
infomba@unil.ch

dédié exclusivement à ce programme a été recruté) et de politique de communication. En ce qui concerne ce dernier point, la communication a été redéfinie avec l'aide d'une agence de communication, ce qui a permis de lancer un déploiement de la marque et de redessiner tous les supports de communication pour les rendre plus adaptés à un marché mondial. L'impact de ce processus de restructuration est

même temps des diversités internationales.

Pour faire valoir notre modèle, nous avons donc monté, avec la participation de la CVCI, un nouveau module axé sur l'internationalisation. La forte tendance à l'internationalisation des activités concerne autant les PME que les entreprises multinationales. C'est pour cette raison que nos participants, à partir de l'année 2005/6, auront l'opportunité de travailler sous la tutelle du professeur Pia Maria Arenius, ancienne directrice exécutive du projet Global Entrepreneurship Monitor et en collaboration avec des PME de la région sur ce thème. Le cours se déroule sur six semaines, et chaque semaine un nouvel aspect de l'internationalisation sera traité, par exemple le besoin de s'internationaliser, le choix de la stratégie à suivre, les modalités de la stratégie en termes concrets et les marchés propices à cette démarche.

« Répondre à la demande des entreprises et des cadres en poste. »

visible également dans le programme en cours d'emploi; le lancement du nouveau MBA exécutif est prévu pour septembre 2006.

Cependant, ces changements ne veulent pas dire que nous renions notre histoire riche de 25 ans, au contraire! Nous souhaitons capitaliser sur notre passé et montrer que notre modèle suisse de management et d'excellence a une pertinence mondiale et peut être largement diffusé quand il s'enrichit dans le

Cette nouveauté, que nous rajoutons à la formule prouvée de notre programme, appuyé sur un réseau d'anciens impliqué, contribue à la valeur, au prestige et à la notoriété croissants du diplôme MBA HEC Lausanne. Faisons de notre diplôme une référence en Europe.

Les casquettes à croix rouge, vous vous en souvenez ? L'aventure continue direction les Sables d'Olonne du 16 au 23 avril 2005.

Suivez jour après jour les exploits de l'équipe sur www.comite.ch/EDHEC

Cap sur l'émotion !

Le Comité HEC envoie, cette année encore, sur le site mythique des Sables d'Olonne son élite navigante pour participer à la 37^e édition de la fameuse Course Croisière EDHEC (CCEDHEC). Mais qu'est ce que cette CCEDHEC?

La CCEDHEC est une course de voile. C'est aussi le plus grand événement étudiantin d'Europe. En effet, près de 200 bateaux, plus de 6000 étudiants et skippers professionnels, 15 000 visiteurs, sont réunis le temps d'une semaine riche en émotions. C'est un événement qui «brasse du monde»! Près de 18 nationalités sont représentées sur les 12 000 m² de village!

Crée en 1969, la CCEDHEC est une véritable référence en matière de voile tant dans les milieux amateurs que professionnels.

Le Comité HEC envoie depuis plusieurs années une délégation qui participe au «Trophée International». Cette année, le projet est mené de main de maître par deux responsables du Comité, **Jessica Guignard et Alexandre Amichia**. La CCEDHEC n'est pas une mince affaire! Nos deux responsables ont d'abord dû sélectionner les membres de l'équipage sur la base, bien évidemment, de leurs qualifications en voile, mais aussi de leur motivation et capacité à travailler en groupe pour mener à bien cette grande aventure. Résultat: une équipe 100 % HEC, hétérogène du point de vue des origines – constituée de personnes venant de Belgique, France, Grèce, Allemagne, Espagne, Norvège, Côte d'Ivoire et Suisse (tout de



L'équipe: derrière, Lionel Maret, Pablo Izquierdo, Audrey LeCamp, Jessica Guignard, Alexandre Amichia, Jérôme Vaneberg. Devant, Dimitri Vaharis, Daniel Von Willich, Heidi Gjersø.

même!) – et très motivée à faire un excellent résultat aux Sables d'Olonne.

Depuis le début de cette année académique, les démarches se succèdent pour trouver des sponsors, organiser le voyage, le ravitaillement, l'image de l'équipe, etc. Pour cela, l'équipe a la chance de pouvoir compter sur ses deux parrains; **Thilo Eckart** est diplômé de HEC et ex-participant de la CCE. Fondateur et CEO de Cegos Suisse, société active dans le conseil et la formation, il apporte son aide précieuse en management de projet. Quant à l'excellent navigateur suisse **Stève Ravussin**, il soutient l'équipe dans son projet sportif.

Tout cela n'aurait pas été possible sans la participation de nos partenaires: Eli Lilly, PriceWater

HouseCoopers, La Brasserie du Château à Lausanne, et les autres que nous vous dévoilerons d'ici peu.

Grande nouveauté de cette année, une liaison sera assurée entre l'université et le site de la course. **Audrey LeCamp** animera un stand nommé «La Passerelle», où les JT de la course seront retransmis sur écran géant, de même que des interviews de nos marins. Cet espace offrira un lieu de rencontre et d'échange privilégié aux étudiants et à nos sponsors.

La suite de l'aventure s'annonce palpitante pour ces étudiants passionnés de voile. Nous leur souhaitons bonne chance et bon vent, Cap sur l'Emotion!

Jérôme Vaneberg

Deux parcours professionnels prestigieux, deux parcours familiaux similaires et une rencontre décisive, il y a 9 mois, temps de gestation nécessaire à l'éclosion de Crescendo Marketing, une jeune poussée en pleine croissance.

Quand des parallèles

Anne Headon Thoviste

Graduée HEC 1987.

Mariée, 3 enfants de 7, 5 et 1 an.

A sa sortie de l'université, Anne est engagée par McKinsey à Zurich où elle passe trois ans dans le monde de la stratégie de haut vol. Forte de cette première expérience et avec en prime un MBA en poche de l'INSEAD, Anne décide de revenir à l'opérationnel et plus particulièrement au marketing. Elle est d'abord engagée chez Procter & Gamble, General Export & Food Division Europe à Genève où elle passe trois ans comme Brand Manager avant de décider de partir à Londres pour rejoindre le groupe l'Oréal. Après un relancement réussi de la marque phare Ambre Solaire qui la met en position de leader du développement de la marque pour toute l'Europe, elle reprend très vite la Direction marketing des Laboratoires Garnier UK, une division du groupe encore jeune qu'il faut établir sur le marché anglais. Cinq ans plus tard, après deux gros lancements de nouvelles marques, ayant presque doublé le CA et la notoriété de la division, elle revient à Lausanne avec son mari, nommé General Manager chez Diageo Suisse. Naissance de deux enfants, elle assure en tant qu'indépendante des mandats de marketing pour des start-ups et PME de la région, avec dans certains cas une participation au Board. Elle a fait aussi partie du comité de l'Association des gradués, où elle a participé entre autres au relooking de notre site internet et du Bulletin HEC. Après la naissance d'un 3^e enfant, Anne décide de donner une nouvelle dynamique à ses activités professionnelles, qui se cristallise avec la rencontre d'Alexandra et la création de Crescendo Marketing.



Anne Headon Thoviste et Alexandra Post Quillet.

Propos recueillis par Maguy Gillot

Alors ce 4^e bébé, comment se présente-t-il ?

Alexandra/Anne : Il se porte plutôt bien car nous travaillons aujourd'hui sur plusieurs mandats en parallèle... Le bébé a donc à peine quelques mois et ne ressemble déjà plus à un nourrisson !

Comment vous êtes-vous rencontrées ?

Une amie commune nous a réunies et dès notre deuxième rencontre, nous avons eu envie de monter un projet ensemble. Nous nous sommes découverts de nombreux points communs tant sur le plan professionnel que familial, mais aussi une vraie complémentarité, et il a été très vite évident que nous étions faites pour collaborer. Nous avons donc décidé de créer Crescendo Marketing afin de mettre au service des PME notre savoir-faire dans le marketing.

Inutile de vous énumérer toutes les mises en garde telles que «vous allez briser votre amitié», «dans une entreprise il faut un chef, qui sera le chef?», «comment allez-vous faire pour concilier famille et business?», quelles sont vos complémentarités?, etc. Nous avons juste suivi notre intuition qui s'est avérée être bonne.

Quelle est donc la complémentarité entre vous deux?

Anne est plutôt de nature à aller dans le fond des choses, c'est «la foreuse». Alexandra de son côté est toujours à la recherche d'idées, de comparaisons et de nouveaux contacts, c'est «la butineuse». Chacune a ses spécificités et la combinaison de deux expériences opérationnelles différentes nous permet d'avancer de manière très itérative et très rapide. Quant au besoin de nommer un chef, c'est parfaitement inutile dans notre cas et dans notre type d'activité.

Pourquoi se concentrer sur des PME, après des passages dans de grandes sociétés comme Unilever, P&G et l'Oréal?

Nous avons appris beaucoup de nos années l'une chez Unilever et l'autre chez l'Oréal. Leurs cultures d'entreprise sont axées sur l'initiative, l'entrepreneurship et la prise de risque.

C'est cet esprit d'entrepreneur que nous aimons et que nous retrouvons dans les PME.

Quels services offrez-vous avec Crescendo Marketing?

Notre toute nouvelle société (création officielle le 1^{er} janvier 2005) s'adresse à des PME qui souhai-

graduées à l'honneur



gradués

se rencontrent

tent accélérer leur croissance en professionnalisant leur approche marketing et commerciale. Nous nous adressons soit à de jeunes entreprises qui ont mis l'accent sur le produit en négligeant le côté marketing (c'est souvent le cas dans les start-up), soit des entreprises plus anciennes qui ont une image qu'il faut «rajeunir». Dans les deux cas, il y a un manque de compétence marketing en interne et la volonté du CEO de trouver un partenaire sans embaucher des ressources supplémentaires.

Quels sont vos atouts, votre originalité?

C'est la combinaison «stratégie» et «mains dans le cambouis». Nous commençons typiquement par faire un diagnostic très en amont pour donner une lecture de la situation et de ce que sont les freins à la croissance. Le marché, la marque, la clientèle, tout est passé au crible avant d'établir une nouvelle stratégie marketing et commerciale, suivie d'un plan d'action. Notre originalité tient donc au fait que nous pouvons faire un diagnostic et une stratégie «à la McKinsey» aussi bien qu'un plan marketing bien ficelé avec les moyens du bord que possède une PME.

Quel est le type de relation que vous avez avec les patrons de PME?

Une relation de partenariat plutôt qu'une relation consultant-client. Un patron nous a dit que de travailler avec nous lui permet de dormir plus tranquillement, avec l'assurance que le marketing de sa société est entre de

bonnes mains. Une forme de «sommeil du juste», lui permettant de se concentrer sur ses domaines de compétences. Ce sont ces types de partenariat qui durent le plus.

Le petit plus non négligeable est le plaisir que nous avons tout simplement à travailler et à le faire ensemble. Notre enthousiasme touche également nos clients qui s'embarquent avec confiance dans l'aventure que nous leur proposons.

Comment conciliez-vous la famille et le travail?

Tout est dans le maintien d'un bon équilibre. Nous gardons chacune un jour par semaine consacré à la famille et nous avons la chance de pouvoir partiellement travailler à la maison. Nous essayons également de préserver les vacances scolaires. L'important est de communiquer «les règles du jeu» clairement à nos clients, dès le départ. Cela ne nous a, pour le moment, pas créé de problèmes car c'est un système clair et transparent.

Vous avez toutes les qualités pour réussir, comment pensez-vous gérer votre croissance?

Nous donnerons toujours la priorité à la qualité et pas à la quantité, ainsi qu'au plaisir de travailler. Nous fixons nos limites, c'est un grand privilège.

Crescendo du latin crescere, qui signifie croître, amplifier, augmenter l'intensité, c'est ce que nous souhaitons à Crescendo Marketing, et aux deux jeunes femmes qui se sont lancées dans cette aventure. Bravo!

Alexandra Post Quillet
Graduée HEC 1989. Mariée, 3 enfants de 7, 5 et 1 an.

Juste après sa licence, un stage AIE-SEC d'une année en Afrique du Sud lui donne le goût des grands espaces. À son retour en Suisse, elle entre chez Nestlé comme auditeur opérationnel pour l'Europe pendant deux ans puis chez Unilever à Zurich dans le marketing et la vente pendant trois ans. Envoyée au Vietnam, toujours pour Unilever, elle aidera au démarrage du groupe. Dans un environnement en pleine croissance et où tout est à construire, elle aura l'occasion à maintes reprises de montrer qu'un Marketing Manager sait aussi mettre «les mains dans le cambouis». Elle acquiert dans cet environnement une flexibilité et une rapidité d'esprit qui lui permettent de penser que «tout est possible». Son entreprise l'envoie ensuite en Pologne pendant plus de quatre ans comme Business Unit Director Home et Personal Care responsable de 150 personnes. Dans un environnement sans croissance et très compétitif, elle restructure la division avec pour résultat un retour à la croissance et une rentabilité retrouvée. Elle rentre en Suisse avec son mari, nommé Directeur Marketing chez Nespresso et continue de travailler pour Unilever Europe. Peu après la naissance de son 3^e enfant, elle rencontre Anne et elle se lance dans l'aventure Crescendo.

CRESCEDO MARKETING

Activateur de croissance

nouvelles

rencontre

Heureuse rencontre à Caponga !

Qui l'eût cru? Le monde est incroyablement petit... De passage dans une oasis de paix perdue au nord du Brésil (Etat du Ceará), le soussigné a eu la surprise de faire la connaissance, puis de trinquer à la santé des



Anciens avec Jan Wolff et Yvan H. Antitch, tous deux diplômés HEC Lausanne, en 1969.

Jan Wolff (à droite) est installé depuis 1973 déjà en Amérique du Sud; après avoir bourlingué à travers le continent et occupé des fonctions de dirigeant au sein de plusieurs entreprises pharmaceutiques, il a ouvert sa propre affaire, Distrivet SA, actuel leader brésilien de la distribution de produits vétérinaires spécialisés. Yvan H. Antitch (à gauche) est résident américain, habitant Washington DC. Après sa licence HEC Lausanne, il a complété sa formation à l'IMEDE dont il sortit diplômé en 1971 – avant de rejoindre la Société Financière Internationale, où il a « sévi » avec passion au cours des dernières 25 années en parcourant la planète. Yvan, qui ne connaît pas de développement économique sans profits opérationnels/financiers (et surtout réciproquement!) est actuellement un préretraité heureux en pleine forme dont le credo reste – à l'instar de celui du soussigné – une économie éthique et morale.

Francis Scherly (au centre!) Professeur-associé Ecole des HEC



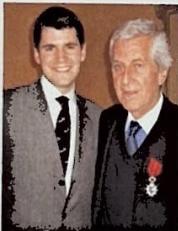
gradués

félicitations!

Gradué HEC chevalier de la Légion d'honneur

Patrick Gueudet, gradué HEC Lausanne 1965, a été fait chevalier de la Légion d'honneur le 9 mars dernier. Sa nomination avait fait l'objet d'un décret du Président de la République française en date du 31 décembre 2004 et publié dans le *Journal officiel* le 1^{er} janvier 2005.

Patrick Gueudet a dirigé et développé le groupe familial de distribution automobile Gueudet pendant près de 40 ans, hissant l'entreprise au rang de troisième distributeur automobile français.



Il a par ailleurs fait figure de pionnier dans la réalisation de progiciels de vente assistée par ordinateur, parmi lesquels TopModèle, logiciel de vente de véhicules neufs, TopLease, logiciel de location longue durée de véhicules et TopVogue, logiciel de vente de véhicules d'occasion.

L'Association des gradués HEC est heureuse de féliciter publiquement Patrick Gueudet, membre de l'Association des gradués, pour cette prestigieuse nomination.



la nuit des iris a vécu

Vive la nouvelle Soirée des gradués!

La «Nuit des Iris», qui a brillé de mille feux pendant six années consécutives et a permis à 1189 gradués de se retrouver, change de formule.

La nouvelle «Soirée des gradués» se déroulera au centre de Lausanne.

Tous les membres cotisants recevront une invitation. Il n'y aura plus de sélection par volée.

Afin de pouvoir inviter les gradués fraîchement promus, la soirée aura lieu le lendemain de la cérémonie officielle de remise des licences qui se déroulera cette année le vendredi 18 novembre. La Soirée des gradués aura lieu le samedi 19 novembre 2005.

Les gradués pourront former leur table, inviter d'autres amis gradués, pas forcément de la même promotion. Les conjoints, compagnes, compagnons, sont évidemment les bienvenus.

Le comité de l'Association vous concocte un repas et une soirée qui vous permettront de retrouver vos amis gradués dans une ambiance sympathique et décontractée.

Les cartons d'invitation vous parviendront à la fin du mois d'août. Le comité de l'Association se réjouit déjà de vous accueillir à cette nouvelle soirée des gradués HEC Lausanne.



tratives. Quatre dimensions sont plus particulièrement investiguées et évaluées: la capacité de pilotage de l'action publique; le fonctionnement organisationnel; la culture organisationnelle; la légitimité interne et externe. Sur la base d'un point de vue résolument «humaniste», c'est-à-dire mettant les problèmes humains au centre du questionnement, tout en accordant une attention particulière à l'interface entre politique et administration, problème clé de la nouvelle gestion publique, ce travail développe une lecture à la fois conceptuelle et empirique des mutations en cours, permettant de mettre à jour la présence de nombreux paradoxes. Une fois ces paradoxes explicités pour chacune des dimensions analytiques retenues, les auteurs développent des recommandations pratiques pour tenter d'éviter, à l'avenir, certains des principaux écueils identifiés.

Alain Max Guénette

«Impacts des décisions informatiques: introduction à l'informatique pour le décideur non-informatien», de Philippe Dugerdil (dir.), Presses polytechniques et universitaires romandes.

Poser les bonnes questions en matière de technologies informatiques, avant de recourir éventuellement à un audit informatique, voilà l'objectif de ce livre qui revient à offrir au décideur non informatien une compréhension des concepts et des enjeux. L'ouvrage aborde de sujets tels que l'outsourcing, le processus, les bases de données relationnelles, l'externalisation de la maintenance, la qualité en informatique ou le suivi de projet... Les chapitres de cet ouvrage didactique orienté management sont accompagnés d'une check-list des éléments importants à considérer lors d'une prise de décision.

Philippe Laurent

Lisa, Lisa, (we're so) sad Lisa, Lisa



Comité HEC 1995-1996: Lisa Veron Brunner dans les bras de Xavier, Sébastien, Mathieu, Alain et Laurent, puis Martin, Erik et Maria sur les épaules de Cédric.

Lisa, tu étais notre trésor, hier, et tu as illuminé nos soirs, hé!

Ces mauvais calemboirs t'auraient fait sourire. De 1994 à 1996, nous avons été tes potes du Comité, et si cette période reste pour nous un si chouette souvenir, c'est surtout grâce à toi.

On s'était toujours demandé pourquoi tu avais choisi HEC, toi si simple, si jeune, si brillante, si ouverte, pas vraiment le profil type de celle qui compte les sous et qui organise le bal pour se faire offrir une robe de soirée... Et pourtant, à travers le Comité, tu avais pu exprimer ton besoin d'organiser, de partager, d'aider. Et de bien te marrer, aussi!

Ta curiosité y trouvait l'occasion d'apprivoiser de nouveaux mécanismes, en y appliquant tes solutions, avec toute ta passion et la vigueur de ton caractère! Tu jonglais un peu avec un concept, tu le domptais rapidement, avec précision et énergie, ça nous stupéfiait. Ton agilité d'esprit te faisait ensuite passer à autre chose, de différent, donc plus intéressant.

Des étudiants au corps professoral, tout le monde t'appréciait. Grâce à toi, les relations avec le décanat et les autres facultés furent facilitées. Nos licences en poche, nos chemins se sont séparés: nous nous étions perdus de vue. Avec

ce que tu étais, avec ce que tu avais appris, tu es allée loin d'ici, vers l'autre, vers d'autres, avec MSF puis à l'OMS, pour lutter contre la tuberculose. Le H de ton HEC, c'était l'Humain d'abord: pas fréquent parmi les gradués!

On se réjouissait de te revoir, une fois, au hasard de la vie, mais surtout dans longtemps, pour qu'enthousiaste, tu nous racontes tes aventures de terrain. Nous étions sûrs d'entendre reparler de toi.

Mais nous n'aurions jamais, jamais imaginé apprendre ta tragique disparition le 10 janvier 2005 à Harare au Zimbabwe, alors en mission auprès de l'OMS, dans des circonstances encore mal établies.

Le dicton est donc vrai: à 30 ans, c'est bien la meilleure qui s'en va.

Lisa, tes amis du Comité te disent adieu. Nous t'aimions tant, et tu nous le rendais bien.

Nos pensées vont à ton mari Martin Brunner et à tes parents, à Etoy.

Pour le Comité HEC: Mathieu Besson et Xavier Demierre

A ta mémoire sur le site de l'OMS:
<http://www.who.int/tb/lisa/fr>



Dès l'automne 2005, HEC Lausanne propose

MASTERS SELON BOLOGNE

- Master of science in Management
- Master of science in Economics
- Master of science in Actuarial Science
- Master of science in Accounting, Control and Finance
- Master of science in Technology Management and Entrepreneurship
- Master of science in Banking and Finance
- Master of science in Business Information System

PROGRAMMES POSTGRADES

- Master of Business Administration (MBA)
- Master in Health Economics and Management (MHEM)
- Master in Pharmaceutical Economics and Policy (MPEP)
- Master in Management of Technology (MOT)
- Master of Science in Sport Administration and Technology (MSA)
- Doctorats

FORMATION CONTINUE

International Executive Programme in Health Care Policy and Management (IEP) en collaboration avec Harvard Medical International

HEC Lausanne - Université de Lausanne
Promotion - BFSH1 - 1015 Lausanne
Tél. ++41 21 6923361 - hecmasters@unil.ch

Plus d'informations disponibles sur www.hec.unil.ch



HEC
LAUSANNE