

bulletinHEC

LE MAGAZINE DES GRADUES



Etudes



Les accords
de Bologne 9



HEC Lausanne



La course-croisière
de l'EDHEC 11



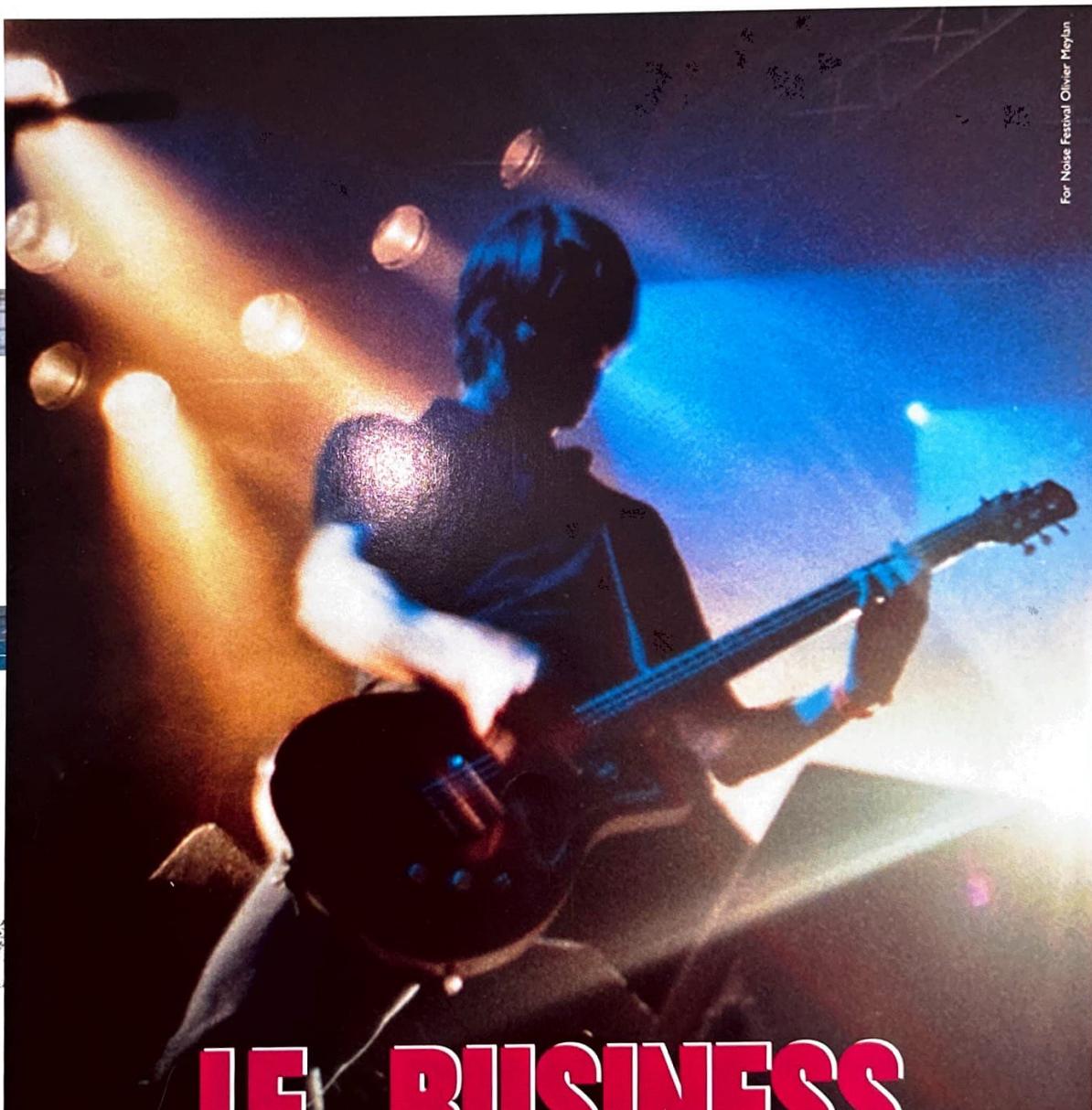
Gradué



Evénements
branchés 51



GRADUES
HEC
LAUSANNE



LE BUSINESS DU SHOW-BIZ

- Les secrets du backstage
- Le management de la culture s'apprend-il ?



Pourquoi un dossier spécial sur le «show-biz» ? Cela ne fait pas très sérieux pour un bulletin destiné aux HEC. La finance, les assurances, le consulting, l'informatique, oui ! Mais le show-biz, quelle dérive !

Derrière les projecteurs...



Précisons d'abord que cet affreux anglicisme, choisi intentionnellement, est suffisamment mal défini pour que l'on puisse y englober le monde du spectacle en général, que ce soit le théâtre, la danse, la musique sous toutes ses formes et dans tous les lieux.

Le fil rouge de ce dossier a été de répondre principalement à deux questions :

1. Qui sont les acteurs «backstage», que font-ils et comment se sont-ils formés ?
2. Peut-on apprendre le management de la culture ?

Les propos que nous avons recueillis, principalement en Suisse romande, n'ouvrent qu'un tout petit pan du rideau mais sont révélateurs de la spécificité de ce milieu.

S'il existe une formation proposée par les Universités de Lausanne et Genève (voir page 17) qui délivrent un Certificat en gestion culturelle, la plupart des personnalités que nous avons rencontrées se sont formées «sur le tas». S'ils sont titulaires, pour la plupart, d'une licence universitaire, HEC, Sciences-po, Lettres, leur dénominateur commun est indéniablement leur amour des artistes et le goût du risque.

Convaincre un directeur de salle, trouver les fonds pour monter un festival, parier sur une création théâtrale, tels sont entre autres les challenges que doivent relever tous ces managers du rêve.

Sans entrer en détails dans les dessous du financement de la culture, il est évident que sans l'apport des deniers publics, il n'y aurait pratiquement pas de manifestations artistiques.

L'Etat joue un rôle prépondérant dans le développement culturel d'un pays. Le sponsoring privé a aussi une partition non négligeable, il donne le coup de pouce indispensable pour

« Sans l'apport des deniers publics, il n'y aurait pratiquement pas de manifestations artistiques. »

lancer un événement, mais les managers de spectacles ne se fient pas à cette manne qui peut disparaître du jour au lendemain.

Malgré les restrictions à tous les niveaux concernant le budget de la culture, il est réjouissant de constater que le «business» du spectacle ne s'est jamais aussi bien porté. On voit fleurir dans nos contrées de nouvelles salles de théâtre, des scènes pour accueillir des concerts «live», des festivals chics sur nos sommets alpins ou choc sur les rives du Léman, des clubs underground où s'affinent de futurs génies.

Mais la scène, ses paillettes, ses spotlights ne représentent que la partie visible de l'iceberg.

Il faut savoir que «... le chiffre d'affaires du secteur culturel en Suisse, sans la presse et le livre, atteignait 5,3 milliards de francs en 2000 selon une étude de l'Ecole supérieure d'art de Zurich» (magazine *Bilan* de mars 2004). C'est un secteur d'activité à ne pas négliger, d'autant que les retombées de l'activité culturelle ne se mesurent pas seulement en chiffres. C'est une réelle qualité de vie qu'une ville, une région, un pays offre à ses habitants avec sa richesse culturelle.

Un spectacle est toujours un «miracle précaire» (cf. R. Zahnd), mais réalisé par un véritable chef d'entreprise qui sait garder la tête froide pour gérer l'évolution d'un projet, tout en conservant précieusement ce pouvoir d'émerveillement devant le talent des artistes.

Maguy Gillot
Secrétaire générale de l'Association
des gradués HEC



édito

Une année 2003 qui a vu l'aboutissement de nos nombreux projets dont la création de notre nouveau site internet. Depuis son lancement le 3 octobre 2003, il a été visité plus de 10 000 fois.

Bien chères toutes, bien chers tous,



C'est connu : les travaux les plus efficaces ne sont pas forcément ceux dont on parle le plus ! Vous qui lisez ces lignes sereinement ne doutez pas de l'authentique exploit réalisé par toute notre équipe chargée de développer et de mettre en production en 2003 moult projets. J'en veux pour preuve le nouveau site internet (comme j'ose espérer que vous êtes déjà allés y surfer vu le nombre de visites enregistré, j'hésite à vous livrer la nouvelle adresse, mais voilà, ne ratons pas une occasion de la rappeler : www.gradueshec.ch). Ne me remerciez pas, c'est tout naturel...), une plaquette de « vente » modernisée, et, pour couronner le tout, un bulletin entièrement révisé de fond en comble. Je serais tenté d'ajouter un projet, un quatrième volet qui est devenu inévitable au fil des réunions : repenser la « corporate identity », de manière à bénéficier d'une ligne graphique et d'un fil rouge aisément reconnaissables pour tous ces supports d'information.

Mine de rien, ce travail de longue haleine nous a démontré, s'il le fallait, qu'une retouche ici ou là ne pouvait pas toujours être apportée sans repenser l'ensemble, ce que nous avons fait avec succès ! Je remercie chaleureusement les moteurs de cette expérience : nos professionnelles bien sûr (demandez à Maguy si elle préfère prendre le café avec un fournisseur d'informatique avec ou sans crème ? Le sucre n'était pas prévu

« ... et si vous veniez nous rendre visite ?... »

dans le contrat : le besoin n'avait pas été formulé lors du 12^e briefing. Le rajouter aurait coûté $\frac{3}{4}$ de jour/développeur, soit l'équivalent de 500 kg de sucre, alors, vous imaginez ?), et nos bénévoles, en tête Orlando qui s'est distingué dans divers sujets dont celui, délicat, du suivi informatique (doublé d'un changement de machines, tiens, au passage).

Et maintenant, que vais-je faire, aurait chanté Bécaud ? Creuser. Approfondir. Investiguer. Analyser. Quoi donc ? Les besoins des gradués dans un futur proche ! Une étude est déjà en route pour tenter de répondre à la question : pourquoi les non-membres ne rejoignent-ils pas l'Association ? Mais, au-delà de ça, d'autres points d'interrogation sont à prendre en considération : le marché du travail évolue et la recherche d'emploi

également, la filière universitaire « HEC » se transforme, les besoins en réseaux se développent différemment qu'il y a seulement 10 ou même 5 ans. Dès lors, quelles sont les réponses appropriées et de quels moyens faut-il se doter ? Par exemple, une idée souvent débattue est la création sur notre site d'un forum d'offres d'emplois.

Comme vous le constatez, impossible de se reposer sur ses lauriers ! Et, bien sûr, vous serez tenus au courant des percées que le comité imaginera réaliser. Pour cela, et si vous veniez nous rendre visite à la prochaine assemblée générale ? Nous essayons de la rendre depuis des années courte, dynamique et pas trop protocolaire. Et si vous essayiez une visite d'entreprise ? Assistez au prochain Bal des Iris si c'est votre année de licence ? Craquez devant les sourires de notre secrétariat chevronné ou des organisateurs des clubs HEC Lausanne, Genève et Zurich ? Comme quoi, vous n'avez AUCUNE excuse de ne pas manifester votre soutien à l'une ou l'autre de ces propositions ! Alors ?

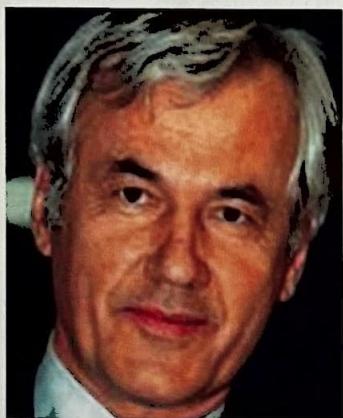
Alors bonne lecture du présent Bulletin, et surtout à bientôt !

Perry Fleury
Président de l'Association



Dans son plan de développement de l'Ecole des HEC, le décanat a décidé d'engager un processus continu d'amélioration de la qualité, dans le but de maintenir et d'améliorer en permanence la qualité des prestations de l'Ecole.

L'évaluation de HEC Lausanne



S'engager dans un processus d'accréditation est un des moyens de réaliser cet objectif. En effet, il s'agit de répondre à toute une série de critères de qualité des produits, ainsi que des procédures employées pour les réaliser. Ceci implique d'abord un travail d'analyse considérable, puis, le cas échéant, un réengineering plus ou moins conséquent. Et tout cela périodiquement, pour ne pas se reposer sur ses lauriers.

Réunissant des intervenants des mondes économique et académique, un groupe de travail Stratégie a pu dégager l'identité de notre Ecole en terme de mission:

HEC Lausanne est au service de ses étudiants, du monde économique et de la société dans son ensemble.

Nous formons les futurs responsables d'entreprises et experts en leur apportant les connaissances nécessaires dans les domaines de la gestion et de l'économie, en les sensibilisant à l'interdisciplinarité et à la dimension internationale mais aussi en contribuant à la construction de leur personnalité. Nous nous identifions aux valeurs d'excellence, d'orientation multidisciplinaire, de vision internationale, d'humanisme et d'intégrité. Nous encourageons le développement personnel par des attitudes de pensée critique, de rigueur intellectuelle, d'honnêteté, d'indépendance et de fiabilité, d'esprit d'équipe, d'ouverture d'esprit, de curiosité, de créativité et de sens de la compétition.

Nous menons des travaux de recherche de pointe, contribuant ainsi à accroître et à diffuser les connaissances en gestion d'entreprise et en économie.

Nous mettons l'accent sur les thèmes importants en sciences économiques et sociales en créant des liens entre nos domaines d'expertise ainsi qu'avec d'autres disciplines.

L'accréditation accroît notre attrait auprès des meilleurs étudiants, car ils veulent étudier dans les meilleures écoles, en leur donnant des points de repère et des garanties. Ce processus soutient nos activités de recherche de contributions financières, car les subsides pour différents projets de recherche dépendent de la réputation des requérants, de l'école et de la qualité des projets qu'ils soumettent. La volonté de l'industrie de se tourner vers nous pour des partenariats dépend aussi de l'excellence de nos

prestations. De même, la distribution des ressources à l'intérieur de l'Université tient compte de la nature et de la qualité de nos activités.

Nous avons choisi de nous faire accréditer par l'EFMD (European Foundation for Management Development), selon un standard appelé EQUIS (European Quality Improvement System). C'est aujourd'hui, dans les domaines de l'économie et du management, l'accréditation la plus exigeante et la plus difficile à obtenir. C'est pourquoi ne sont accréditées pour le moment en Suisse, que l'IMD et St-Gall et, en Europe, quelques excellentes écoles comme la London Business School, Bocconi ou l'ESSEC.

EQUIS prend en considération notamment l'orientation internationale et les relations avec les milieux de la pratique, mais également la qualité de la recherche et des enseignements, celle des professeurs et étudiants, les conditions matérielles de travail, l'organisation et l'administration, etc. Ceci implique donc un grand effort d'analyse et de documentation pour lequel nous avons mandaté des consultants externes, Pioneers Research & Consulting Group.

Quels que soient les résultats de nos démarches d'accréditation, pour lesquels nous avons toutes les raisons objectives d'être optimistes, HEC Lausanne est et restera engagée dans une dynamique permanente de recherche d'excellence.

Alexander Bergmann
Doyen de l'Ecole des HEC
www.hec.unil.ch

« La volonté de l'industrie de se tourner vers nous pour des partenariats dépend aussi de l'excellence de nos prestations. »

La réforme de l'enseignement universitaire, dite «de Bologne», fait suite à une déclaration des ministres de l'enseignement supérieur européen (29 pays dont la Suisse) signée dans la ville du même nom.

Les accords de Bologne

Adaptation de l'enseignement de HEC Lausanne

Les objectifs de ces accords sont les suivants :

- harmoniser les durées d'études (bachelor de 3 ans suivi de masters de 2 ans) ainsi que les titres des diplômes délivrés;
- promouvoir la mobilité des étudiants par un système de crédits.

HEC Lausanne, conformément aux directives élaborées par la CRUS (Conférence des recteurs des universités suisses), élabore son nouveau règlement. S'il est accepté par le rectorat et les autorités politiques compétentes, il entrera en vigueur à l'automne 2004 avec les premiers bachelors délivrés en 2005, année qui verra également la naissance des nouveaux masters. Il s'agit donc de passer à un parcours en 3 ans, à l'issue duquel un bachelor en sciences économiques est délivré, suivi le cas échéant d'un 2^e cycle de 2 ans aboutissant à un master.

Les nouveaux masters dits «de Bologne» proposeront un nombre accru d'options. Nous pouvons d'ores et déjà affirmer qu'ils couvriront des thèmes plus nombreux que les masters actuels. La formation au sein des masters est conçue de manière à soutenir les étudiants, par le biais d'une introduction progressive des difficultés et par une offre étendue de cours à options leur permettant de répondre aux exigences imposées par chaque master.

Bien que plusieurs points importants du nouveau règlement ne soient pas définis précisément, on peut déjà affirmer les changements suivants :



Ariane Baehni
Promotion, communication
Ecole des HEC

- Trois des grandes filières actuelles (management, économie politique et informatique de gestion) feront l'objet d'une spécialisation en 3^e année de bachelor. Les sciences actuarielles feront désormais l'objet d'une spécialisation au cours du 2^e cycle de masters uniquement.
- Les étudiants terminant en 2004 leur 3^e ou leur 4^e année d'études restent dans la filière licence, alors que ceux qui se trouvent en 1^{re} année sont en principe soumis au nouveau règlement aboutissant à un bachelor. Les étudiants de 2^e année ont le choix entre la poursuite de leurs études sous le régime de la licence ou celui du bachelor. S'ils choisissent la voie menant à la licence, ils seront soumis, pour l'accès aux masters, aux mêmes conditions que les titulaires de bachelors, tout en bénéficiant d'équivalences pour certaines branches de 4^e année.

faire des expériences professionnelles (quitte à revenir à l'Université pour un master plus tard). La licence sera bientôt oubliée; ils devront donc plus tard expliquer à de futurs employeurs quelle est sa valeur par rapport au master. Par ailleurs, ceux et celles qui envisagent un doctorat seraient avisés d'opter pour le bachelor, puis de faire un master, car ils seront alors automatiquement admissibles au doctorat.» Certaines décisions sont encore en suspens, notamment :

- les programmes d'études des masters devront fixer les exigences requises en fonction de la provenance des étudiants, afin de leur offrir les meilleures chances de succès dans leur cycle de master;
- les conditions offertes aux étudiants désireux d'accéder à des programmes de mobilité ne sont pas définies.

HEC Lausanne est en pleine mutation. Elle cherche à tenir compte des intérêts fondamentaux des étudiants, à savoir

« Les nouveaux masters couvriront des thèmes plus nombreux que les masters actuels. »

Face au choix proposé aux étudiants de 2^e année, le décanat de l'Ecole prend clairement position :

« Nous conseillons de choisir le bachelor. Ce choix leur offre par la suite l'alternative de poursuivre jusqu'au master (avec une palette plus grande que celle que nous offrons actuellement) ou celle d'entrer dans la vie professionnelle s'ils brûlent d'impatience de

l'adaptation de leurs études aux exigences du marché de l'emploi et la reconnaissance de leurs diplômes par les mondes économiques et académiques.

L'enjeu pour HEC Lausanne est également de communiquer de manière explicite la valeur des nouveaux diplômes délivrés et d'œuvrer pour leur reconnaissance dans les différents mondes professionnels.

Du 17 au 24 avril 2004, huit étudiants HEC ont représenté à Brest les couleurs de leur Ecole et de la Suisse lors de la plus importante manifestation sportive étudiante européenne – la « Course-croisière EDHEC » (CCE)

La 36^e Course-croisière EDHEC à Brest

Steve Ravussin, marin suisse et vainqueur de la Transatlantique en double Jacques Vabre (sur *Groupama*) s'est occupé de nos marins. Thilo Eckardt, Directeur général de Cegos Suisse et gradué HEC (1993), nous a fait profiter de son know-how sur l'eau – il a participé à trois CCEDHEC – mais également de ses compétences professionnelles: Cegos est guide et développeur d'équipes.

Le team Cegos-HEC Lausanne.

Cegos-HEC Lausanne en pleine manœuvre.



Dès les beaux jours, l'équipe s'est entraînée sur notre cher lac Léman. Trois jours avant le début de la course, nous avons mis le cap sur Brest afin de pouvoir nous adapter aux conditions « atlantiques », très ventées.

Le bateau « Cegos-HEC Lausanne » a terminé en 15^e position du classement de sa catégorie (Figaro-Bénéteau) et 4^e préminent au Trophée international. La concurrence dans la catégorie Figaro-Bénéteau était très serrée, étant donné le nombre élevé de

skippers professionnels engagés par les équipes françaises. Etais-ce dû à nos casquettes à croix blanche qui ont fait fureur (aux enchères elles auraient valu très cher), aux raclettes qui ont provoqué de longues files d'attente ou au fendant et à la bière artisanale de la Brasserie du Château? Les Français ont adoré les soirées « suisses ».

En effet, n'oublions pas le côté festif de cette aventure. Chaque soir, une grande soirée réunissait les étudiants sous le chapiteau principal. Un « JT » (Journal télévisé) quotidien était diffusé; le défi était clair: il fallait absolument y passer. Nous avons fait fort: six JT sur sept.

Un aperçu en images ainsi que le carnet de bord de notre aventure sont disponibles sur:

www.comite.ch

Yves Klenk
Président Comité HEC

La Nuit des Iris 2004

Samedi 6 novembre 2004

1944 1949 1954 1959 1964

1969



1974 1979

1984 1989

1994

1999 2003



Tous les gradué(e)s des volées indiquées sont invité(e)s à se retrouver dans la splendide ferme « Portes des Iris » pour une soirée de gala.

Réservez d'ores et déjà cette date !

HEC
LAUSANNE

**SOIREE ALUMNI
HEC LAUSANNE**

GRADUÉS
HEC
LAUSANNE

Un contact avec des personnalités visionnaires et un goût prononcé pour la communication ont amené Fabian Wyss, gradué HEC 1996, à créer «Mind Impact», entreprise de communication événementielle.

Événements branchés

Fabian Wyss

Licence HEC 96, Postgrade en Banque Finance 98
Administrateur de Mind impact Ltd

Après avoir fini HEC Lausanne avec une spécialisation en Marketing en juin 96, et le Masters of Science in Banking and Finance et le premier Prix Banque et Finance en mars 98, j'ai débuté mon activité post-estudiantine chez Morgan Stanley comme Associate dans le département Private Wealth Management. Durant trois ans, j'ai développé une clientèle privée constituée principalement d'entrepreneurs fortunés. Ce contact permanent avec des personnalités visionnaires et ma passion alors latente

de la communication ont probablement déclenché mon choix de changement radical dans mon orientation professionnelle. Il faut cependant avouer que durant mes études, j'avais déjà flirté avec la communication événementielle en ayant développé différentes activités, comme par exemple le premier serveur web dédié à l'événementiel. Un passage éclair comme partenaire (et plus spécifiquement comme pompier) dans une agence en communication multimédia alors en difficulté, mais surtout un rapprochement géographique avec mes premières amours de l'événementiel m'ont redonné la fougue de ce métier que l'on fait avant tout par passion.



fashionparty

PLATIQUUM

Tout est dans le lifestyle !

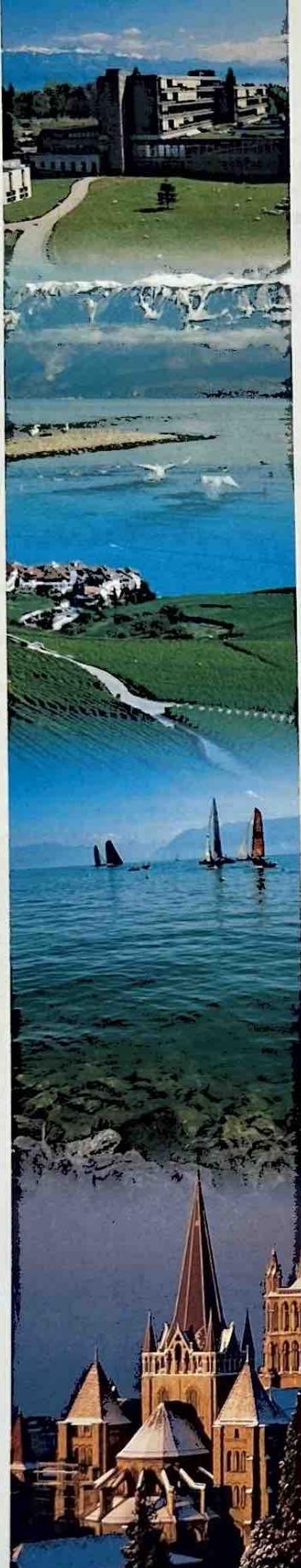
Fashion TV Events, qui concrétise l'ultime existence de cette communication émotionnelle, est depuis mars 2004 gérée par Mind Impact.

Fashion TV est l'un des meilleurs représentants de ce que les spécialistes en communication ont décidé d'appeler le lifestyle. Née il y a moins de dix ans, cette chaîne dont le *business model* est basée sur un postulat simple – l'homme moderne s'intéresse et s'identifie de plus en plus à son style de vie (on pourrait même dire qu'il en est devenu obnubilé) – s'est hissée aujourd'hui au rang de première chaîne mondiale dans ce genre nouveau, avec un potentiel de plus de 600 millions de téléspectateurs. Et pourtant, il ne s'agit pas là d'un cas atypique. Bien au contraire, de nombreuses marques perçoivent

aujourd'hui l'importance de ce rapprochement avec leur clientèle ou leurs prospects et développent en conséquence de réelles stratégies afin de bénéficier au maximum de cette nouvelle soif universelle d'appartenance. La fameuse marque au crocodile a réussi, malgré son positionnement sport classique très marqué, à s'associer subtilement à un nouveau mouvement musical jeune et branché, le hip-hop. En habillant notamment les principaux représentants de ce nouveau mouvement, Lacoste est devenu en très peu de temps un symbole pour cette nouvelle jeunesse qui s'en est immédiatement approprié l'emblème. Enfin, cette marque a réussi à préserver l'image plus classique dont elle jouit depuis son origine, en segmentant ses points de représentation.

La concrétisation de cette démarche se nomme **Mind Impact Ltd.** Comme son nom l'indique, notre objectif principal est de sensibiliser l'esprit du public visé essentiellement au travers d'approches de communication émotionnelle. Fondée il y a moins d'un an, nous sommes aujourd'hui parmi les principaux acteurs en Suisse (il faut cependant dire qu'il y en a peu) de la communication événementielle et de l'organisation d'événements branchés ou VIP. Depuis décembre 2003, je me suis par ailleurs associé à Lausanne à la famille Wegmuller (qui détient notamment plusieurs établissements de restauration à Lausanne comme par exemple le Bleu Lézard et le Java) en reprenant et en gérant avec eux deux des clubs les plus branchés de Suisse romande, le D! Club et le Cult Club, ainsi qu'un service traiteur, Carte Blanche. La réunion de ces compétences sous un même toit nous offre aujourd'hui un positionnement unique dans la région nous permettant d'organiser aussi bien un événement sur mesure en allant d'une petite à une très grande entreprise, un lancement de produit, un défilé de mode, un concert ou tout autre événement nécessitant un degré de savoir-faire indispensable à la réussite d'une telle entreprise. Aujourd'hui, j'exerce avec une énorme satisfaction cette activité pleine d'occasions en faisant participer des financiers sensibles au potentiel de développement de ce domaine encore sous-exploité.

fabian.wyss@mindimpact.com



LE CHOIX DE CONFIANCE POUR ACCÉLÉRER VOTRE CARRIÈRE

En privilégiant la qualité de la formation et son adéquation aux besoins du marché, HEC Lausanne s'est forgée une réputation internationale d'excellence.

C'est donc l'endroit idéal pour se préparer à une carrière prometteuse dans l'économie.

Si vous voulez donner une impulsion à votre carrière par l'obtention d'un titre postgrade, nous vous proposons 9 masters :

- **MBA** Business Administration
- **MSE** Sciences Economiques
- **MBI** Informatique et Organisation
- **MIM** Management International
- **MBF** Banque et Finance
- **MOT** Management des Technologies
- **MHEM** Economie et Management de la Santé
- **MSA** Sport Administration and Technology
- **DEA** en Droit, Criminalité et Sécurité des Nouvelles Technologies

HEC Lausanne* offre ces avantages :

- dimension internationale du corps enseignant
- environnement multilingue
- campus moderne et équipement d'avant-garde
- cadre exceptionnel
- nombre limité de participants
- coût abordable

* Désignée meilleure faculté d'économie en Suisse (2001) et en Europe (1998) par 2 enquêtes indépendantes.

Hautes Etudes Commerciales
de l'Université de Lausanne
BFSH 1 / CH -1015 Lausanne
tél.: 0041 21 692 33 00
e-mail: Ariane.Baehni@hec.unil.ch

HEC
LAUSANNE

www.hec.unil.ch

UNIL UNIVERSITÉ
DE LAUSANNE