

Le Régional

Pages 2 et 3



A quoi sert la promotion économique?

EDITORIAL

102'000 lecteurs

Tout, vous avez tout entendu. La presse perd de son lectorat, les journaux s'amenuisent, les rédactions de titres connus dégraissent. C'est une réalité indéniable. Mais ce n'est pas la nôtre. Au *Régional*, le nombre de lecteurs s'est stabilisé depuis plusieurs années, et la récente parution des chiffres REMP 2016-2 nous crédite de 102'000 lecteurs à chaque édition, soit 11'000 de plus que lors du dernier sondage. D'autre part, nous nous battons chaque année pour conserver les places de travail à la rédaction. Cet équilibre, nous le devons notamment à votre aide, puisque vous êtes toujours plus nombreux à participer à notre fonds de soutien, désormais annuel, et dont l'édition 2016 commence dans ce numéro. Nous le devons également aux annonceurs de la région qui communiquent via notre journal et pour qui l'augmentation du lectorat est également une bonne nouvelle. Certes, les façons de s'informer évoluent et se multiplient. Mais l'information de proximité que nous pratiquons, avec notamment des enquêtes, des comparaisons communes par communes et le suivi des Conseils communaux, exige une bonne connaissance du terrain. Qu'il se lise sur le papier ou sur notre édition digitale, le savoir-faire du journaliste localier apporte une plus-value à laquelle vous êtes sensibles, votre soutien en témoigne. Un immense merci pour votre lecture, pour vos dons et votre enthousiasme pour ce vecteur d'informations fédérateur de la région.



Stéphanie Simon
Rédactrice-en-chef

<p>Goûtez au bonheur de devenir propriétaire</p> <p>Groupe Bernard Nicod</p> <p>LAUSANNE 021 311 11 11 LAUSANNE 021 331 55 55 MONTREUX 021 965 44 44</p>	<p>NOUVELLE ÉTAPE!!</p>  <p>LE BELVÉDÈRE DES MORETTES Vue sur le bonheur... Au Mont-sur-Lausanne</p>	 <p>REFLETS DE JADE SOURCE D'ÉLÉGANCE À PULLY</p>	<p>2^{ème} ÉTAPE</p>  <p>Le Domaine du Parc A la Tour-de-Peilz Dans une vague de bien-être</p>
---	---	--	---

Le succès passe par le réseautage

ECONOMIE

La conjonction et les nouveaux moyens de communications poussent de plus en plus d'individus à devenir indépendants et à créer leur propre entreprise. Pour réussir et durer sur le long terme, avoir un réseau de connaissances est indispensable. Les organes de promotion économique régionaux, soutenus financièrement par les communes et le canton, sont là pour jouer ce rôle. Mais au-delà, à quoi servent-ils réellement et quelle est leur efficacité?

Sur le terrain, les avis des entrepreneurs sont partagés. Si certains reconnaissent que ces entités les ont bien aidés dans leurs recherches de développement ou d'implantation, d'autres estiment qu'ils ne sont pas indispensables et que leur rôle reste assez flou. Enquête.

Sandra Giampetrucci



A la sortie d'autoroute Vevey-St-Léger, la zone En Ferreyres est un des quatre emplacements de la Riviera prévus pour l'implantation de nouvelles entreprises, qui offrent une surface de 29 hectares au total. S. Giampetrucci

Des avis partagés C'est justement l'un des objectifs de Promove, qui organise notamment des rendez-vous réguliers, comme les petits déjeuners de l'économie plusieurs fois par an, pour permettre aux acteurs de l'économie locale de se rencontrer et de tisser des liens (comme sur la photo de page 1, à Vevey, salle de l'Castello, en mars 2016). Sur le terrain pourtant, les avis des entrepreneurs sont partagés. Si certains reconnaissent que les organes de promotion économique les ont bien aidés dans leurs recherches de développement ou d'implantation, d'autres estiment qu'ils ne sont pas indispensables et que leur rôle reste assez flou. Une entreprise membre de Promove, l'entité de promotion économique de

«Tout le monde croit connaître tout le monde, mais en fait on ne sait pas vraiment ce que fait l'autre.»

C. Otter, *chbre économique Oron*

la Région Riviera – Lavaux, qui a préféré rester anonyme, critique: «Cet organe ne m'apporte rien, si ce n'est du networking (réd. réseautage). On montre qu'on existe, on rencontre des gens, mais cela ne débouche pas forcément sur un travail de collaboration». Pour Nathalie Gausolan, de Point Carré, agence de communication basée à Vevey, «cela crée un réseau business, mais il faut aller vers les gens. Le travail ne se fait pas toujours sur le moment. Dans notre cas, nous n'avons pas fait appel à Promove pour trouver des locaux car l'agence existe depuis plus de vingt ans, mais je connais certaines entreprises qui

ment ce que fait l'autre, constate Cédric Otter, président de la CERO. C'est pour quoi nous organisons tous les deux ans un comptoir régional pour donner de la visibilité aux différentes entreprises de la région. Depuis un certain temps, la CERO n'organise plus grand-chose. Nous avons décidé de reprendre les choses en main et d'organiser deux à trois fois par année des visites d'entreprises pour créer des liens.

Connaissance du terrain

Même si le marché est compliqué et tendu, tous les acteurs s'accordent à dire que des possibilités d'actuel existent encore. Contre toute attente, en Valais, on reste même optimiste. «Le marché va bien, même si la Lex Weber nous est tombée dessus», reconnaît Emmanuelle Sambon, directrice de l'Antenne Région Valais. Cette loi a forcé les entreprises à se remettre en question et à revoir leur business modèle. Avec un carnet d'adresses de 5000 entreprises, cette association travaille principalement au développement d'entreprises déjà existantes ou avec des personnes qui veulent se mettre à leur compte. «Les gens nous contactent surtout pour des renseignements administratifs, savoir quelles assurances ils doivent avoir, s'ils sont soumis à la TVA ou nous avons été contactés pour 200 projets de création d'entreprises et 71 ont vu le jour. Il s'agit



Sur www.regional.ch et notre application, le monde des entreprises créées en 2014 compte une par commune

Vaud et la promotion économique

Le canton de Vaud possède dix organes de promotion économique centralisés au sein de la CODEV (Coordination du développement économique vaudois). Cinq organes sont présents à l'est du canton avec Lavaux-Sainte-Région, la COREB pour la région d'Oron, Promove pour Lavaux-Vevey-Montreux-Villeneuve, Aigle Région et Pays-d'Enhaut Région. En plus de ces entités, il existe une multitude d'associations actives dans la recherche de financement et de capitaux ou qui favorisent le networking, à savoir la mise en relation des acteurs économiques.

Le Pays-d'Enhaut s'y met

Le Pays-d'Enhaut s'est doté depuis une année seulement d'un organe de promotion économique. Un besoin indispensable pour dynamiser l'économie. En 2015, une trentaine de dossiers ont été suivis. «Nous faisons office de guichet d'entreprises, principalement pour des jeunes qui veulent créer leur propre structure et qui veulent connaître la forme juridique à avoir et connaître les démarches administratives. Nous les aiguillons vers les bonnes personnes», précise Evelynne Charrière, déléguée à la promotion économique du Pays-d'Enhaut Région. Afin de favoriser le réseautage entre les acteurs économiques, la 1re soirée des entreprises du Pays-d'Enhaut a été organisée le 6 octobre. Un succès qui a attiré quelque 70 chefs d'entreprises. «Cela n'existait pas avant et les chefs d'entreprises se sentaient assez seuls. Ces soirées qui vont se poursuivre à l'avenir sont basées sur l'échange. Cela permet de mieux se connaître et peut-être collaborer», assure Evelynne Charrière.

Silna Borter: «L'attractivité fiscale ne fait pas tout»

L'attrait d'une région est un mécanisme complexe qu'il s'agit de bien savoir doser. Silna Borter, responsable de la filiale HEIG-VD (Haute école d'ingénierie et de gestion) du canton de Vaud, basée à Yverdon, explique quels sont les critères prioritaires pour inciter les entreprises à s'installer dans une région.

Les organes de promotion économique jouent-ils un rôle dans l'économie locale?

«Les organes de promotion économique ont indubitablement un rôle important à jouer dans l'économie locale. Il faut souligner que, pour une région comme le Nord-vaudois par exemple et pour la HEIG-VD en particulier, une activité de promotion économique est capitale pour mettre en évidence les atouts de la région auprès des entreprises, étant donné la proximité avec d'autres régions plus connues. Nous avons besoin de contacts vivants avec un tissu économique dynamique et attirer pour mener à bien nos missions de base. Certes, ils ne peuvent pas à eux seuls rendre une région attractive, mais ils peuvent attirer l'attention des nouvelles entreprises sur des possibilités attractives de collaboration avec le tissu local, notamment en partenariat possible, en RaED (recherche appliquée et Développement) avec les Hautes Ecoles ou toute autre pratique prenant régionale. S'il n'y a pas de choses historiques à mettre en évidence, la mission sera beaucoup plus difficile.

Est-il plus efficace d'avoir plusieurs petits organes qui connaissent parfaitement le terrain local ou un seul grand qui a du poids?

«Je dirais qu'il faut un grand organe de promotion pour avoir suffisamment de poids, mais en même temps qui connaît parfaitement le terrain local. Dans le Nord Vaudois, nous avons la chance de constater qu'il est possible d'avoir les deux à la fois et nous ne pourrions pas renoncer à l'un de ces deux aspects.

Quels sont les facteurs les plus importants pour qu'une entreprise s'installe dans une région?

«Les éléments du débat politique auraient tendance à montrer que l'attractivité fiscale joue un rôle prépondérant. Mais cela ne fait pas tout. Certaines entreprises privilégient la qualité de vie offerte à leur personnel, d'autres mettent en avant la centralité de la position géographique et écono-

mique, d'autres, enfin sont sensibles au potentiel de développement d'une région. La marge de manœuvre sur ces facteurs est très variable. Mais en tout cas, la qualité des partenariats au sein du tissu économique et académique, ainsi que la qualité des relations entre institutions sont des avantages porteurs et significatifs en termes d'attractivité, même s'ils ne sont pas cités en premier.

Quels sont les enjeux économiques majeurs à venir pour le canton de Vaud?

«Certaines parties du canton ont des avantages évidents, qu'il s'agit de porter à l'attention des acteurs nationaux et internationaux les plus porteurs, en mettant en évidence les potentialités en termes d'excellence, de qualité et de luxe. Mais à l'échelle du canton, il y aurait sans doute des secteurs à compléter, notamment pour renforcer certains domaines, comme la HiTech (Finances/Technologies) ou les Green-Tech (Technologies vertes), et pour renforcer les relations entre les différents acteurs nationaux qui pourraient être mieux insérées dans un réseau de relations et de partenariats. Pour cela, il faut un gros travail de mise en relation, d'articulation et de dialogue avec toutes les parties prenantes pour intégrer et nouer des profils durables avec ces entreprises et organisations.



«La qualité des partenariats au sein du tissu économique et académique, ainsi que la qualité des relations entre institutions constituent la vraie attractivité d'une région», DR