

# Entreprises internationales



**Philippe Cottet, directeur des sept sites de production de la Fondation Polyval.**

PHILIPPE MAEDER

## Développer une rigueur de travail

**P**olyval est une fondation à but non lucratif qui emploie des personnes bénéficiaires ou en demande de rente AI et qui ont une autonomie de travail importante. La fondation est active dans le conditionnement, le cartonnage, la mécanique et la blanchisserie. Elle gère sept sites dans le canton de Vaud et emploie 561 personnes. Les multinationales sont les plus gros clients de la fondation.

Polyval travaille pour Ferring Pharmaceuticals depuis 2010. «Actuellement, près de 40 personnes travaillent pour ce groupe sur deux de nos sites, à Lausanne-Vernand et à Nyon, explique Philippe Cottet, directeur de Polyval. Nous menons des opérations de conditionnement secondaires dans des salles sous atmosphère contrôlée, appelées également salles grises.»

Le marché de la pharma connaît une croissance importante. Cela a poussé Polyval à investir dans ce domaine. «C'est une activité valorisante pour nos collaborateurs. Ils sont fiers, par leur travail, d'apporter une valeur ajoutée aux produits de la marque. Cette collaboration nous permet aussi de proposer d'autres travaux et de créer de nouvelles places de travail.»

Cette collaboration permet à Polyval de valoriser le savoir-faire de ses collaborateurs. «L'exigence de traçabilité a développé une rigueur de travail que nous appliquons à nos autres activités.» **L.B.**



**Fritz Aeschbach, patron de Tech Laser, et Olivier Baumann, directeur du site de Villeneuve.**, CHANTAL DERVEY

## Le spécialiste de la tôlerie

**T**ech Laser fabrique toutes sortes de pièces de tôlerie. Elle les découpe, les plie, les soude, les peint au cas où. Car il en faut de la tôle pour couvrir les besoins en la matière. Nous en sommes entourés dans notre vie quotidienne: dans les immeubles que nous habitons, dans nos cuisines en utilisant nos appareils ménagers, dans nos moyens de transport, etc.

La tôlerie est aussi importante dans l'industrie. APCO Technologies s'est donc tourné vers Tech Laser il y a cinq ans pour les pièces de tôlerie utilisées dans le nucléaire, le spatial ou l'industrie lourde. «APCO Technologies nous donne les plans de pièces, nous exécutons le travail selon la demande, explique Fritz Aeschbach, patron de Tech Laser. Nous faisons des tubes en alu, en acier, en inox, etc. Pour ce client, nous devons certifier toute la procédure de fabrication. Et prouver le suivi, la traçabilité de tous les points.»

Tech Laser fait parfois des pièces uniques. Mais la société peut aussi fabriquer des séries de plusieurs dizaines de milliers de pièces.

Tech Laser a dû adapter ses structures aux spécificités des commandes d'APCO Technologies. Mais la collaboration est aussi un défi que l'entreprise doit relever tous les jours. «C'est de la haute technologie, exigeante, explique Olivier Baumann, directeur du site de Villeneuve. Cela motive et donne de la fierté à nos employés.» **L.B.**



**Yann Ringgenberg, cofondateur de la société :ratio, à Lausanne.**

ODILE MEYLAN

## Tout comprendre de l'utilisateur

**L**orsque :ratio a été fondée en 2009 à Lausanne, elle comblait un vide dans la région lémanique. Alors que d'autres sociétés étaient actives dans la réalisation de sites web, personne ne s'occupait ici de l'expérience de l'utilisateur, c'est-à-dire comprendre les besoins d'une personne lorsqu'elle navigue sur des sites internet, consulte une application sur son mobile ou utilise des objets connectés.

Dans un marché digital globalisé, la proximité géographique joue encore un rôle important, explique Yann Ringgenberg, cofondateur de :ratio. La preuve: 95% de ses clients sont de la région. Swissquote ne fait pas exception. «Nous avons défini avec la banque en ligne qui était son public cible, à qui elle voulait s'adresser. Nous avons ensuite déterminé des personnages types, développé des scénarios selon les besoins et les frustrations des utilisateurs qui naviguent sur le site de Swissquote. Nous avons agrégé nos résultats pour parvenir à deux clients types. Nous avons alors suggéré une stratégie de contenu des pages.»

L'expérience avec Swissquote a permis à :ratio de mieux connaître la culture bancaire. «Pour chaque projet, nous devons comprendre le métier du client. De plus, avoir des sociétés connues dans sa clientèle aide. C'est rassurant pour les clients de savoir qu'on a déjà travaillé pour de grandes sociétés.» **L.B.**