

HEG - FR MAGAZINE



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg

Create your future!

N° 4
Mai 2017

DOSSIER SPÉCIAL

TERRITORY
AS A SOURCE
OF INNOVATION

ACTUALITÉ

INAUGURATION
DE L'AUDITOIRE
BEAT VONLANTHEN

ALUMNI

ALUMNI
FIRMENBESUCH
MOTOREX





SWISS INTERNATIONAL BUSINESS BOOT CAMP LATIN AMERICA

INFLUENCING THE FUTURE FOR SWISS STARTUPS & SWISS SMES

«To thrive in the 21st century, businesses must be able to compete in a global environment. As the economies of industrialized countries continue to founder, emerging markets are performing well and driving overall economic growth.

These emerging markets create opportunity for international companies, expand operations and need business leaders with international expertise who can work effectively across borders and cultural differences.»



Carlos Da Silva,
IBBC LATAM Coach and Affiliated Professor,
HEG Fribourg,
11 years of experience

AT A GLANCE

The International Business Boot Camp Latin America (IBBC LATAM) is a new program subsidy by swissuniversities and School of Management Fribourg (HEG-FR) to promote the collaboration of Industry and Academia in Switzerland and Latin America. It offers targeted consulting services to Swiss start-ups and SME's, with a strategic interest in Latin America.

This project use the synergies of international minded Swiss students, the respective business background of the Swiss faculty members of HEG Fribourg and our partners, who will provide practical guidance throughout the project. This project is a truly win-win proposition, creating value for participant companies and providing a unique, professional experience for our Master and Bachelor candidates. The IBBC LATAM teams are made of skilled and highly motivated students whom together with experienced Swiss and local coach create sustainable business solutions and transfer their knowledge and skills to their client organization.

Place Switzerland, Mexico & Brazil

Language English

Course Duration 5 weeks

TARGET COMPANIES

The IBBC LATAM project assists Swiss Start-ups and SME's aiming to expand to emerging markets with skilled and motivated human capital in different industries. (i.e. biotech's, cleantech, precision mechanics, MEM, etc.)

VALUE TO THE COMPANY

Participating companies will benefit from an in-depth analysis that comprises: consulting report; modelling / analysis; strategic recommendations; business impact summaries and risks; models as well as recommendations and conclusion.

VALUE TO THE STUDENTS

The IBBC LATAM will develop new knowledge and insights about business in emerging economies that will prepare managers to navigate the growing complexities of dynamic global economy.

PROGRAM

1 week – Switzerland

3 weeks – Mexico / Brazil

1 week – Switzerland

FEES

Ask for more information.

CONTACT

International Office

T +41 26 429 63 38

E heg-international@hefr.ch

Hes·so

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale

Fachhochschule Westschweiz

University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg

INNOVATION ET TRADITION: UN PARADOXE?

Associées à une vision conservatrice, les traditions ne sont généralement pas considérées comme une source de nouveauté. Il est d'autant plus intéressant d'observer que la tradition abrite souvent des réalisations innovantes. Innovation et tradition ne sont donc nullement en contradiction.

Les secteurs helvétiques traditionnels tels que l'horlogerie, l'agroalimentaire ou l'agriculture voient jaillir de brillantes idées, exploitées avec succès. Il s'agit souvent d'innovations dans le marketing, un redesign par exemple (Chocolat Villars), ou d'une amélioration technique (MySwisschocolate). La synthèse du nouveau et de l'ancien peut conduire à quelque chose d'unique, d'inimitable.

En réaction à la mondialisation, la demande en produits locaux s'est considérablement accrue et prouve que les segments de marché orientés vers la tradition ont de l'avenir. Par conséquent, les grands détaillants ont déjà réagi depuis plus de dix ans avec des concepts promouvant les produits locaux. Pour le consommateur, la tradition et le local inspirent confiance, et l'achat de ces produits procure incontestablement une émotion positive. Il n'en demeure pas moins que si l'on se reposait exclusivement sur la tradition, l'effet serait fatal. A titre d'exemple, on peut citer l'évolution du secteur financier. La combinaison idéale entre ancienneté et nouveauté est une question d'équilibre. ■

INNOVATION UND TRADITION: EIN PARADOXON?

Traditionen mit ihrer konservativen Grundlage werden meist weder als innovatives Verhalten noch als Quelle für Neuerungen betrachtet. Umso interessanter zu beobachten ist, dass Traditionen oft innovative Entwicklungen bergen. Zwischen Innovation und Tradition besteht kein Widerspruch.

In althergebrachten helvetischen Sektoren (Nahrungsmittel- und Uhrenindustrie, Landwirtschaft) wurden eminente neue Ideen lanciert und erfolgreich umgesetzt. Nicht selten geschah dies im Kontext von Marketing- und Businessinnovationen beispielsweise kraft eines Re-Designs (Chocolat Villars) oder einer technischen Anreicherung (MySwisschocolate). Die Synthese von Neuem und Altem kann zur schwer kopierbaren Einzigartigkeit führen.

Das erhöhte Bedürfnis nach lokalen Produkten – als Quasi-Gegentrend zur Globalisierung – zeigt, dass traditionsorientierte Marktsegmente durchaus Zukunft haben. Daher haben Grossverteiler bereits vor über 10 Jahren mit Konzepten reagiert, um lokale Produkte besser zu exponieren. Tradition und Lokales sind für Konsumenten sicherlich vertrauensstiftend und der Kauf entsprechender Produkte vermittelt zweifelsohne positive Gefühle.

Offensichtlich bleibt allerdings, dass fatale Auswirkungen zu gewärtigen wären, setzte man ausschliesslich auf Tradition. Die Entwicklungen im Finanzsektor seien hierfür beredtes Zeugnis. Die ideale Kombination von Alt und Neu ist das Mass der Dinge. ■

RICO BALDEGGER
Directeur



N° 4

MAI
2017

3 > 9

ACTUALITÉS
INFOS ET AGENDA

10 > 11

ALUMNI
VISITE D'USINE
ET SOIRÉE
LUMINEUSE

12 > 23

DOSSIER SPÉCIAL
TERRITORY
AS A SOURCE
OF INNOVATION

24 > 25

TEACH DIFFERENT
RÉAMÉNAGER
L'ESPACE
D'APPRENTISSAGE

26 > 29

AMBITION
MSO
ACTIVITÉS FIN 2016-
DÉBUT 2017

30 > 31

SAVOIRS
PROJETS
ET PUBLICATIONS

32

PEOPLE
ANTONINO SCINTO**HEG MAGAZINE**

N° 4 — Mai 2017

*Create your future!*Le magazine de la Haute école
de gestion Fribourg (HEG-FR)The School of Management
Fribourg MagazineDie Hochschule
für Wirtschaft Freiburg
Zeitschrift→ www.heg-fr.ch/magazine**ÉDITEUR**Haute école de gestion
Fribourg (HEG-FR)
Chemin du Musée 4
1700 Fribourg
www.heg-fr.ch**RESPONSABLE D'ÉDITION**

Magali Dubosson

COMITÉ DE RÉDACTIONLaurent Houmard
Danièle Rueger
Rico Baldegger
Gérard Guisolan
Rudolf J. Merkle
Lukas Schneuwly
Monty Sufrin
Anka Pilauer**PRODUCTION**Inédit Publications SA
Avenue de Rumine 37
Case postale 900
1001 Lausanne
www.inedit.ch**COORDINATION**

Elodie Maître-Arnaud

CONCEPTION GRAPHIQUE

Xavier Cerdá

MISE EN PAGE

Maeva Kühnel

PHOTOLITHOGRAPHIE

Floriane Veya

RELECTURE

Adeline Vanoverbeke

IMPRESSIONImprimerie Saint-Paul
Boulevard de Pérolles 38
1700 Fribourg
www.saint-paul.ch**TIRAGE**

2500 exemplaires

IMAGEDE COUVERTURE
Freshidea / FotoliaScan
this QR CODE
to download
the HEG-FR
Magazine App!

QUOI DE NEUF?

L'EMBA DE LA HEG-FR EN VOYAGE D'ÉTUDE À HANGZHOU (CHINE) !

PARTENARIAT | Un an après que la HEG-FR a signé un accord de partenariat avec la School of Management de Zhejiang University, notre classe EMBA 15-17 a eu le privilège d'y suivre deux jours de cours axés sur le développement économique de la Chine et l'importance du «family business». Le professeur Longbao Wei a entre autres souligné l'évolution économique de la «factory driven», à la «efficiency driven» pour finalement devenir «innovation driven». Le professeur Ling Chen a quant à lui insisté sur l'esprit d'entreprise des familles.

La province du Zhejiang, réputée la plus dynamique de Chine, compte pas moins de 138 des 500 plus grandes entreprises privées du pays. Parmi elles, la société cotée en bourse Alibaba, fondée en 1999 par le légendaire Jack Ma et dont le principal revenu provient de ses activités de e-commerce. Porté par une politique d'acquisition gourmande et diversifiée, le groupe a récemment investi dans la start-up suisse WayRay, spécialisée dans la réalité augmentée à bord de véhicules.

Riche en rencontres et découvertes, ce séjour aura, on l'espère, ouvert les esprits et permis à nos étudiants EMBA d'avoir un aperçu du marché chinois dynamique! ■

Les conseillers d'Etat M. Godel (Direction des finances) et M. Curty (Direction de l'économie et de l'emploi) ont signé pour la troisième fois le mandat de gestion du programme de formation continue de l'Etat de Fribourg. La HEG-FR gère l'ensemble des cours depuis 2008 et accueille plus de 1000 collaborateurs et cadres de l'administration cantonale par an. Une collaboration efficace qui permet d'offrir des solutions de formation performantes afin de promouvoir un service public de qualité.



UNE START-UP FRIBOURGEOISE À LA GAME DEVELOPERS CONFERENCE

JEU VIDÉO | Oniroforge, studio de développement de jeux vidéo issu de la HEIA-FR, hébergé à l'Innovation Lab de la HEG-FR, a fait partie de la délégation suisse pour exposer son jeu en réalité virtuelle asymétrique Hell Eluja (http://www.oniroforge.ch/hell_eluja.html). Organisée et prise en charge conjointement par Swissnex San Francisco et Pro Helvetia, la plus grande conférence mondiale des professionnels du jeu vidéo a permis à notre start-up d'établir des contacts avec les acteurs professionnels du monde entier et de présenter sa création. ■

INTERNATIONAL BUSINESS BOOT CAMP

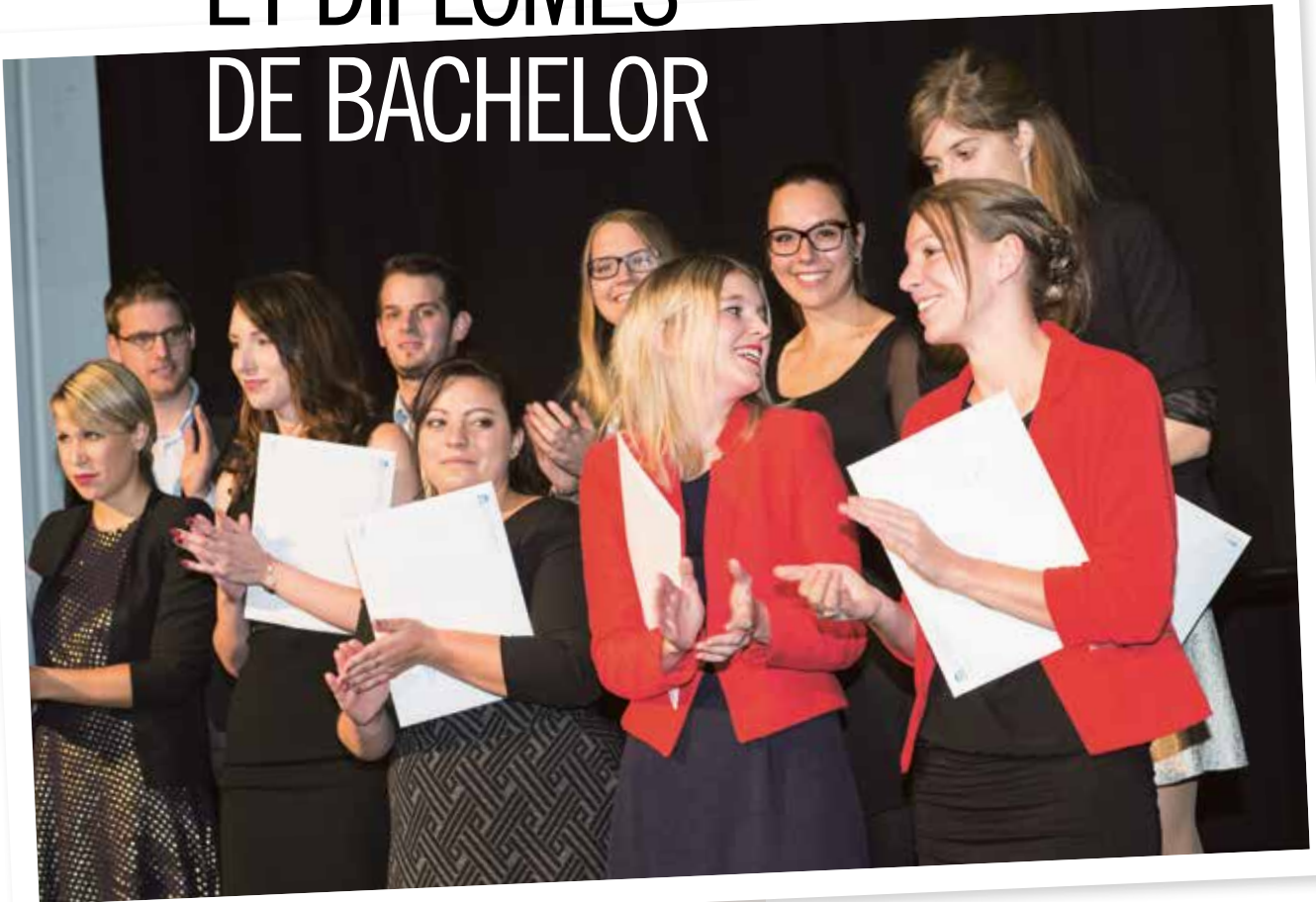
UFEED-BACK | The main objective of this Boot Camp is to invite Swiss SMEs to work with teams of "Junior Consultants" to conduct on-site market intelligence research under the co-supervision of the HEG-FR and business faculties of leading partner universities in emerging markets. In 2016, the HEG-FR engaged 5 SMEs with 5 student teams to conduct a business search in East Asia, in particular, Hong Kong, Hangzhou (China) and Singapore for this initiative.

In 2017, the HEG-FR will explore the Latin America market. The Boot Camp Latin America will take place from July 10 to August 11, 2017. We welcome Swiss SMEs with an interest in launching a small business search program with the HEG-FR in any of those emerging markets. ■

International Office: Andrea Rohrer and Genevieve (Mei Qin) Schaerer-Lim, heg-international@hefr.ch



PRIX D'EXCELLENCE ET DIPLÔMES DE BACHELOR



Les prix d'excellence ont été offerts par:

La Banque Cantonale de Fribourg I (prix des meilleures moyennes des études unilingues) Bersier Marina, Marly – Rüthemann Isabelle, Oberhelfenschwil

Le Groupe E I (prix des meilleures moyennes des études bilingues) Heimo Ludovic, Avry-sur-Matran – König Dominic, Burgdorf

La Chambre de commerce et HES-SO I (prix des meilleurs travaux de Bachelor) Aebischer Nadine, Marly – Beaud Elodie, Farvagny – Bersier Marina, Marly – de Loureiro Lopes Jonathan, Châtel-Saint-Denis – Grandjean Jérémy, Givisiez – Jungo Melinda, Bösinggen – Liechti Maxime, Payerne – Pache Maxime, La Tour-de-Peilz

Lucien et Irene Wullemin I (prix de la meilleure moyenne trilingue) Cattin Morgane, Bulle. ■



FACTS AND FIGURES

Le 11 novembre 2016, la Haute école de gestion Fribourg (HEG-FR) a remis le titre de Bachelor of Science HES-SO en économie d'entreprise à 98 étudiant-e-s.

LA PROMOTION EN BREF

NOMBRE DE DIPLOMÉS

47

FEMMES

51

HOMMES



32

DIPLOMÉS

ont suivi une formation en emploi (4 ans).

66

DIPLOMÉS

ont suivi le cursus à plein temps durant 3 ans.

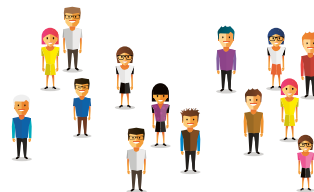
15

étudiants ont échoué aux examens ou au travail de Bachelor.

ÉCHANGES

LES DESTINATIONS EN ÉCHANGE:

- University of Cincinnati
- University of Cork, Irlande
- Université de Hawaii à Hilo
- Santa Monica College
- Brookes University (Oxford) (2 étudiants)
- European Business School London
- University of California San Diego
- California State University Monterey Bay
- Universidad San Ignacio, Lima
- California State University of Long Beach



- University of Canterbury, New Zealand
- Universidad de Chile, Santiago
- Université de Montréal
- FH Aschaffenburg (7 étudiants)

NOMBRE D'ÉTUDIANTS PARTIS EN ÉCHANGE

21

12 TRILINGUES • 7 BILINGUES
2 MONOLINGUES

LANGUES



28

DIPLOMÉS

sont de langue maternelle allemande

70

DIPLOMÉS

sont de langue maternelle française



40

DIPLOMÉS

ont suivi une formation bilingue en français et en allemand, et obtiennent un diplôme dit «bilingue».

11

DIPLOMÉS

ont suivi une formation trilingue, à savoir en français, en allemand et en anglais.



AGENDA



ÉVÉNEMENTS HEG-FR

DU 15 MAI AU 21 JUILLET 2017

Immersion programme
Pour les étudiants de Singapour

9 JUIN 2017

**Garden Party
des collaborateurs
de la HEG-FR**

DU 19 JUIN AU 14 JUILLET 2017

Summer School
Pour des étudiants de France, Mexique,
Brésil, Australie, Singapour, Suisse

DU 3 JUILLET AU 4 AOÛT 2017

Boot Camp – Asie
Pour les étudiants en Master HEG-FR
Destination: Hong Kong et Singapour

DE JUILLET À SEPTEMBRE 2017

**Boot Camps –
Amérique latine**
Pour les étudiants en Bachelor
et Master HEG-FR
Destination: Mexique et Brésil
Mexique: du 10 juillet au 11 août
Brésil: du 14 août au 15 septembre

DU 10 AU 14 JUILLET 2017

Youth Camp Adopreneur
Pour 20 participants âgés de 13 à 16 ans,
avec des visites d'entreprises à Fribourg
et au-delà

DU 28 AOÛT AU 1^{ER} SEPTEMBRE 2017

**Semaine de réflexion:
«La création de valeur(s)»**
Comment créer de la valeur à tous
les niveaux de la société? Conférences
et ateliers

23 SEPTEMBRE 2017

**Conférence
de M. Joseph Deiss
organisée par l'association
Alumni HEG-FR**
Ancien président de la Confédération
et de l'Assemblée générale de l'ONU
et membre de nombreux conseils
d'administration

ÉVÉNEMENT

POUR UNE SUISSE OUVERTE ET DÉCOMPLEXÉE

Le 24 janvier, la Haute école de gestion Fribourg (HEG-FR) et economiesuisse ont réuni un parterre d'intervenants prestigieux pour débattre des enjeux liés aux relations entre la Suisse et l'Union européenne.

TEXTE: MAGALI DUBOSSON, professeur et responsable d'édition



Mme Chantal Robin (directrice de la CCIF), MM. Beat Vonlanthen (conseiller aux Etats), Patrick Odier (vice-président d'economiesuisse), Mauro Dell'Ambrogio (secrétaire d'Etat à la formation) et Dominique Ducry (président de Cantin Group) ont souligné l'importance de nos relations avec l'Europe en ces temps de grandes incertitudes. La Suisse doit miser sur ses atouts, qui sont notamment son système de formation duale de haute qualité et l'excellence de sa recherche, ainsi que sa capacité à innover. Le maintien de ces avantages est grandement tributaire de la capacité de la Suisse à préserver son ouverture à l'international et, en particulier, par rapport à ses voisins européens.

La formation et la recherche au cœur du débat sur l'Europe. Après l'acceptation par le peuple de l'initiative «Contre l'immigration de masse», le 9 février 2014, la formation et la recherche avaient été les premières touchées par les mesures de rétorsion prises par l'Union européenne. Cela s'est traduit par une fragilisation de la recherche en Suisse. Avant cette date, les chercheurs suisses coordonnaient près de 1000 projets (période 2007-2013). Ce nombre est tombé à 15 depuis l'acceptation de l'initiative. L'impact de cette dernière s'est fait moins ressentir au niveau de la mobilité des étudiants, puisque la Suisse a très rapidement mis

sur pied un instrument de financement pour compenser sa non-participation à Erasmus. Selon M. Dell'Ambrogio, ce système a coûté très cher à la Suisse, puisque celle-ci finance maintenant également les étudiants étrangers pour leur séjour en Suisse, mais il a aussi permis de se libérer de certaines contraintes et de favoriser la mobilité des apprentis.

Que doit faire la Suisse dans un environnement d'incertitudes?

La Suisse est dans le peloton de tête en matière d'insertion des jeunes dans le monde du travail, grâce à son système de formation duale, envié par les autres pays et difficilement copiable. Selon M. Patrick Odier, si le travail est cher en Suisse, c'est pour de bonnes raisons. Il se justifie par la possibilité de recourir à des esprits bien développés grâce à une formation de très haute qualité. La Suisse est le troisième marché d'exportation de l'Europe, après la Chine et les Etats-Unis. Par conséquent, ni la Suisse ni l'Europe n'ont d'intérêt à jeter aux orties les accords bilatéraux. Il faut offrir à notre partenaire le visage d'une Suisse ouverte et souveraine, confiante et actrice dans ses relations sur l'échiquier international. La Suisse s'est forgée en se confrontant à la concurrence, qui l'a obligée à être innovante et performante. Nous devons continuer dans cette voie, sans oublier de soutenir fermement notre activité locale et d'investir dans la formation.

Inauguration de l'auditoire au nom d'un homme d'ouverture.

La conférence a également été l'occasion d'inaugurer le nouvel auditoire baptisé «Beat Vonlanthen» (*lire pages suivantes*). Le conseiller aux Etats fribourgeois a souligné son attachement à une formation de haut niveau qui maintient un lien très fort avec la pratique, formation qui permet à la Suisse d'avoir une place unique et de faire face à un environnement très concurrentiel. La dédicace se voulait être une reconnaissance de l'esprit d'innovation de M. Vonlanthen et de ses valeurs humaines d'écoute et d'ouverture. ■

De gauche à droite
Olivier Curty,
Chantal Robin,
Beat Vonlanthen
et Mauro
Dell'Ambrogio

INAUGURATION DE L'AUDITOIRE BEAT VONLANTHEN

«GRÂCE AUX HAUTES ÉCOLES DE RENOMMÉE, AUX INSTITUTS DE RECHERCHE À LA POINTE ET AUX QUARTIERS D'INNOVATION, LE CANTON DE FRIBOURG DISPOSE DE CONDITIONS-CADRES IDÉALES POUR PROMOUVOIR L'INNOVATION»

Le 24 janvier, le nouvel auditoire de la HEG-FR a été officiellement inauguré et baptisé du nom de l'ancien conseiller d'Etat et actuel conseiller aux Etats fribourgeois Beat Vonlanthen.

PROPOS RECUEILLIS PAR MAGALI DUBOSSON

HEG-FR: Vous venez de participer à l'inauguration de l'auditoire à votre nom. Pourriez-vous nous communiquer votre sentiment?

BEAT VONLANTHEN Cette surprise me touche profondément. C'est pour moi un signe de reconnaissance qui m'honore beaucoup. Il faut dire que la HEG-FR me tient particulièrement à cœur, en raison de son dynamisme, de son esprit d'innovation, de son plurilinguisme et de sa proximité avec l'économie régionale.

Comment décririez-vous les liens qui vous attachent à la HEG-FR?

Comme conseiller d'Etat et directeur de l'Economie et de l'emploi, j'ai été durant plusieurs années le responsable politique des hautes écoles spécialisées, donc également de la HEG-FR. La HEG-FR se distingue

par sa jeunesse et son développement impressionnant. A côté de l'aspect politique, j'ai aussi pu me rendre compte des excellentes prestations de la haute école fribourgeoise comme père. En effet, mon fils Jonas y a fait sa formation de Bachelor, il y a quelques années déjà, et aujourd'hui, dans son activité professionnelle, il profite énormément de cette formation de qualité.

Comment avez-vous conçu votre rôle de conseiller d'Etat pour notre école? De quoi êtes-vous le plus fier en tant que conseiller d'Etat en charge des hautes écoles spécialisées?

Nos hautes écoles spécialisées, développées historiquement de manière très différente, devaient toutes être mises sous le même toit cantonal. Nous avons essayé de définir un cadre qui permette à chaque haute école de bien se développer, sans trop de restrictions administratives. C'est un défi qui nous préoccupe en permanence. La direction de la HES-SO, à savoir le Comité gouvernemental et le Rectorat, doit être consciente de l'importance de la liberté d'action des différentes hautes écoles. A Fribourg, nous avons la particularité que les HES sont placées sous la responsabilité politique de la Direction de l'économie et de l'emploi. C'est un avantage considérable qui doit être maintenu à l'avenir.

Vous avez été choisi comme figure emblématique du support envers l'innovation à Fribourg. Pourquoi pensez-vous que Fribourg soit un terreau favorable à l'innovation?

Le canton de Fribourg a une économie très diversifiée et il a pu enregistrer un développement économique solide au cours de ces dernières années. Il faut dire que nous avons dû rattraper un certain retard. Si nous voulons assurer l'essor de notre économie à moyen et à long terme, la focalisation sur l'innovation, avec la création d'une plus-value importante, est indispensable. Grâce aux hautes écoles de renommée, aux instituts de recherche à la pointe, comme l'Institut Adolphe Merkle, et au quartier d'innovation BlueFactory, nous disposons de conditions-cadres idéales pour promouvoir l'innovation.

Comment Fribourg doit-il continuer à se profiler à l'avenir en matière d'innovation? Quels sont ses avantages concurrentiels?

Fribourg doit se focaliser sur les thèmes qui constituent un avantage concurrentiel pour le canton. Je pense notamment au domaine de la construction, où Fribourg est très fort, depuis longtemps. Avec le projet du Smart





Beat Vonlanthen
devant la porte
de «son auditoire».

Living Lab, une collaboration entre les hautes écoles fribourgeoises et l'EPFL sur le site de BlueFactory, Fribourg va contribuer à ancrer la notion de développement durable dans les domaines de la construction et de l'habitation. Je pense aussi au secteur de l'alimentation, qui reflète l'importance de l'agriculture et de l'agroalimentaire pour notre canton. Avec le cluster «food and nutrition», le canton pourra consolider ce pôle de compétence. Finalement, *last but not least*, je pense aux contributions importantes que la HEG-FR apportera à l'avenir au secteur financier, à travers les fintechs.

Vous avez aussi souligné l'ancrage local comme un élément crucial. Comment se matérialise-t-il?

Un ancrage très fort dans le tissu économique régional caractérise les HES depuis leur création. Les collaborations avec les entreprises locales renforcent la compétitivité et la capacité d'innovation de celles-ci et représentent par conséquent un atout majeur pour notre économie.

Le sujet spécial de notre magazine est l'innovation liée au monde rural, à l'agriculture et à l'alimentation. Qu'est-ce que cela évoque pour vous?

Comme je l'ai indiqué plus haut, le canton de Fribourg peut mettre en avant de nombreux atouts dans ce domaine. Grâce au transfert du centre de recherche agricole Agroscope de Liebefeld à Posieux, qui se réalisera prochainement, le pôle de compétences sera encore renforcé. Le thème de la nutrition est d'une importance cruciale dans les développements liés à la santé.

Aujourd'hui, vous passez le témoin à M. Curty. Comment pensez-vous continuer à soutenir notre école dans votre rôle de conseiller aux Etats, ou autre?

Je suis convaincu que le conseiller d'Etat Olivier Curty défendra avec beaucoup d'engagement la place de nos hautes écoles spécialisées, afin qu'elles puissent continuer à bénéficier de conditions-cadres optimales. Le niveau fédéral offre également beaucoup d'opportunités de défendre les intérêts de la HEG-FR. C'est notamment le cas de la politique de formation, de recherche et d'innovation, ainsi que de la politique étrangère, avec l'enjeu majeur de nos relations futures avec l'Union européenne. Bien évidemment, je continuerai d'être à l'écoute de la HEG-FR, en tant que «sparring partner» curieux et constructif. ■

EHEMALIGE STUDIIERENDE

ALUMNI FIRMENBESUCH MOTOREX



Im Rahmen unseres spannenden Alumni-Jahresprogramms, stand am 21.11.2016 der Firmenbesuch auf dem Plan. Diesmal bei der Firma MOTOREX in Langenthal.

TEXT: LUCIANO PALUDI

Nach einer Video-Einführung begleitete uns der CEO Edi Fischer persönlich durch den Betrieb und erlaubte uns tiefe Einblicke, genau nach unserem Alumni Motto «Deep insight». Dabei wurden uns die Bereiche wie Einkauf, die Produktionsanlagen, die Labors sowie die Logistik bis zur Firmenphilosophie und dessen Erfolgsrezepte näher gebracht. Die Firma MOTOREX, bis heute ein Schweizer Familienunternehmen, begann 1917 mit der Fabrikation von Leder- und Bodenpflegemitteln und ist heute der grösste Schweizer Schmierstoffhersteller mit Vertrieb in 80 Ländern. Die Produktpalette reicht vom Schmierstoff, zu Kühlflüssigkeiten, bis zu Reinigungs- und Pflegemittel für Fahrzeuge und Motorräder.

Weltweit anerkannter Spezialist. Das Prinzip der Schmierstoffherstellung basiert auf dem Mix aus einer unzähligen Vielfalt von Basisstoffen, welche auf den Weltmärkten eingekauft werden. Dabei bestimmt das spezifische Einsatzgebiet des Schmierstoffes, ob für Automotive, Marine, Motorrad

oder einer der verschiedensten Industriezweige welche MOTOREX beliefert, die genaue Rezeptur, welche in den vorgesehenen Tanks vorbereitet und über ein Labyrinth von Rohrsystemen abgefüllt wird. Das grosse Know-how in der Kundenspezifischen Herstellung von Schmierstoffen, nutzen Kunden aus aller Welt. Hier vertrauen Kunden auf Kompetenz und Swissness. Dieses Wissen wurde für die strategische Erweiterung der Dienstleistung eingesetzt. So prüft das Labor heute im Kunden-Auftrag verschiedenste Präparate und Flüssigkeiten. Die Strategie, sich auf die Kernkompetenzen zu konzentrieren, bewährt sich auch im internationalen Wettbewerb. Dabei steht nicht nur die Herstellung eines Produktes im Zentrum, sondern auch die Positionierung als kompetenter Entwicklungs-Dienstleister und Partner.

Abschied. Zum Schluss beantwortete Edi Fischer alle unsere Fragen, welche während dem anschliessenden Apéro-Riche in angeregten Gesprächen weiter diskutiert wurden. Auch dieser Anlass war ein Erfolg und die Vorbereitungen für den nächsten Firmenbesuch laufen bereits. Sei du auch dabei. ■

SOIRÉE CULTURELLE 2017: FESTIVAL DES LUMIÈRES À MORAT



Les membres de l'Alumni ainsi que leurs conjoint-e-s ont eu le plaisir d'être accueillis par la ville de Morat le 17 janvier 2017 pour la seconde édition du Festival des lumières.

TEXTE: PIERRE-ANDRÉ BRECHBÜHL

Dans le carré VIP, coupe de champagne ou vin chaud à la main, nous avons assisté à la magique projection animée sur les murs de l'école primaire. Suite à cette époustouflante présentation millimétrée, deux guides privés nous ont accompagnés dans les coulisses des arteplices. Malgré une météo fraîche, les multiples couleurs des riches projections sont venues réchauffer nos esprits. La soirée s'est terminée au chaud dans le Bar Museum Muratum, afin de permettre aux participants de se retrouver et d'échanger quelques instants. A quand la prochaine sortie? Vous recevrez, chères et chers membres, de plus amples informations prochainement par e-mail. ■

SAVE THE DATE!

Prochaine assemblée générale / Nächste Generalversammlung: 18 mai 2017, à 18h.



TERRITORY AS A SOURCE OF INNOVATION



L'INNOVATION EST DANS LE PRÉ



TEXTE:
MARILYNE
PASQUIER,
professeure

Avec une position centrale au cœur de l'Europe, la Suisse dispose d'un carrefour géographique avec des intersections à la base de notre diversité culturelle. Notre localisation stratégique est d'ailleurs bien reconnue comme un territoire propice où il fait bon travailler, étudier et vivre. Malgré une Suisse si bien positionnée et bien qualifiée, des défis de taille doivent être résolus pour l'un des plus petits pays d'Europe. Comment l'innovation peut-elle répondre à un territoire contradictoire à la fois source d'opportunités et de difficultés?

L'étude sur le comportement d'internationalisation des PME suisses «Swiss International Entrepreneurship Survey» menée périodiquement par la Haute école de gestion Fribourg (HEG-FR) confirme la force d'innovation de nos entreprises suisses. L'internationalisation des petites et moyennes entreprises (PME) est devenue une condition de survie face à un marché domestique restreint. Confrontées à ce premier défi, nos PME redoublent d'innovations en termes de produits de qualité ou de services apportés pour être présentes sur la scène internationale.

Notre territoire restreint se trouve également au cœur d'un défi d'adéquation pour l'utilisation et l'aménagement du territoire. Ce défi souffre des conséquences de notre accroissement démographique et du développement économique. En raison d'une organisation fédéraliste de notre aménagement du territoire, cette problématique d'adéquation est avant tout placée entre les mains des cantons et des communes. Le projet de recherche «Analyse et construction d'un observatoire du logement et immobilier pour le canton de Fribourg» vise à offrir un système d'informations utiles aux décisions stratégiques des parties prenantes pour répondre à ce défi actuel.

Notre dossier spécial met en lumière le territoire comme source d'innovations au travers de plusieurs réflexions pragmatiques actuelles. L'entrepreneuriat est aussi dans le pré! ■

Thanks to its location in the heart of Europe, Switzerland is at the geographical crossroads that built its cultural diversity. Our strategic setting is recognized as a favorable territory that makes it a great place to work, to study and to live. Yet despite its optimum position and cutting-edge qualifications, Switzerland, one of Europe's smallest countries, still faces significant challenges that need to be addressed. How can innovation meet these challenges with such a mixed bag of opportunities and difficulties?

The study on the internationalization behavior of Swiss SMEs, the "International Entrepreneurship Survey", conducted periodically by the School of Management Fribourg (HEG), reaffirms the innovative strength enjoyed by Swiss companies. Given the highly restricted domestic market, going international has become an essential strategy for small and medium enterprises (SMEs) if they want to survive. Moreover, SMEs are redoubling their efforts to be more innovative in terms of providing high quality products and services in order to compete at the international level.

Our small territory also faces the challenge of adapting the use and development of its land. That question is suffering from the consequences of the increase in population and of the economic development. Because of the federal structure of the planning of our land use, the need for adaptation is placed essentially in the hands of cantons and municipalities. The research project "analysis and design of an observatory on housing and real estate for the Canton of Fribourg" aims at offering the various stakeholders a decision aid tool in order to address this challenge.

Through pragmatic and current reflections, our special brief highlights territory as a source of innovation. Entrepreneurship can also be found in the field! ■



CHObA CHObA, L'ENTREPRISE QUI VEUT RÉVOLUTIONNER LA FILIÈRE CHOCOLAT!

Christoph Inauen et Eric Garnier ont repensé la filière du chocolat pour cofonder une start-up avec 36 familles péruviennes de producteurs de cacao. Choba Choba signifie en quechua «tu m'aides, je t'aide».

TEXTE: LAURENT HOUMARD, professeur

Découvert par l'organisation internationale Ashoka et vainqueur du prix UBS Social Innovation en 2016, Choba Choba a lancé, en novembre 2015, ses premières plaques de chocolat sur le marché suisse. La vision des fondateurs est de proposer un produit de qualité construit autour d'un modèle économique innovant: «Il s'agit de créer un marché du chocolat différent en proposant non seulement un salaire plus juste au producteur, mais aussi plus de pouvoir sur la filière», explique Christoph, l'un des cofondateurs.

L'idée de ce projet est venue d'un constat cruel. Durant huit ans, Eric et Christoph ont voyagé dans l'Amazonie péruvienne, dans le but de développer une filière d'approvisionnement en cacao issu du commerce

équitable. Ils s'y sont rendus pour acheter le cacao, et ils y ont développé une sincère amitié avec les petits producteurs locaux. Un jour, ces producteurs leur ont clairement exprimé leurs frustrations sur le peu d'impact des projets de développement durable. «Vos projets sont bien, mais à la fin, on n'a rien!» Ces paroles eurent un impact fort: «Entendre que nos projets n'avaient qu'un impact dérisoire sur les conditions de vie des producteurs a été une gifle en plein visage pour nous», explique Eric.

Chocolate revolution. Un changement de fond de l'industrie du chocolat était nécessaire, car les bénéfices réalisés l'étaient au détriment des quelque 6 millions de producteurs de cacao, dont la plupart se battent chaque jour pour survivre. «Malgré les grandes pro-



messes de ces dernières décennies, la situation n'a guère changé pour les producteurs de cacao», constate Christoph.

Le duo de fondateurs a mis toute son expérience acquise dans le développement durable et la gestion des approvisionnements au service de ce projet. Christoph et Eric ont décidé d'attaquer le problème à la racine: «Pour un véritable changement, nous avons besoin d'une approche complètement nouvelle. Il faut rééquilibrer le système pour que les producteurs disposent de plus de pouvoir, et travailler en direct, sans intermédiaire. Le consommateur doit pouvoir acheter son chocolat directement auprès des producteurs de cacao.»

Nouveau modèle économique. Chez Choba Choba, les agriculteurs, qui sont aussi cofondateurs et actionnaires, profitent de la valeur qui est créée tout au long de la chaîne. Ils participent activement à la direction de l'entreprise. Le prix du cacao acheté par Choba Choba et payé aux producteurs n'est pas basé sur le cours international de la bourse, mais il est déterminé par les producteurs eux-mêmes. «Aujourd'hui, les producteurs détiennent 7% du capital. Grâce à un fonds alimenté par 5% de notre chiffre d'affaires, ils ont la possibilité d'augmenter leurs parts au fur et à mesure que l'entreprise grandit. L'objectif est que, d'ici à 2020, ils détiennent 33% de Choba Choba SA. Nous nous sommes engagés sur le long terme à leur céder la majorité», explique Eric. En parallèle, un programme de formation est proposé aux agriculteurs d'Amazonie, afin qu'ils apprennent à devenir aussi des entrepreneurs dans la filière internationale du chocolat.

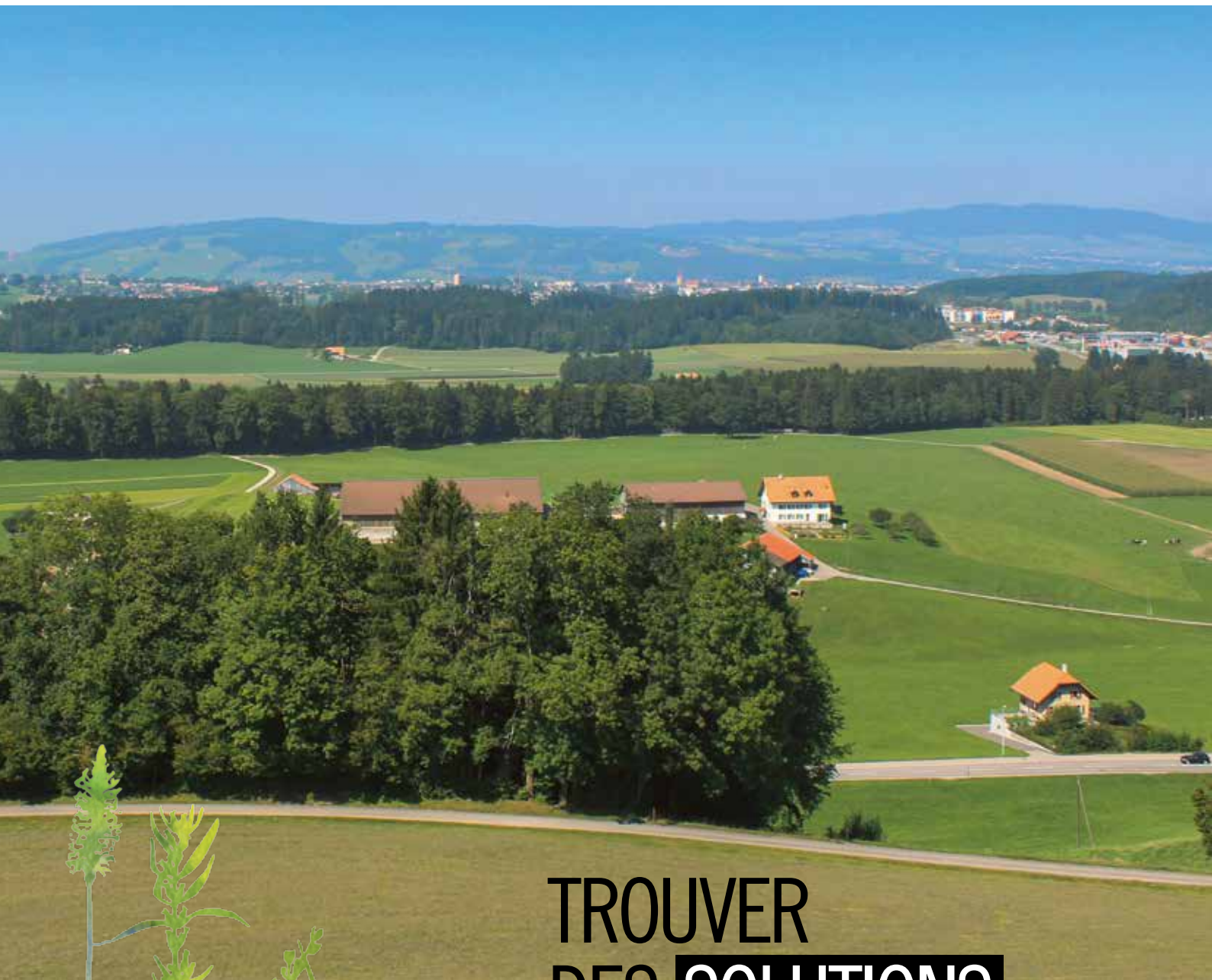
Et cela marche! «Les clients sont attirés par l'histoire et le concept de Choba Choba. Et ils reviennent, car ils sont convaincus par la qualité du produit», commente Christoph. Choba Choba n'est pas intéressé par un label fairtrade ou autre. «Nous voulons que les clients aient confiance dans notre marque et qu'il reconnaisse la qualité exceptionnelle de notre chocolat.»

Filière courte. Les agriculteurs cultivent le cacao en système agroforestier sur leurs parcelles familiales. La start-up met un point d'honneur à ce que le consommateur sache précisément d'où vient son produit. «Nous sommes complètement transparents. Chaque consommateur peut venir visiter les producteurs, les appeler directement ou les contacter sur Facebook. Nous recréons du lien entre les consommateurs et les producteurs», commente le cofondateur Eric Garnier. Les fèves de cacao sont ensuite acheminées en Suisse, où le fameux chocolatier Felchlin les transforme en chocolat premium. Christoph confie que Felchlin était dès le début son partenaire rêvé. «Depuis le début, Felchlin nous soutient énormément. Pour notre produit, c'était essentiel de pouvoir travailler avec le meilleur chocolatier.» Se distinguant d'autres marques de chocolat, la base des créations de Choba Choba ne se compose que de trois ingrédients naturels: les

fèves de cacao, le beurre de cacao et le sucre de canne non raffiné. Le chocolat n'étant disponible que sur sa propre boutique en ligne (www.chobachoba.com), Choba Choba met directement en relation le consommateur avec le producteur, pour conserver les marges et pour plus de transparence.

Avec un modèle d'affaires innovant en termes de gestion, de gouvernance et d'impact social, Choba Choba touche directement les populations péruviennes par une augmentation de leurs revenus et de leurs compétences. «Aujourd'hui, la croissance est telle que le modèle doit déjà s'adapter», nous confie Eric. Elle est en plein processus de réflexion stratégique avec l'appui d'Ashoka. ■





TROUVER DES SOLUTIONS ENSEMBLE

Marie Garnier, conseillère d'Etat Verte, directrice des Institutions, de l'agriculture et des forêts, a toujours eu à cœur d'agir en faveur de l'environnement et du développement durable, dans sa vie professionnelle autant que politique. Elle revient sur son engagement et sur sa vision de l'entrepreneuriat.

PROPOS RECUEILLIS PAR DANIELÈLE RUEGER, responsable Devpro





OLIVIER SAVOY

HEG-FR: Votre engagement en faveur de l'environnement précède votre élection au Conseil communal de Villars-sur-Glâne sur la liste des Verts, puis au Conseil d'Etat fribourgeois. Quelles en ont été les motivations?

MARIE GARNIER Je dirais que ma motivation est double depuis mon plus jeune âge. Une sensibilité à la beauté et à la diversité de la nature et ensuite, la certitude, basée sur des faits scientifiques, que lutter pour que l'environnement soit préservé, c'est agir à la source pour essayer de préserver l'humanité de nombreux fléaux. Car la raréfaction de l'eau conduit à la pauvreté, à la famine, voire à la guerre, la pollution occasionne des maladies graves... c'est donc une volonté de prévention qui guide mon engagement. Ceci dit, de nombreuses personnes peuvent contribuer à préserver l'environnement dans leur profession, par exemple en inventant des matériaux ou des modes de construction plus durables.

Comment l'agriculture s'inscrit-elle dans votre parcours de «Verte»?

J'ai fait une année d'apprentissage agricole après la maturité, puis des études d'ingénierie agronome à l'EPFZ, avec spécialisation en économie rurale. Je souhaite contribuer à la production d'une nourriture saine en suffisance, tout en ménageant les ressources. Pour la prochaine période de politique agricole, soit après 2022, je propose un système de paiements directs raisonnable, qui ne décourage pas l'esprit d'entreprise des agriculteurs tout en encourageant une optimisation du bilan écologique et économique.

Pour Marie Garnier, la création d'une plateforme entre les différentes institutions permet d'envisager d'ambitieux projets.

Une partie des étudiantes et étudiants de la HEG-FR sont ou seront des entrepreneur-e-s. Quelle est votre vision de l'entrepreneuriat?

L'entrepreneuriat est très important pour la bonne marche de l'économie, quelle que soit la taille de l'entreprise. Il n'est pas toujours évident de prendre des risques et de les assumer. Ni de trouver et conserver sa place dans le système actuel. Et pourtant, je ne peux que féliciter tous ceux qui tentent la responsabilité et l'innovation, même s'il faut parfois essayer quelques échecs avant de réussir. Dans ma fonction actuelle, j'essaie de faciliter la vie des acteurs de l'agroalimentaire pour qu'ils puissent continuer à produire et à innover, sans complications inutiles. L'administration doit aussi soutenir l'esprit d'entreprise.

Quel soutien pourrait être apporté à l'innovation dans le secteur primaire?

L'agriculture va au-devant de grands changements. La robotique va modifier fondamentalement les méthodes de production et permettre de réduire les intrants polluants. Des prototypes de drones aspergeurs ou de robots désherbeurs sont déjà à l'œuvre. Dans ce sens, j'ai demandé à créer une plateforme entre la HEIA-FR et l'Institut agricole de Grangeneuve, pour que les étudiants puissent imaginer des projets de robotique agricole. J'examine actuellement comment l'agriculture pourrait profiter des aides à la numérisation. Par ailleurs, avec l'arrivée de l'unité d'Agroscope consacrée à la recherche en denrées alimentaires et le développement des installations de Grangeneuve, j'ai bon espoir que des projets innovants puissent voir le jour.

Les murs de la HEG-FR vous sont familiers... Vous y avez animé des journées de formation destinées au personnel d'enseignement de la HES-SO. Aujourd'hui, quel message adressez-vous à l'intention de nos HES en matière de développement durable dans l'enseignement?

Fribourg a l'immense chance de regrouper des HES actives dans tous les domaines du développement durable, soit la santé, le social, l'économie, les domaines techniques et environnementaux. Cette opportunité est à saisir pour que nos étudiants puissent bénéficier de semaines dédiées à des thèmes liés au développement durable. Pourquoi ne pas développer un projet en commun, par exemple sur la santé en ville, qui formerait les jeunes à trouver des solutions ensemble? Qu'elles soient techniques, économiques ou même politiques, tout le monde aurait à y gagner! ■

ENTREPRISES

NICOLAS STÄMPFLI – «HOCHSTAMM PRÖMIUM» UND WEIN



Der einer Unternehmerfamilie entstammende Nicolas Stämpfli, seines Zeichens Absolvent des Bachelor-Lehrganges in Betriebsökonomie an der HSW-FR (Studienabschluss 2014) und aktuell Student des Masters Betriebsökonomie Entrepreneurship (Innovation & Growth), hat sich als Entrepreneur in der umkämpften Getränke-Industrie mit einer überzeugenden Nischen-Strategie einen Namen gemacht.

TEXT: RUDOLF MERKLE, Dozent

Die Stämpfli Trading GmbH/LLC wurde von Nicolas Stämpfli 2009 gegründet. Primär produziert und vertreibt die Firma Apfelsaft bester Qualität unter dem Brand «Hochstamm Prömium». Der Saft enthält weder Kohlensäure noch Zusatzstoffe, wird in der Sense-Region gepresst und vom Partnerunternehmen Mosterei Hurni in Ferenbalm (BE) abgefüllt.

Herausforderung Markt. In einem stagnierenden Markt hat sich der Brand etabliert bzw. erfreut sich wachsender Bekanntheit. Die Prognose des durchschnittlichen Pro-Kopf-Konsums für die Schweiz für 2017 liegt mit ungefähr 6,11 knapp über dem Vorjahr, wengleich der Markt von 2017 bis 2020 jährlich um 2% schrumpfen wird. In diesem herausfordernden Umfeld behauptet sich der «Hochstamm Prömium»-Apfelsaft. Ausschlaggebend dürfte sein, dass er quantitativ limitiert hergestellt wird und folgerichtig allein in exklusiven Lokalitäten verkauft wird. Auch im Detailhandel arbeitet das Unternehmen ausschliesslich mit ausgewählten Adressen zusammen. Im Fokus des Vertriebsnetzes stehen die Top-Gastronomie, Hotels und Delikatessen-Shops, wobei ein solides Wachstum angestrebt wird.

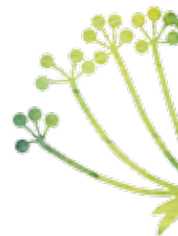
Anspruchvolle Kunden. Nicolas Stämpflis Konsumenten sind sehr anspruchsvoll, sodass deren Bedürfnisse nur mit einer konsequenten Hochqualitätsstrategie

befriedigt werden kann. Beredtes Zeugnis hierfür sind die wiederholten imponierenden Erfolge im Wettbewerb für Apfelsäfte der Kantone Bern, Solothurn und Freiburg: 2013: 20 Punkte von 20; 2012: Goldmedaille, 2011/12: Jahressieger.

Andererseits will die Stämpfli Trading GmbH/LLC, der Sitz in Böisingen situiert ist, mit einer Geschäftspolitik der Social Responsibility überzeugen: «We take care of a responsible, true and fair way of doing business with all our stakeholders.» Eine konkrete Massnahme zur Umsetzung dieses Versprechens ist die Rücknahme aller Flaschen. Mit 30 Rappen Depot werden Flaschen à 100 cl taxiert; kleine à 33 cl sollen die Kunden freiwillig zurückgeben: Der ideale «Hochstamm Prömium»-Geniesser übernimmt selbst Verantwortung für die Schonung der Ressourcen resp. der Umwelt. Die Produktion des Apfelsaftes ist gleichermaßen ökologisch und sparsam. So werden etwa alle Flaschen in Mehrwegkartons transportiert werden. Der 26-jährige Nicolas Stämpfli fördert bewusst Sammelbestellungen und Allokationen per annum, auf Werbung verzichtet er weitestgehend.

Diversifikation. Der Spross eines der Inhaber der Weinhandlung Stämpfli AG (Laupen/BE) arbeitet nebenbei als Consultant. Auf der Basis seines breiten Erfahrungsschatzes und des dichten Netzwerkes bietet er Akteuren im Schweizer Food- & Beverage-Business Marketing-, Logistik- und Business Development-Dienstleistungen an. Endlich vertreibt er für die HoReCa Schweiz spezielle Nischenprodukte. Mit seinem Know-how kreiert Nicolas Stämpfli neue strategische Geschäftsfelder und will im helvetischen Food- & Beverage-Markt in Zukunft eine gewichtigere Rolle spielen. Zuzutrauen ist ihm dies, hat er sich doch als Unternehmer bereits eindrücklich bewiesen.

Besonders mit Blick auf die Digitalisierung legt er seine Priorität zurzeit auf die Entwicklung einer Renovationsstrategie für den elterlichen Betrieb, den er sukzessive übernehmen wird. ■

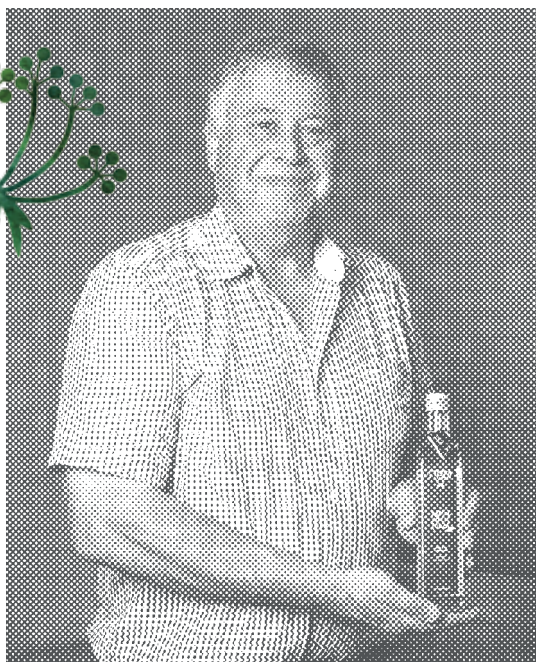


BEAT GAUCHS TERRA LAMPRAT RAPSÖL – QUALITÄT VON HEIMISCHEN FELDERN

Beat Gauch, Landwirt und Inhaber eines Bachelors in Betriebsökonomie HSW-FR (Studienabschluss 2008), wunderte sich immer darüber, dass die Schweizer ihre Speisen der warmen und kalten Küche allein mit Olivenöl zubereiten, während sie heimische Öle kaum mehr verwenden.

TEXT: RUDOLF MERKLE, Dozent

Selbst ein grosser Liebhaber davon, fand er schlicht kein Rapsöl, dessen Qualität ihn zufriedengestellt hätte. Im eigentlich übersättigten Markt erkannte er Potential für ein exquisites Rapsöl. Nicht zuletzt aufgrund der Anbauoptionen auf den eigenen Feldern und des ausreichenden Lagerplatzes auf seinem Hof entschloss er sich dazu, selbst Raps anzubauen und dessen Samen zu pressen, um ein Speiseöl von hervorragender Qualität auf den Markt zu bringen. Nachdem sich der Landwirtschaftsunternehmer sein Know-how mit Lektüre und Diskussionen vertieft und die Vorzüge des Rapsöls für die Gesundheit eingehend studierte hatte, begeisterte er zwei Freunde von seinem Vorhaben und von einer Zusammenarbeit. Zum einen versteht sich Beat Gauch von jeher als Teamplayer, zum anderen wollte er profunde Kompetenzen in Vertrieb und Marketing gewissermassen einkaufen, sodass er sich auf das Produktmanagement konzentrieren konnte.



Flüssiges Gold. Die vom Trio gemeinsam entwickelte Strategie des Projektes basiert auf vier fundamentalen Säulen: Qualität, Gesundheit, Terroir und Fokus auf die Produzentenpersönlichkeit. Der Aspekt der ausgewogenen Ernährung – zweifelsfrei ein Trend im Food-Business in der Schweiz – liegt nachgerade in der sprichwörtlichen Natur der Sache: Rapsöl enthält eine höhere Konzentration an ungesättigten Omega-3-Fettsäuren als Olivenöl und ist reich am Antioxidans Vitamin E.

Als Zielgruppe sind neben der Spitzengastronomie Leute allen Alters angesprochen, die gesundheits- und qualitätsbewusst, also mit Genuss ausgewogen essen und trinken. Sie zeigen sich zudem bereit, für ein regionales Landwirtschaftserzeugnis erster Güte einen fairen Preis zu bezahlen.

Produktion und Distribution in einer Hand. TerraLamprat, die eigens gegründete Firma, produzierte 2016 ungefähr 3000 Liter natives Speiseöl höchsten Qualitätsstandards. Als USP darf gewiss gelten, dass eine Hand alles erledigt – von der Saat, über Ernte, Lagerung, Presse bis hin zur Abfüllung in die Flaschen. Soziales Engagement ist essentieller Teil der Firmenphilosophie. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ssb Sensler Stiftung für Behinderte stellen jede Flasche Öl mit einer Etikette und einem Leporello aus. Das kaltgepresste, nachhaltig fabrizierte Öl bleibt naturbelassen, enthält folglich keine Zusatzstoffe. Neben der Lagerung spielt die Pressung für die Güte des Öls eine entscheidende Rolle. Beat Gauch hat daher viel in die Presse investiert und sie nach eigenen Vorstellungen herstellen lassen. Der erfolgreiche Vertrieb über den Detailhandel (u. a. Manor, Sciboz und Fleisch und Brau) sowie die wachsenden Absätze des Online-Shops (terralamprat.ch) bezeugen, dass die gewählte Strategie richtig ist. Mit dem helvetischen Top-Koch Alain Bächler (Restaurant Trois Tours in Bourgillon/FR) konnte ein sympathischer Botschafter für TerraLamprat Rapsöl gewonnen werden.

Wachstumsstrategie. Schon in Basel mit einem Händler vertreten, hat Beat Gauch ausgelotet, dass er die Produktion mehr als verdoppeln kann. Eingedenk des Wissens um die Steigerungsmöglichkeiten der Kapazitäten laufen Gespräche für den nächsten, zweifelsohne gewagten Wachstumsschritt TerraLamprats: Verhandlungen mit potenten Partnern über den Export sind auf bestem Weg. Ob eine Verbreiterung der Produktpalette ins Auge zu fassen ist, bleibt zu klären. ■

TÉMOIGNAGES

DU MONDE PAYSAN À LA HEG-FR

Traire les vaches et conduire un tracteur sont des activités courantes pour ces étudiants. Ils posent un regard lucide sur une vie décidément pas comme les autres et livrent des témoignages «sweet and sour».

TEXTE: GÉRARD GUISSOLAN, professeur

Etudier la gestion après avoir grandi dans une entreprise familiale, quoi de plus logique? Une enfance passée dans une exploitation agricole est une expérience pour le moins formatrice. «J'ai eu des responsabilités déjà en étant enfant», témoigne David, évoquant le travail en soirée. Quant aux «vacances», se souvient Mélissa, ce mot était inconnu. Une légère détente s'est produite

ces dernières années, quand des agriculteurs se sont associés. Ce rythme de vie, note Baptiste, «est la situation normale». Et Céline de renchérir: «L'exploitation, c'est 24h/24. Toute la famille est plongée dedans, est impliquée.» Lionel a pu voir combien le travail, «qui forme le caractère», était la priorité absolue. Dès 14 ans et le permis de tracteur en poche, il a pu aider. Une leçon de vie, rien n'étant gratuit, philosophe-t-il.



Céline



Lionel



Mélissa

Dans une HEG où les genres masculin et féminin sont en équilibre et où l'égalité est promue, quel regard sur la répartition des tâches dans l'exploitation? «Je peux tout faire», affirme Delia, qui ne voit pas de division nette. Pour David, il y a quand même une différence: l'homme est plus à l'extérieur. Selon les situations, la femme a un rôle plus ou moins dévolu aux tâches administratives.

Place de la gestion. Une personne extérieure ne s'y attend pas forcément mais, comme le constate David, «il y a beaucoup de paperasse, d'administratif». Les étudiantes et étudiants peuvent trouver une possibilité de donner un coup de main supplémentaire: un regard sur la comptabilité, des conseils sur Excel. Mais un père avec trente ans d'expérience peut avoir des idées bien arrêtées et être peu enclin à changer. «Réadapter les objectifs périodiquement»: un apport des études en gestion que Lionel voudrait bien faire passer.

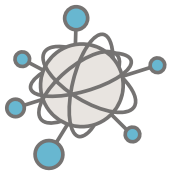
La question de la relève. Parmi les étudiantes et étudiants, qui se verrait entrepreneur en lien avec la terre? Dans les familles de Mélissa, Delia, Céline, Lionel et David, le domaine sera repris par le frère. Baptiste n'a pas encore pris de décision. Il fait les remplacements les week-ends, à côté des études menées en cours d'emploi. Tous font un même constat: personne n'est forcé de reprendre un domaine. Quant à Lionel, il se verrait bien lancer une production d'insectes en collaboration avec son frère.

Faire évoluer les règles du marché. Les étudiants en gestion montrent une certaine stupéfaction face au fonctionnement du marché des produits agricoles. «Le vendeur n'a pas le choix du prix. Le distributeur décide de tout, pas le producteur», observe Baptiste. Les impressions sont mitigées. «Le climat est défavorable, avec les paiements directs qui baissent», fait remarquer

David, prenant l'exemple du prix du lait. Les revenus des agriculteurs, manifestement, ne correspondent pas au travail accompli. Paysan, ce ne serait pas un métier, mais un choix de vie, avec des côtés négatifs qu'il faudrait aussi accepter; une idée qui paraît bien ancrée. L'avenir serait dans les regroupements, les entraides pour les machines, les économies d'échelle. Des rapprochements pas évidents dans un milieu plutôt individualiste.

L'avenir en marche. Depuis quelques années, un retournement s'accomplit. Fille de maraîcher, Céline voit l'avenir nettement plus dégagé, même s'il n'est pas question de devenir riche. La vente directe, si elle présente des risques au départ, offre davantage de liberté et de marge. Sensible aux modes (par exemple celle du chou kale), le client pose beaucoup de questions. Le producteur trouve aussi de la satisfaction à répondre aux attentes d'un consommateur ne demandant qu'à être comblé. ■





FinTech Immersion

Creating entrepreneurial leaders for the complex and interconnected world of the future

ESSENTIALS OF FINTECH

ORGANISATION

School of Management Fribourg (HEG-FR)
in partnership with Level39, London

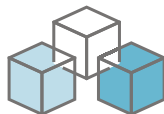
INTRODUCTION

This course will provide the participants with the latest empowering and practical knowledge on FinTech enabling them to understand key concepts and ideas, changes influencing the financial services industry today and trends that will impact the industry in the future.

This is a very practical course taught by industry experts with a heavy emphasis on case studies, company examples and best practices related to the latest industry trends. Attendees will be assigned readings before the course and will participate in group study and presentation during the course.

The course covers the FinTech ecosystem and FinTech segments, including a review of the digital enablers such as mobile, cloud & big data, crypto technologies like blockchain & digital currencies and their role on the global banking and finance. Attendees will study methodologies and best practices to manage the transformation of existing organizations and services facing disruptive trends.

OBJECTIVES



- Understand the historical context that ignited FinTech.
- Understand its current and future impact on global finance, banking and related industries.
- Understand the opportunities that FinTech brings in the financial services industry.
- Understand the disruptive potential of FinTech for established players.
- Understand the FinTech ecosystem: startups, corporate and ventures.
- Acquire knowledge and skills to spark their entrepreneurial

TARGET AUDIENCE

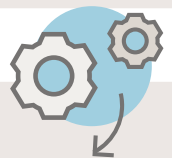
Individuals involved in the financial services industry interested in FinTech technology and associated business models. Any MBA students interested in the fundamental of the Digital impact in Financial Services and related sectors (Telco, Utilities, Retail)

KEY INFOS



- 6 day course
- 3 days in class teaching at the HEG in Fribourg
- 3 days in London at Level39, Europe largest technology accelerator for finance, retail, cyber security and futures cities technology companies
- The course is offered on a yearly basis. Precise dates available on the website
- Teaching Language: English

CONTACTS



JEAN-MARIE AYER
jean-marie.ayer@hefr.ch

www.heg-fr.ch/Fintech



HSW/IAG ZUSAMMENARBEIT

Zusammenarbeit mit Bildungsinstitutionen im Kanton Freiburg am Beispiel der FH für Wirtschaft und dem Landwirtschaftlichen Institut des Kantons Freiburg Grangeneuve.

TEXT: ALFRED MÜNGER, Dozent und Verantwortlicher für Mandate

Vor einigen Jahren wurde die Fachhochschule für Wirtschaft in Freiburg i. Üe. (HSW-FR) vom Landwirtschaftlichen Institut des Kantons Freiburg in Grangeneuve (IAG) angefragt, ob Interesse bestehe, im Rahmen der Handelsschule respektive in der Ausbildung zum Agrokaufmann/-frau den Studierenden das Fach Marketing näherzubringen. Die HSW-FR ihren Kooperationswillen nach einer Analyse geäußert. In der Folge wurde der Kurs in Zusammenarbeit mit den Verantwortlichen der IAG auf die Bedürfnisse der Anspruchsgruppen abgestimmt und im Laufe der Jahre immer wieder überarbeitet. Der Lehrgang findet seither, je nach den Anforderungen der IAG ein, bis zwei Mal pro Jahr statt. Die IAG zieht insofern daraus Nutzen, als die HSW-FR der IAG qualifizierte Dozierende zur Verfügung stellt, die sowohl den theoretischen als auch den notwendigen praktischen Fundus einzubringen vermögen. Auf dieser Basis können sie den Studierenden aus eigener Erfahrung die benötigten Marketing-Werkzeuge für den Berufsalltag entsprechend den Bedürfnissen vermitteln.

Profit dank Kooperation. Die Zusammenarbeit zweier unterschiedlicher Bildungsinstitutionen beiderseits gewinnbringend sein, wenn die unterschiedlichen

Fachrichtungen voneinander zu profitieren gewillt sind. Einerseits wird allgemein gültige Theorie vermittelt, andererseits wird möglichst detailliert auf die Anforderungen der Teilnehmenden (hier angehende Fachleute in den verschiedenen Naturberufen wie Agro-Kaufleute) eingegangen.

Die Teilnehmenden erhalten den unabdingbaren theoretischen Background und können konkrete, i. e. realrelevante Fragestellungen im Bereich des Marketings lösen. Anschauungslernen in der Praxis ist eine hochwirksame Ergänzung des theoretischen Unterrichts. Die Studierenden werden letztlich befähigt, ihre Produkte und Dienstleistungen ins richtige Licht zu rücken, um am Markt erfolgreich zu sein. Viele Prozesse und Abläufe bilden die unterschiedlichen Theorien gleich oder ähnlich ab. Vielfach differieren Definitionen respektive Bezeichnungen der einzelnen Prozessschritte. Die Umsetzung erfolgt stets marktspezifisch und dies stellt die Studierenden vor Herausforderungen. Die HSW-FR kann aufgrund der Fach- und Sachkenntnisse ihrer Dozierenden den (IAG-)Studierenden helfen, Theorie und Praxis zu verknüpfen.

Ausblick in die Zukunft. Zu überlegen ist, welche weiteren Kooperationen in Zukunft denkbar sind. Die Studierenden der HSW-FR entstammen grösstenteils Dienstleistungsunternehmen. Ein Austausch zwischen den Studierenden der beiden Bildungsinstitute könnte in Hinsicht auf die allenthalben angestrebte Interdisziplinarität für die Studierenden beider Institute befruchtend sein. Dies bedingt, dass die Direktionen (allenfalls mit ausgewählten weiteren Personen) entsprechende Themen kooperativ bearbeiten und mögliche Schwerpunkte in der Zusammenarbeit setzen. Zu erwägen sind beispielsweise gemeinsame Aktionen, um lokal hergestellte Produkte breiter zu vermarkten.

Die Zusammenarbeit mit anderen Bildungsinstituten fördern Multidisziplinarität und Verständnis für andere Berufsbilder und sind im Sinne eines Wissenstransfers für alle Beteiligten profitabel sein. ■



TEACH DIFFERENT!

RÉAMÉNAGEONS L'ESPACE D'APPRENTISSAGE!

Fini les configurations classiques des salles de cours: avec les nouveaux outils à la disposition des enseignants et des étudiants, il est temps de faire évoluer les espaces d'apprentissage pour favoriser l'appropriation du savoir, la collaboration et les échanges.

TEXTE: DANIELÈ REUGER, responsable Devpro

Tables immobilisées en mode linéaire face à un tableau ou à un écran: cette configuration repose sur l'idée que les étudiants apprennent en écoutant, postulat discuté depuis longtemps. Une telle conception de l'espace d'enseignement a en outre l'inconvénient d'encourager les activités extra-académiques. Pourrait-il en être autrement? Oui. Les classes intelligentes et les labs pédagogiques en témoignent.

Dans les **classes intelligentes**, le mobilier est disposé de manière à permettre à l'enseignante ou à l'enseignant de circuler aisément. Des tables rondes sont réparties dans l'espace, et plusieurs écrans assurent la visibilité de ce qui est projeté.

Différents équipements sont destinés à soutenir le travail collaboratif, essentiel dans l'appropriation du savoir: un logiciel de partage d'écran, un flipchart près de chaque table. Des outils de type boîtier de vote favorisent l'interactivité: application sur smartphone, e-voting sur la plateforme moodle, par exemple.

Le kit minimum de la classe intelligente

- Un mobilier qu'on peut déplacer
- Des murs inscriptibles
- Des boîtiers de vote



Cette réorganisation de la salle de cours va de pair avec une évolution du rôle de l'enseignant-e. Selon l'expression consacrée, de «sage on the stage», il ou elle devient «guide on the side», ou médiateur.

Les **labs pédagogiques** ou learning labs font partie d'une culture pédagogique alternative qui se développe fortement depuis 2015. Les exigences quant à l'espace dépassent celles de la classe intelligente: les espaces sont plus grands et modulables, généralement high-tech, ouverts à la collaboration avec d'autres organisations. Les labs pédagogiques privilégient également le travail en groupe ou en classe inversée, la convivialité, la créativité, l'utilisation du numérique à l'intérieur de la salle ou pour se connecter avec le monde extérieur. Les espaces collaboratifs des labs s'affranchissent de l'idée de «cours» pour se centrer sur le développement de compétences. L'étudiant-e est acteur de son développement et l'enseignant-e l'accompagne dans cette construction. ■

Les effets observés de ces nouveaux espaces d'apprentissage

- Une meilleure capacité à résoudre les problèmes
- Une meilleure compréhension des concepts
- Des comportements plus appropriés
- Un taux de réussite plus élevé



L'EXPÉRIENCE DE GENEVIÈVE MORAND, ENSEIGNANTE À LA HEG-FR

En automne 2016, son cours «Management collaboratif et facilitation de l'intelligence collective» a eu lieu à l'InnovationLab de la HEG-FR.

HEG-FR: Pour vous, «impossible d'enseigner dans une salle de cours classique»? Pourquoi?

GENEVIÈVE MORAND: J'enseigne de façon expérimentale. Et pour résoudre des problèmes complexes, il faut être en mouvement. J'ai aussi remarqué que les jeunes aimaient bien expérimenter tout de suite.

Que recherchez-vous quant à l'espace d'apprentissage?

Explorer un problème complexe nécessite des outils d'intelligence collective. J'utilise

les outils du management collaboratif, et le travail collaboratif se fait devant un mur. Je travaille beaucoup avec des Post-it. Pour les travaux de groupe, il faut pouvoir se mettre en cercle, sans table. Les étudiants doivent se regarder.

Que peut-on obtenir des étudiants au Lab qu'il n'est pas possible d'obtenir dans une salle de classe ordinaire?

La participation des étudiants et l'intégration. Le temps d'intégration des

connaissances peut faire partie du cours. L'apprentissage passe par le corps, c'est pourquoi il faut faire une place à l'expression verbale: les étudiants doivent pouvoir dire ce qu'ils ont appris. Ou le dessiner. ■

Enseigner à l'InnovationLab vous tente?

Contactez xavier.bertschy@hefr.ch ou réservez: innolabfrbourg.yarooms.com. Il s'agit d'un espace ouvert, ne vous attendez donc pas à œuvrer dans le silence et acceptez les collaborateurs qui circulent!

SERVICES

MSO: ACTIVITÉS FIN 2016 – DÉBUT 2017



L'association MSO (Management Student Opportunities) offre aux étudiants l'occasion de mettre en pratique la matière des cours et d'étendre leur réseau. C'est également la possibilité de partager des expériences, de créer de nouvelles idées, de générer de nouvelles opportunités.

TEXTE: ALEXANDRE BELOGI

L'association est constituée d'étudiants plus ou moins avancés dans leur cursus qui ont à cœur de faire bouger la Haute école de gestion Fribourg et qui souhaitent s'engager dans des projets bénéfiques à tous. Elle est composée de trois clubs: finance, marketing-communication et international. Au travers de ces clubs, les membres sont amenés à travailler en groupes, afin de réaliser différents projets.

Depuis quelques années, la MSO a notamment conçu et organisé deux événements qui sont devenus une tradition. Le premier, en décembre, est le traditionnel thé de Noël offert aux étudiants de la HEG-FR par le Club international. Il permet de passer un moment convivial et de faire de nouvelles connaissances. Le deuxième événement, est la distribution de hot-dogs. Bien que la MSO ne soit pas une association à but lucratif, nous avons décidé de récolter des fonds pour les reverser à une association caritative. Les étudiants étaient invités à déposer, dans une tirelire, le montant qu'ils souhaitaient en contrepartie d'un hot-dog. Cela nous a permis de reverser CHF 400.- à une association caritative.

Le 14 septembre 2016 fut, pour nombre d'étudiants, le premier jour à la HEG Fribourg. Pour les nouveaux

étudiants, la HEG-FR a décidé d'organiser une semaine d'intégration, riche en découvertes et événements. Le 22 septembre, la MSO était présente pour effectuer la mise en place, le service et le rangement du kick-off. Elle a aussi organisé la soirée de clôture de la «Kick Off Week», qui a eu lieu à Fri-Son.

Le 17 novembre, le Club finance a organisé une visite à la BNS, pour tous les étudiants de la HEG-FR qui désiraient s'y rendre.

Le 20 novembre 2016, le forum HEG a eu lieu à Neuchâtel. Une membre du Club marketing-communication était chargée de relayer les principales informations glanées au gré des conférences et des exposés donnés par des entreprises telles que QoQa, KPMG et la Loterie Romande.

Durant le forum des métiers START 2017 à Fribourg, la HEG était présente sur le stand de la HES-SO Fribourg. Les membres MSO étaient chargés de renseigner et de promouvoir le stand de la HEG-FR auprès du public.

Chaque année au mois de février, des étudiants mexicains viennent étudier un semestre à la HEG Fribourg. Le 22 février 2017, la MSO a organisé un repas canadien dans l'Innovation Lab, en guise d'accueil. Il était composé de plats typiquement suisses et mexicains. Afin d'assurer une meilleure visibilité des événements, le Club marketing-communication écrit régulièrement des articles qui sont publiés sur le blog de la HEG-FR et sur Facebook.

Ce semestre, nous désirons organiser les événements suivants: un séminaire sur la prévoyance pour les membres MSO, des activités pour les étudiants mexicains, des visites d'entreprises, une conférence. ■



NEW MOBILE APP FOR THE COMMUNITY OF HEG-FR

Campus Fribourg will bring together our students, alumni, professors and staff together into a single online community, where they can find old and new friends with common interests, find events to attend and make business, career and life connections.

FEATURES INCLUDED

EVENTS

Find a list of the most interesting and newsworthy events @HEG-FR and their partners.

JOBS

Post and manage job vacancies easily. An integrated matching tool provides a high hit rate of your target audience.

GROUPS

Create your own graduation, interest or theme group. Those can be open, private or secret.

TASK

Need help for or looking for advice? Create a task and find aid within the network Campus Fribourg.

And many other functionalities to allow you to connect and reconnect with other HEG-Fribourg fellows. ■



CAMPUS FRIBOURG

Join us now and create the future together!

-  Register on www.campusfribourg.ch (Linkedin and Facebook Login)
-  Complete your profile
-  Connect with your network, create groups and events
-  Chat and interact with the whole HEG-FR ecosystem



QUE SONT-ILS DEVENUS?



ASTRID BRÜHWILER

Global Marketing Portfolio Manager
eServices

Die Berufslehre mit berufsbegleitender Berufsmatur und das anschliessende Bachelorstudium an der HSW ermöglichten ihr den Einstieg in spannende und abwechslungsreiche Rollen im Bereich Consulting/Verkauf, Marketing und Projektmanagement.

Bereits in den ersten Jahren nach dem Studium durfte sie dank der praxisnahen Ausbildung den Aufbau einer Abteilung und die Führung eines Teams übernehmen, internationale Erfahrungen sammeln und die persönlichen und beruflichen Kompetenzen weiter stärken. Das danach folgende berufsbegleitende Masterstudium erlaubte, weitere Entwicklungsschritte zu machen. Mitten drin in dem Geschehen um die Digitalisierung, das Internet der Dinge und Industrie 4.0 übernimmt sie heute vielseitige Verantwortungen und Aufgaben rund um Entwicklung und globale Vermarktung digitaler Produkte und Dienstleistungen. ■



PETER MATHIS

Global Marketing Manager, Huntsman,
Houston (US)

Originally from Schüpfheim (LU), Peter has travelled the world and held multiple global positions in Marketing and Business Development.

Peter was raised as a farmer's son in the heart of the Swiss Alps. In 2003 he graduated as a Civil Engineer from HTA Horw (LU). He then spent eight years in Construction Project Management with Implenia AG and Marti AG Bern. From 2007 – 2011, he pursued a part-time Bachelors of Business Administration with the HEG-FR to further his commercial expertise and in 2013, he received an MBA from INSEAD (Singapore, France). In 2013, he joined Sika in Vietnam and led the country's key initiatives concerning infrastructure projects. Since 2015, Peter has been based in Houston (US) and works as Global Marketing Manager at Huntsman's Color Pigments Division. Peter continues to be strongly connected to Switzerland and hopes to be back one day to enjoy the wonderful environment where he started his career. ■



SAMUEL TABARELLI

Ecommerce Development Manager
& Key Account Manager

Titulaire depuis 2013 d'un Bachelor en économie d'entreprise, acquis en cours d'emploi à 80% auprès de Nestlé Suisse SA, Samuel a un nouveau challenge auprès de Nestlé Purina PetCare Switzerland en tant que Ecommerce Development Manager. Engagé depuis 2007 par la société Nestlé Suisse SA, Samuel a acquis des compétences managériales et entrepreneuriales lors de sa formation en emploi pour l'obtention du Bachelor qui lui ont permis de passer Key Account Manager en 2012. Il a poursuivi sa carrière chez Nestlé Purina dès 2013, où il est maintenant responsable du développement du canal e-commerce. Sa mission est alors de définir la situation, l'ambition et la vision, ainsi que les stratégies et actions à mettre en place pour y arriver. Samuel est par ailleurs revenu sur les bancs de la HEG pour participer à la formation postgrade «exécutive» e-commerce afin de devenir un expert dans ce canal. ■



JULIA MEYER

Julia Meyer als Key Account Manager CS

Während ihres zweisprachigen Studiums Julia Meyer wechselte von der Bankenbranche zu globalen Maschinenbauunternehmen, danach wieder zurück.

Der Branchenwechsel bereicherte den Erfahrungsschatz der sportlichen Absolventin enorm. Mit den Studieninhalten verfügt sie ihrer Ansicht nach über das Wissen in der Unternehmenswelt, um als Key Account Managerin für «Ultra-high net worth Individuals» bei Credit Suisse erfolgreich einbringen kann. ■



FABIAN WYDLER

Founder ads&figures AG

Das Studium an der HSW-FR und deren «Entrepreneurial Spirit» sieht Fabian Wydler als Basis, um in der digitalen Wirtschaft erfolgreich zu sein.

Nach dem Bachelor (2007) startete er seine Karriere in der digitalen Branche bei eBay & 20 Minuten. Ab 2010 baute er die Online Marketing Unit von Scout24 auf und verantwortete ein 7-stelliges Budget. 2016 gründete er seine eigene digitale Performance-Agentur, die ads&figures AG (www.adsandfigures.ch). ■



FLORIAN CORTHÉSY

Fondateur, HelvetiBox

En 2014, Florian Corthésy fonde HelvetiBox, une box par abonnement qui propose de découvrir chaque mois une sélection de cinq à huit spécialités culinaires d'un canton suisse surprise.

Après le Master en Entrepreneurship à la HEG-FR, Florian travaille pour le compte d'une start-up zurichoise. Sur place, il constate une méconnaissance réciproque des spécialités culinaires. C'est ainsi que naît l'idée d'HelvetiBox et que la décision est prise de mettre directement en pratique les riches connaissances théoriques acquises lors du master. ■



PATRICK MICHEL

Associé gérant, Fiduciaire Auditex Sàrl

Grâce à son Bachelor HEG et à son expérience, Patrick a rejoint Ernst & Young à Genève en tant qu'auditeur dans le domaine bancaire. En 2015, il devient expert-comptable diplômé et se lance dans l'aventure de l'entrepreneuriat. En 2016, il crée la Fiduciaire Auditex Sàrl avec le soutien de deux associés, dont un autre diplômé de la HEG-FR, Zakaria Zammou. Auditex offre à ses clients conseils et services d'experts en comptabilité, révision et finance. Ayant pour valeur la transmission du savoir, Auditex, par le biais de Patrick et Zakaria, est engagée dans la formation professionnelle et académique. ■



JOËL ROSSET

Cofondateur, Oust!

En automne 2016, Joël Rosset et ses associés ont créé Oust!, une société active dans la gestion des déchets recyclables pour les particuliers et les entreprises.

La formation généraliste enseignée à la HEG a permis de faire face aux différentes difficultés rencontrées lors du lancement d'une société. L'idée de l'entreprise se fonde sur le développement durable et l'aide aux personnes. Oust! est présent dans la Broye et souhaite étendre ses services jusqu'à Fribourg en 2017. ■



MATTHIAS JUNGO

Geschäftsführer VAM/Ritec

Matthias Jungo leitet als Unternehmer seit fünf Jahren zwei aktive Betriebe für soziale und berufliche Integration. 2007 schloss er das Studium an der HSW-FR ab.

Nach dem Studienabschluss (Vollzeit; 2004–2007) arbeitete er während 4.5 Jahre bei der Tochterfirma der Swisscom sica als Teamleiter Einkauf. Dank seiner Kompetenzen erhielt er 2012 eine andere Führungsaufgabe: Er leitet nunmehr die Institutionen ritec und VAM in Düringen, Bulle und Villars-sur-Glâne. ■

KNOWLEDGE

PROJETS DE RECHERCHE



OBSERVATOIRE DU LOGEMENT ET IMMOBILIER POUR LE CANTON DE FRIBOURG

Résumé du projet

Ce projet de recherche vise à analyser et créer un observatoire du logement et immobilier comme système d'informations pour le Canton de Fribourg. A terme, la mission souhaitée de cet outil cohérent et dynamique est de surveiller stratégiquement le marché immobilier fribourgeois pour identifier les menaces et les opportunités. Il permettra aussi un partage des connaissances par une mise en réseau et facilitera le développement régional du logement. ■

Contact: Dr Marilyne Pasquier

THE INFLUENCE OF BANKS ON THE INTERNATIONALIZATION OF SWISS SMES: BLESSING OR CURSE?

Project Summary

This project investigates the role of banks in the internationalization process of small and medium sized enterprises in Switzerland. The results support that the SMEs that closely work with their corporate banks fare significantly better in their internationalization endeavors than their peers which do not involve banks. It exist also a positive effect on the levels of entrepreneurial orientation and the opportunity recognition capabilities of SME. ■

Contact: Dr Nils S. Tuchschnid

SWISS INTERNATIONAL ENTREPRENEURSHIP SURVEY 2016 – ÉTUDE SUR LE COMPORTEMENT D'INTERNATIONALISATION DES PME SUISSES

Résumé du projet

Cette étude s'est penchée sur le comportement d'internationalisation des PME suisses (en partenariat avec PostFinance). Menée auprès de plus de 600 PME, l'enquête 2016 montre que l'internationalisation est un véritable atout pour faire face à la pression du franc fort et aux effets de la mondialisation. Elle révèle aussi que l'ouverture au reste du monde a une influence positive sur la force d'innovation des entreprises suisses. ■

Contact: Dr Rico J. Baldegger

→ Plus d'informations sur le site www.heg-fr.ch/sies_2016

BOOKS

LA SÉLECTION DE HEG-FR MAG

La Haute école de gestion Fribourg (HEG-FR) a le privilège de vous présenter deux ouvrages:

- *Firm Growth and Innovation*, de Rico J. Baldegger
- *De la complexité de l'action dans les organisations*, sous la direction de Christophe Schmitt, préface de Philippe Lorino

CROISSANCE ET INNOVATION

La gestion de la croissance dans les entreprises exige principalement l'identification et la gestion de défis, au niveau stratégique, structurel et culturel, afin de poursuivre le développement de l'entreprise.

Cet ouvrage est divisé en trois parties. La première est consacrée notamment à la gestion du changement et à la recherche d'opportunités entrepreneuriales. L'innovation, la technologie, la croissance et l'internationalisation sont les thématiques importantes de la deuxième partie du livre. La troisième partie du livre est consacrée à quatre études de cas: Drake Boinay, Dartfish, Ypsomed et Performancebase.com. Ces exemples précis qui couvrent différentes problématiques devraient aider les lecteurs à appliquer les concepts théoriques. ■

Firm Growth and Innovation

de Rico J. Baldegger

Growth Publisher New York-Fribourg-Bern, 2017

N° ISBN: 978-2-940384-40-2



ORGANISATIONS

A bien des égards, la notion de complexité semble largement répandue dans nos organisations, son sens s'est même largement cristallisé. Pourtant, parler de complexité dans les organisations n'est pas neutre; cela représente une autre façon de les aborder, une autre grille de lecture pour les comprendre. C'est justement cette grille de lecture originale que les auteurs de cet ouvrage se proposent de questionner et de discuter afin de mieux comprendre l'action au sein des organisations. Dans une première partie de l'ouvrage, les auteurs proposent une relecture de notions telles que le contrôle de gestion, l'exportation, l'innovation, les situations de gestion, les représentations, le risque ou encore les paradoxes, afin de faire évoluer nos connaissances dans ces domaines et d'ouvrir des pistes de réflexion nouvelles. Dans une seconde partie, ils proposent de développer de nouvelles connaissances autour de l'action juridique, de la méthode Agile, de la construction de sens, de la sociologie de la traduction ou encore de l'inconscient pour aborder les organisations. ■

De la complexité de l'action dans les organisations

sous la direction de Christophe Schmitt, préface de Philippe Lorino

Growth Publisher (Suisse), 2017

N° ISBN: 978-2-940-38436-0

PEOPLE

UNE PASSION DÉSINTÉRESSÉE REND LA VIE PLUS BELLE

Au chemin du Musée 4, le concierge Antonino Scinto fait des miracles pour les plantes ornementales, révélatrices de nos équilibres.

TEXTE: GÉRARD GUISSOLAN, professeur

Economistes, vous connaissez la main invisible d'Adam Smith. Eh bien, vous allez découvrir la main verte d'Antonino Scinto. Le concierge du bâtiment du chemin du Musée 4 à Fribourg, locaux partagés entre la Haute école de gestion et l'Université, est aux petits soins pour les plantes. Et là, contrairement à la théorie économique, pas d'interprétation divergente, mais des certitudes: une touche de verdure diminue le stress et relève l'indice du bonheur.

Le cahier des charges du concierge est bien rempli: entretien de la structure de l'immeuble, petites réparations, gestion des déchets, réception des marchandises. Mais rien sur les plantes! Alors les petits moments voués à l'embellissement ont un caractère gracieux, car qui aime ne compte pas. Dans les bureaux, l'entretien des plantes est en principe l'affaire des occupants des lieux, qui apportent les éléments d'ornementation de leur choix. Des bureaux où les plantes ont parfois la vie dure: stores baissés automatiquement tout le week-end, air trop sec, courants d'air, arrosages mal dosés ou peu réguliers... Ponctuellement, M. Scinto intervient, entrouvrant par exemple l'un ou l'autre store, lors de sa tournée d'inspection dominicale.

Une seconde vie. Et puis des professeurs quittant définitivement leur bureau ont pu demander que le concierge «débarrasse» les plantes. Ces dernières passent alors dans les couloirs, rejoignent un arrangement. Le quatrième étage, plus lumineux, offre les meilleurs «spots», ou encore le hall d'entrée, généreusement vitré. Jamais aucune plante n'a été achetée. Tiens, ce ficus d'âge respectable, qui fait des graines, signes de maturité et d'épanouissement dans cet environnement, est un don du Jardin botanique. Et puis ce pandanus, ou baquois, plante imposante, avec ses longues feuilles retombantes, était déjà dans le bâtiment à l'arrivée de M. Scinto, il y a dix-sept ans! Elle avait été donnée par l'Université. Les frais d'entretien sont limités: de l'argile expansée ou de la terre pour les rempotages et un peu d'engrais.



Sauveur d'orchidées. Les interventions peuvent avoir un caractère d'urgence absolue: l'orchidée moribonde trouvée dans la poubelle est amenée en clinique (le domicile) pour des soins intensifs. Deux ans d'attente seront peut-être nécessaires avant de revoir une floraison. Quant à ce palmier aux airs de mannequin anorexique et défraîchi, pour le moins peu décoratif avec ses tiges sèches, il est en convalescence après sa traversée du désert. Heureusement, les situations extrêmes sont l'exception. Antonino Scinto a le don de l'observation attentive et bienveillante. Le diagnostic suit, tantôt heureux, tantôt inquiétant. Des racines aériennes se développent? La plante profite de bénéfiques vaporisations. La plante dépérit: serait-ce un problème de racines? Le milieu paraît plutôt protégé des parasites: pas d'histoire de terrifiantes araignées rouges ni d'incroyables cochenilles.

Des besoins spécifiques. L'hydroculture peut minimiser certains risques, même si la pleine terre a aussi des avantages. Pas de dogmatisme en ces matières. Et même dans les espaces communs et lumineux, maîtriser tous les paramètres n'est pas évident: cette plante aux feuilles multicolores – un *codiaeum*, familièrement un croton – commence à perdre des feuilles. Manifestement, un déplacement récent n'a pas convenu. La faute à l'éloignement de la baie vitrée ou aux courants d'air au rez-de-chaussée? Si les plantes pouvaient parler, bien des interrogations seraient levées. Philodendron, ficus, gommier, yucca, dracaena: les besoins diffèrent, les capacités à résister varient. Un constat banalement applicable au genre humain. Et les théories économiques ne sont jamais loin. ■



SUMMER SCHOOL ENTREPRENEURSHIP & INNOVATION AND FINANCIAL MANAGEMENT

THE HEG-FR PROVIDES A HIGH MOTIVATED ENTREPRENEURIAL SUMMER SCHOOL TO SWISS AND INTERNATIONAL UNDERGRADUATE STUDENTS

AT A GLANCE

The Summer School in Entrepreneurship and Innovation and Financial Management in Fribourg, Switzerland, is a four-week program, designed for Swiss and international Undergraduate students. During these four exciting and challenging weeks, participants will discover their own entrepreneurial vision, attend lectures and company visits, discuss case studies, and explore Swiss entrepreneurial ecosystem while discovering local culture; participants will establish networks with Swiss and connect with people from all over the world.

Place Fribourg, Switzerland
Credits 10 ECTS
Language English
Course Duration 4 weeks

PROGRAM

Module 1 Financial Management: a global perspective for entrepreneurs

Module 2 Entrepreneurship and Innovation across cultures

OBJECTIVES

Learn about: innovation from the most innovative country in the world; acquire knowledge and skills to spark their entrepreneurial idea; design their own entrepreneurial vision; discover Swiss culture while developing international skills; learning from real entrepreneurs; discover the Swiss entrepreneurial ecosystem; have an amazing experience in the heart of Europe.

TARGET AUDIENCE

This program is designed for international undergraduate students who have completed at least two years of bachelor studies, with excellent academic achievement and interest in Entrepreneurship. English skills (advanced level: European levels B2 written/C1 oral).

«Sharing my summer with students and experienced teachers from all over the world inspired me to think outside the box and approach innovation from a different perspective. The summer school was not only a learning opportunity but also allowed me to expand my network.»



Marina Oliveira

Brazilian Summer School
Entrepreneurship & Innovation
Student 2016
ESPM –São Paulo, Brazil

FEES

Ask the International office for our special price and our scholarship possibilities.

CONTACT

International Office
T +41 26 429 63 38
E heg-international@hefr.ch

Hes·so

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale

Fachhochschule Westschweiz

University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg

Hes·SO

Haute Ecole Spécialisée
de Suisse occidentale

Fachhochschule Westschweiz

University of Applied Sciences and Arts
Western Switzerland

create

your future!



HAUTE ÉCOLE DE GESTION
HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT
SCHOOL OF MANAGEMENT

Fribourg
Freiburg

Chemin du Musée 4
CH - 1700 Fribourg
E heg-fr@hefr.ch

| T +41 26 429 63 40
| F +41 26 429 63 75
| W www.heg-fr.ch