



Vingt-cinq ans de succès

ANNIVERSAIRE ► Un quart de siècle pour la grand-messe de l'économie valaisanne dont UBS, «Le Nouvelliste» et le «Walliser Bote» veulent assurer la pérennité, chaque année à la mi-décembre.

PIERRE MAYORAZ

«Quand je demande dans la rue: connaissez-vous le Prix Sommet? je veux qu'au moins une personne sur cinq me réponde par l'affirmative.» Pierre-Alain Grichting, directeur régional d'UBS Valais, reconnaît d'emblée l'importance de cette manifestation pour sa banque. Il désire donc lui donner une meilleure visibilité à travers laquelle il veut profiler la nouvelle politique clientèle d'UBS qui veut se recentrer sur la Suisse et ses régions. Partenaires du prix, les deux quotidiens valaisans collaborent à cet événement qui n'existerait pas sans eux.

Atout proximité

«Nous sommes une banque de proximité qui offre un service global.» Pierre-Alain Grichting résume d'une phrase la culture qu'il tente d'implanter dans les vingt-six sites de la banque qui couvrent le Valais entier et une partie du Chablais vaudois. «Chaque responsable d'agence est

un patron. Il a le pouvoir de décision. A lui d'aller au-devant du client, chez lui, dans son entreprise, pour lui présenter notre offre et à lui d'impliquer ses collè-

gues des autres métiers pour présenter une offre globale, gestion d'entreprise et gestion privée. Actuellement, nous travaillons avec ardeur à faire revenir l'argent qui nous avait quittés lors de la crise. Grâce à nos compétences et la qualité de notre savoir-faire, je sens que ces efforts commencent à porter des fruits», explique Pierre-Alain Grichting qui insiste: «Il faut faire comprendre aux Valaisans que les décisions se prennent localement. Nos représentants doivent se montrer accessibles, proches des réalités quotidiennes, bref, revenir à une

mais qui n'exclut pas le professionnalisme.»

Déficit de communication

Selon le directeur d'UBS Valais: «Nous nous sommes montrés trop discrets jusqu'ici. Nous devons parler de nos vingt-six sites de Gletsch à Saint-Gingolph, de notre position très forte sur le plan de la clientèle commerciale et également de la gestion de fortune en Valais, de notre statut de banque universelle et de l'offre complète de services que nous proposons. Les Valaisans ne le savent pas assez. Je vais donc m'investir dans la communication, tant à l'externe qu'à l'interne. Un client satisfait ce n'est pas celui qui me dit que tout va bien mais celui qui nous recommande à son voisin. Pour en arriver là, la motivation de tous les collaborateurs joue un rôle essentiel. Les meilleures prestations du monde n'ont aucune chance présentées par quelqu'un qui n'en est pas lui-même convaincu.»

Cette volonté de communication passe notamment par l'éducation. UBS collabore à la mise sur pied d'une semaine économique pour les collègues et de cours pour les élèves des cycles d'orientation pour les initier à la gestion de leur argent, ceci afin de tenter de contrer la tendance au surendettement des jeunes.



«Nous sommes une banque de proximité qui offre un service global»

PIERRE-ALAIN GRICHTING
DIRECTEUR D'UBS VALAIS

Le Prix Sommet vecteur d'informations

Grand atout de la communication d'UBS en Valais, le Prix Sommet permet à la banque de démontrer l'adéquation de l'offre d'UBS avec les besoins des PME du canton. Malgré la fusion SBS-UBS, la conjoncture tumultueuse de ces dernières années, le prix n'a pas connu d'éclipse. Pierre-Alain Grichting: *«Je qualifierai cette continuité d'exceptionnelle. Et je tiens à pérenniser cette manifestation sans changer les structures qui en ont assuré le succès, comme la présence de personnalités pour des conférences de haut niveau ou la possibilité de réseautage lors de la soirée de gala. En revanche, je la vois bien évoluer pour qu'elle colle encore mieux au développement du canton. Ainsi représentera-t-elle à l'avenir aussi la meilleure des plates-formes pour la communication de la nouvelle UBS de proximité que je veux pour le Valais.»*

LE GRAND JURY 2010

Jean-Michel Cina, chef du Département de l'énergie, de l'économie et du territoire.

Eric Fumeaux, consultant indépendant, Sion.

Emmanuel Bonvin, directeur de Membratec S.A., Sierre.

Hubert Lorenz, directeur de Mimotec S.A., Sion.

Nicolas Mengis, propriétaire de Mengis Druck und Verlag, Viège.

Patrik Chabbey, représentant médias «Le Nouvelliste», Sion.

Eric Meizoz, directeur de Publicitas Valais, Sion.

Alexandre Walker, directeur de Walker S.A., Bitsch.

Raphaël Garcia, directeur FVS Group, Martigny.

Pierre-Alain Grichting, directeur régional UBS Valais.

Iwan Willisich, responsable PME UBS Valais.

QUATRE QUESTIONS À...

LÉONARD GIANADDA

ANCIEN LAURÉAT

«Toute récompense est agréable à recevoir et la publicité qui en résulte est excellente»

Quelle importance attachez-vous au Prix Sommet? Le voyez-vous comme un simple événement mondain ou comme un atout pour la vie économique valaisanne?

C'est avant tout un atout pour la vie économique valaisanne mais la réunion de tous les acteurs d'une soirée comme celle de la remise du prix jouit d'un impact évidemment non négligeable.

Ce prix a-t-il changé quelque chose pour la Fondation?

Bien sûr. Toute récompense est agréable à recevoir et la publicité qui en résulte est excellente.

Pensez-vous que le domaine de la culture devrait avoir une importance plus grande dans l'organisation du prix?

La culture est présente et c'est important. Une bonne répartition dans tous les domaines économique, politique, social et culturel est souhaitable.

Que pourriez-vous suggérer aux organisateurs pour une prochaine édition?

Tout simplement de persévérer.

ÉRIC MEIZOZ, DIRECTEUR DE PUBLICITAS VALAIS

«Le Prix Sommet ne peut pas vivre sans la collaboration de la banque et de la presse»

Eric Meizoz, actuel directeur de Publicitas Valais, connaît bien le Prix Sommet qu'il a organisé à ses débuts comme chef du marketing de la

SBS et qu'il fréquente encore comme membre du grand jury. Il évoque vingt-cinq ans de succès. **Monsieur Meizoz, vous le plus ancien témoin du Prix Sommet, pouvez-vous évoquer quelques points marquants de ces vingt-cinq ans d'existence?**

Le Prix PME, ancêtre du Prix Sommet, démarre en 1986 suite à un accord entre André Luisier, patron du «Nouveliste» et la direction de la SBS. Comme chef du marketing de cette dernière, j'en reprends l'organisation en 1989. Au milieu des années nonante, le «Walliser Bote» rejoint les partenaires de la première heure.

Le Prix Sommet proprement dit naît en 1994. A l'époque, nous avons présenté environ 80 entreprises en grande partie industrielles du canton. Nous avons alors remanié le prix, l'avons axé sur le tourisme et la qualité et lui avons donné un millésime.

Dès 2003, nous nous sommes tournés vers l'innovation, en fait tout ce qui fait le succès du Valais du XXI^e siècle. A travers les années, le nombre de candidats a passé de douze à cinq pour une meilleure visibilité. En vingt-cinq ans, nous avons présenté au public près de 200 entreprises.

Vous n'avez jamais craint l'échec?

L'importance du réseautage initié par le prix n'échappe pas aux entrepreneurs valaisans depuis sa création. Ils nous ont toujours gratifiés de leur présence. De 200 à la Matze sédunoise au début, ils sont devenus plus de mille depuis quelques années à la halle polyvalente de Conthey. Je me souviens d'une année particulièrement neigeuse où un quart d'heure avant l'ouverture de la manifestation, il n'y avait

que 50 personnes dans la salle. Flop programmé pour cause d'intempéries. Mais, quelques minutes plus tard, en apercevant une marée de phares, j'ai su que les Valaisans nous étaient restés fidèles malgré la tourmente.

Vingt-cinq ans de succès ininterrompu vont-ils se poursuivre?

Une entreprise comme le Prix Sommet connaît en général des difficultés vers sa dixième année. Nous avons passé le cap depuis longtemps. Mais nous ne devons pas nous reposer sur nos lauriers. Il faut sans cesse se remettre en question. Même si on ne change pas une équipe qui gagne et qui joue chaque année à guichets fermés, il faut repenser certains points pour rester au goût du jour. Pas question de lâcher un événement qui nous vaut beaucoup de jalousies et de plagiats avortés jusqu'en Suisse alémanique. Le prix existe à travers l'engagement de tous, presse et banque. Il ne peut survivre sans cette collaboration.

PROPOS RECUEILLIS PAR P. MAYORAZ