

SUISSEDIGITAL
CONNECTE NOTRE PAYS

#LA CYBERSÉCURITÉ POUR TOUS
Faites le Security Check sous securitycheck.suissedigital.ch



UN SUPPLÉMENT THÉMATIQUE DE SMART MEDIA

FOCUS.

RSE



Premium Partner

Deloitte.

Plus d'informations en page 3

Mai '26

Florence Schmidt

La responsable de la durabilité de Romande Energie revient sur les défis d'une transition énergétique accessible.

En lire plus sur
focus.swiss



Jonathan Normand

Quel leadership pour une ambition morale ?

Les dirigeants suisses ne manquent pas de conscience. Ce qui leur fait souvent défaut, c'est la cohérence entre ce qu'ils déclarent et ce qu'ils font dans les décisions qui comptent vraiment : arbitrages budgétaires, choix de gouvernance, gestion des désaccords en comité de direction. Cet écart n'est généralement pas mesuré de manière formelle, mais il est ressenti par tous.

Pour les équipes en particulier, la question ne porte plus seulement sur les conditions de travail, mais sur la cohérence morale de celles et ceux qui dirigent. La confiance envers les institutions se fragilise, tandis que les attentes des parties prenantes évoluent à un rythme que peu d'organisations ont anticipé.

La question posée aux directions et aux conseils d'administration n'est plus seulement celle de l'adaptation aux nouvelles réglementations. Elle devient plus exigeante : quel type de leadership faut-il incarner pour répondre de manière crédible aux collaborateurs en quête de sens, aux investisseurs attentifs aux risques de long terme, et aux générations qui observent la distance entre engagements publics et arbitrages réels ?



Au cours des dix dernières années, l'accompagnement d'entreprises de toutes tailles a fait apparaître un constat récurrent : beaucoup ne recherchent pas un label, mais un cadre de lecture pour mieux relier valeurs affichées et décisions effectives. C'est dans ce contexte qu'un modèle de réflexion autour de sept dimensions du leadership a été progressivement structuré : confiance, considération, collaboration, constance, crédibilité, courage et créativité.

Ces dimensions fonctionnent en interaction. La confiance rend possible une considération authentique. La constance contribue à construire la crédibilité. Et cette crédibilité donne la légitimité d'exercer le courage nécessaire à toute transformation réelle.

Un acteur majeur de la restauration collective en Suisse romande a engagé ce travail de manière concrète. L'objectif n'était pas de produire de nouvelles déclarations d'intention, mais d'interroger certains arbitrages de gouvernance. La confiance et la considération ont notamment été intégrées plus explicitement dans les critères de décision, aux côtés des impératifs de performance financière.

La compétence technique reste indispensable, mais elle ne suffit pas à elle seule à combler l'écart entre ce qu'une organisation dit et ce qu'elle fait dans les moments difficiles. Avant de chercher un nouvel outil ou une nouvelle stratégie, une question mérite d'être posée : dans nos modes de direction, quelle place accordons-nous réellement aux comportements que nous demandons aux autres d'adopter ?

L'ambition morale ne naît pas dans les rapports de durabilité. Elle se construit dans les arbitrages difficiles, dans ce qu'un dirigeant accepte ou refuse de faire lorsque personne ne regarde.

Texte **Jonathan Normand**,
Fondateur et CEO
de B Lab Suisse

Contenu.

- 06** Marque
Employeur
- 10** Interview:
Florence
Schmidt

Focus RSE.

Cheffe de projet
Charlotte Boesch

Responsable national
Pascal Buck

Head of content Romandie
Marie Geyer

Responsable graphique
Mathias Manner

Graphiste
Marie Geyer

Journalistes
Alix Senault,
Marc-Antoine Guet, SMA

Image de couverture
istock/ WANAN YOSSINGKUM

Canal de distribution
PME

Impression
Walstead



Smart Media Agency SA.

Gerbergasse 5, 8001 Zürich, Suisse
Tél +41 44 258 86 00
info@smartmediaagency.ch
redactionFR@smartmediaagency.ch
focus.swiss



Bonne lecture!
Charlotte Boesch
Project Manager

ANNONCE

kulô
upcycled swiss glassware

kulo.ch

Les progrès réels et mesurables triomphent toujours sur les promesses lumineuses

En matière de développement durable, les recommandations standard ont montré leur inefficacité. Les entreprises croulent sous les appels à réduire les émissions, à améliorer la diversité, à renforcer la gouvernance, à accroître la transparence : autant de défis, tous aussi importants les uns que les autres. Or cette approche standard est vouée à l'échec, car elle passe à côté de ce qui compte vraiment pour votre entreprise.

Le développement durable consiste à cultiver une vision à long terme et à anticiper les défis et les opportunités à venir. Cet impératif revêt une importance particulière en Suisse, compte tenu de sa forte exposition aux impacts climatiques sévères, de ses valeurs sociales élevées et de sa dépendance à l'export.

Pourtant, si de nombreuses entreprises échouent dans ce domaine, ce n'est pas tant par manque d'engagement que parce qu'elles se trompent de modèle et passent à côté des facteurs de croissance qui les rendent uniques et des contraintes qui leur sont propres. D'autres sont tout simplement paralysées par un

fardeau trop lourd à porter et qui les empêche de se lancer. En portant un regard clairvoyant sur l'identité de votre entreprise, vous pouvez toutefois exploiter le développement durable pour en faire un avantage concurrentiel plutôt qu'un fardeau.

Votre structure de propriété dicte vos priorités et votre vision : une entreprise familiale qui se projette sur 50 ans n'investit pas de la même manière qu'une société financée par du capital-investissement qui envisage une sortie à trois ans. Ainsi, un chocolatier privilégiera l'approvisionnement éthique, car l'héritage de la marque est façonné par les valeurs familiales. A contrario, en matière d'investissement durable, un

propriétaire de capital-investissement privilégiera les gains rapides afin d'optimiser sa valeur avant la sortie.

Vos capacités et vos obstacles dépendent de la maturité de votre entreprise : une jeune entreprise en phase de croissance est capable de mettre en place des certifications de développement durable en l'espace de deux ans seulement. En revanche, un fabricant traditionnel avec une base de 500 fournisseurs aura besoin d'au moins deux à cinq ans. Une entreprise en phase de croissance intègre le critère développement durable dans ses systèmes pour des coûts minimaux et ce, dès le premier jour. À l'inverse, une entreprise mature devra mobiliser

des sommes considérables pour moderniser ses systèmes existants.

Ce sont vos clients qui fixent les priorités : un sous-traitant pour l'industrie automobile doit composer avec des impératifs non négociables en matière de développement durable, il doit en passer par là pour préserver son chiffre d'affaires. Une marque grand public, quant à elle, doit faire face à une pression d'une toute autre nature : sa réputation. Ces deux types d'impératifs sont essentiels à la survie de l'entreprise, et chacun d'entre eux exige des éléments probants et des calendriers distincts pour le retour sur investissement.



Abetare Zymeri

Directrice de l'équipe
Sustainability & Emerging
Assurance, Deloitte Suisse



Les progrès réels et mesurables triomphent toujours sur les promesses lumineuses.

– Abetare Zymeri

Abetare Zymeri dirige l'équipe Sustainability & Emerging Assurance chez Deloitte Suisse. En matière de développement durable, elle a vu des entreprises réussir et d'autres échouer. Voici les enseignements qu'elle en a tirés.

Quelle est l'erreur la plus courante que vous constatez régulièrement ?

La plus grande erreur, c'est d'ignorer les circonstances propres à votre entreprise. Les priorités d'une marque de luxe en matière de développement durable sont complètement différentes de celles d'une marque discount. La marque de luxe doit privilégier l'approvisionnement éthique ; pour la marque discount, ce sera plutôt la réduction des déchets. Des entreprises qui adoptent une approche standard au lieu d'une approche personnalisée qui tienne compte de leur propre réalité imposent à leurs équipes un fardeau insurmontable avec, à la clé, une confiance entamée.

Par où les entreprises doivent-elles commencer ?

Par une évaluation approfondie de leurs leviers commerciaux spécifiques. Quels enjeux de développement durable pourraient être destructeurs de valeur ? Qu'est-ce qui pourrait créer de la valeur ? Cette évaluation honnête de vos facteurs de valeur et de vos risques est plus précieuse d'un point de vue stratégique qu'un plan de développement durable ambitieux qui ignore la réalité de votre entreprise et échoue dans sa mise en œuvre.

Où se situe le plus grand risque ?

Dans le manque d'authenticité. Le greenwashing ne fait que

saper la confiance et nuire à la réputation. Les progrès réels et mesurables, même par petits pas, triomphent toujours sur les promesses lumineuses, mais creuses.

Qu'est-ce qui distingue les entreprises qui font les choses comme il faut ?

Elles ont conscience de leurs leviers spécifiques. Un fournisseur B2B avec lequel j'ai travaillé était confronté aux exigences irréalistes de ses clients en matière de développement durable. Plutôt que de tenir un discours teinté de greenwashing, il a opté pour une offre réaliste : une feuille de route basée sur ses capacités réelles. Une telle honnêteté a été appréciée par ses clients.

Trois questions pour définir votre approche de la durabilité :

Propriété

- Familiale
- Capital-investissement
- Cotée en bourse

Maturité

- Jeune entreprise
- Croissance
- Établie

Clients

- Entreprises
- Consommateurs
- État

Découvrez l'approche qui vous convient
deloitte.com/ch/strategie-durable



Deloitte.

Marcher ensemble pour un impact concret

Et si le trajet de vos collaborateur·rice·s devenait le moteur d'un changement réel? Engagez votre entreprise dans la Marche des entreprises: un défi sportif simple, une application intuitive et un mois pour transformer chaque kilomètre en soutien concret aux enfants vulnérables. Terre des Hommes Suisse, organisation non gouvernementale (ONG) engagée pour les droits de l'enfant et ancrée dans le paysage genevois depuis plus de 65 ans, propose aux entreprises une opportunité d'engagement concrète à travers la Marche des entreprises.

Inspirée de la Marche de l'Espoir, événement phare de Terre des Hommes Suisse, où chaque année des milliers d'enfants de la région parcourent des kilomètres sur le Quai du Mont-Blanc pour soutenir les enfants d'ailleurs, cette initiative reprend le même principe de solidarité et de parrainage. Pendant un mois, les collaboratrices et collaborateurs des entreprises participantes sont invités à comptabiliser les kilomètres qu'ils parcourent au quotidien, que ce soit dans le cadre de leurs déplacements professionnels, de leurs trajets domicile-travail ou de leurs activités sportives. Ces distances sont ensuite parrainées par leur entreprise, transformant chaque effort en soutien concret. Les fonds récoltés sont intégralement dédiés aux projets de défense des droits de l'enfant menés par Terre des Hommes Suisse, en Suisse et à l'international. Le principe est simple: chaque pas compte.

Pour sa 6^e édition, la Marche des entreprises se déroulera partout en Suisse, du 14 septembre au 14 octobre 2026. Flexible et accessible,

l'engagement s'adapte à la taille, au rythme et aux objectifs de chaque entreprise. Il constitue un levier à la fois ludique et porteur de sens, permettant de transmettre un message fort à ses équipes comme à son audience: celui d'une organisation attentive au bien-être de ses collaboratrices et collaborateurs, engagée dans une dynamique de cohésion interne et actrice d'un impact social concret. Bien plus qu'un défi sportif, la Marche des entreprises offre ainsi aux PME une manière simple et visible de faire vivre leurs engagements RSE au quotidien.

Un outil clé en main pour les entreprises

Pensée comme un dispositif simple à déployer, la Marche des entreprises s'appuie cette année sur une nouvelle application dédiée, développée spécifiquement pour suivre les kilomètres parcourus durant le défi. Elle propose plusieurs fonctionnalités conçues pour dynamiser la participation: suivi des performances, création de sous-équipes au sein de l'entreprise, par exemple entre départements, et fixation d'objectifs

individuels ou collectifs. Chacune et chacun peut ainsi participer à son rythme, selon ses envies et ses capacités.

Accessible partout en Suisse, sur smartphone comme sur ordinateur, l'application offre une grande flexibilité d'utilisation. À travers les déplacements du quotidien comme les activités physiques plus ponctuelles, chaque kilomètre parcouru se transforme en contribution concrète de l'entreprise au profit des projets de Terre des Hommes Suisse. Au-delà de l'outil digital, les équipes de l'ONG accompagnent les entreprises participantes à chaque étape, grâce à un support technique et à un kit de communication permettant de mobiliser les collaborateur·rice·s en interne et de valoriser l'engagement de l'entreprise à l'externe.

Soutenir une ONG locale, engagée ici et ailleurs

En 2025, Terre des Hommes Suisse a soutenu des projets d'aide à l'enfance dans dix pays, y compris la Suisse, autour de quatre axes prioritaires: l'accès à une éducation de qualité, gratuite et adaptée au contexte de

l'enfant, la protection contre toute forme de violence et d'exploitation, la participation des enfants aux décisions qui les concernent et l'éducation au développement durable, au vivre-ensemble, à la citoyenneté et au respect de l'environnement. En collaboration avec 54 partenaires locaux, ce sont près de 458 000 bénéficiaires dont les conditions de vie sont améliorées chaque année. Dans cette perspective, la Marche des entreprises s'inscrit comme une initiative fédératrice et porteuse de sens, mobilisant les acteurs économiques autour d'un objectif commun: contribuer à une société plus solidaire et plus juste.

Envie de mobiliser vos équipes autour d'un projet porteur de sens? **Contactez-nous et rejoignez la Marche des entreprises!**



MARCHE DES ENTREPRISES 2026 :

Chaque pas compte ! 14.09–14.10.2026

Terre des Hommes Suisse
Ch. du Pré-Picot 3
1223 Cologny-Genève, Suisse
Tél +41 (0)22 736 36 36

www.tdhsuisse.ch

SCANNEZ LE CODE QR
POUR PLUS D'INFORMATIONS



BIEN-ÊTRE PHYSIQUE



ENGAGEMENT



COHÉSION D'ÉQUIPE



Produire, transformer, vendre, innover. L'audace pleine de sens de l'Union maraîchère de Genève

Aujourd'hui, il y a une forme de fierté à l'Union maraîchère de Genève. Celle d'avoir installé sur le marché une marque identifiable, reconnue par les consommateurs romands, qui trouve progressivement sa place sur les étals des commerces. Avec une vingtaine de produits, la gamme « Côté Jardin » s'est étoffée au fil des années comme un prolongement naturel du travail de la coopérative et une manière de faire ancrée dans le réel. Pourtant, rien de cette épopée n'était écrit d'avance.

©Union Maraîchère de Genève

Le point de départ est un problème très concret. En été 2018, une surproduction de tomates, combinée à une baisse de la demande, laisse d'importants volumes sans débouché. L'épisode marque un tournant. Il devient évident qu'il ne suffit plus de produire, il faut aussi être capable de valoriser les fruits et légumes.

La réponse est évidente, transformer plutôt que jeter. Les jus de tomates ouvrent la voie, suivis par des soupes et des veloutés, dont celui de l'icône légume genevois, le cardon. Puis viennent les nectars volontairement peu sucrés, notamment à base de fraises mara des bois, variété emblématique de Genève. Plus récemment, des sauces piquantes à base de piments cultivés à Genève sont venues compléter la gamme, avec un succès immédiat à la clé. Leurs noms donnent le ton et lèvent tout doute sur la provenance. « Tout de bon », « Post Tenebras Lux » ou encore « De bleu de bleu » assument un ancrage local affirmé.

À chaque étape, la logique reste la même. On ne part pas d'un besoin du marché, mais de la production existante. Partir de ce qui est là et le sublimer sans le dénaturer. Ce choix n'est pas seulement une réponse au gaspillage. Il est aussi au cœur d'un modèle où la question économique n'est jamais secondaire, mais conditionne la capacité

à exister. Comme le résume Xavier Patry, directeur de l'UMG, « pour moi, la durabilité est d'abord économique », avant d'ajouter que « tout ce qu'on ne jette pas et qu'on valorise sera bénéfique pour le producteur également ».

Dans ce contexte, l'UMG a obtenu la certification B Corp en décembre 2023, très au-dessus de la médiane des entreprises évaluées. La coopérative avait déjà formalisé ses pratiques environnementales en rejoignant Demain la Terre en 2020, puis en lançant en 2021 son label « Zéro Pesticide » sous serre, grâce à l'introduction de pollinisateurs naturels et d'insectes auxiliaires. B Corp est venue sanctionner un chemin déjà parcouru, en intégrant les dimensions économiques, sociales et environnementales.

Cette solidarité s'explique aussi par la structure même de la coopérative. Fondée en 1949, l'UMG regroupe 30 membres qui cultivent ensemble 30 000 tonnes de fruits et légumes par an. Avec plus de 700 collaboratrices et collaborateurs sur l'ensemble de la filière et un chiffre d'affaires de 70 millions de francs, elle est un pilier de l'économie locale. Sa gouvernance repose sur un principe statutaire simple et exigeant : « un membre, une voix », quel que soit le poids économique de chacun. C'est ce modèle, équitable et orienté vers l'avenir, que la certification B Corp reconnaît dans toute sa dimension.

L'UMG assure, avec ses producteurs, la culture des fruits et légumes, ainsi que leur transformation et leur conditionnement. Autour de cette maîtrise de la chaîne, elle s'appuie sur un réseau de proximité, en privilégiant des partenaires locaux. Ce choix responsable peut impliquer des coûts plus élevés, mais il permet de créer des relations durables et de préserver un tissu économique local qui fonctionne et ne se délite pas.

La démarche reste en mouvement. Chaque produit est testé, ajusté, parfois abandonné. L'innovation passe aussi par là. Accepter de se tromper, recommencer, affiner. Cette capacité à s'adapter, à saisir les opportunités et à avancer de manière pragmatique traduit une agilité ancrée dans le terrain. C'est ce processus qui permet, au fil du temps, de construire une gamme pertinente et appréciée.

Cette dynamique se retrouve également en interne. Le développement des produits, leur présence en rayon et le succès de ces réalisations contribuent à renforcer l'implication des équipes. Cette fierté partagée donne du sens au quotidien et participe à la solidité du modèle.

À cela s'ajoute un principe simple, mais exigeant, la transparence. La coopérative ouvre ses portes,

explique ses choix et montre ses pratiques sans détour. Comme le résume justement Xavier Patry, « on aime montrer aux gens ce qu'on fait et comment on le fait ». Cette relation directe contribue à construire une confiance durable, fondée sur des faits.

Ce qui n'était au départ qu'une réponse à un surplus est devenu une véritable manière d'entreprendre. Manière aussi de relier production, transformation et marché, pour créer de la valeur en restant fidèle à ce territoire et à celles et ceux qui le cultivent. Le modèle de l'UMG pose une question qui dépasse ses frontières : et si la performance économique et l'ancrage local n'étaient pas opposés, mais les deux faces d'une même ambition ?

Plus d'informations sur
www.umd.ch



Attirer et fidéliser : la marque employeur comme levier stratégique durable

Dans un marché de l'emploi sous tension, la marque employeur devient un facteur décisif pour attirer, engager et fidéliser les talents. Bien au-delà de la communication RH, elle reflète la réalité de l'entreprise et sa capacité à incarner ses engagements, notamment en matière de responsabilité sociale.

Aujourd'hui, les entreprises ne recrutent plus seulement des compétences : elles recrutent une culture, des valeurs et une vision. Dans ce contexte, la marque employeur s'impose comme un enjeu stratégique majeur, à la croisée des ressources humaines, de la communication et de la RSE. Elle influence directement la capacité d'une organisation à attirer les bons profils, mais aussi à les retenir dans la durée.

Une image employeur devenue un actif stratégique

La marque employeur ne se limite plus à une vitrine attractive destinée aux candidats. Elle est le reflet de l'expérience vécue par les collaborateurs. Conditions de travail, management, sens donné aux missions, équilibre de vie : chaque détail contribue à construire une réputation interne et externe.

Dans un environnement où les plateformes d'avis et les réseaux sociaux amplifient les perceptions, l'écart entre discours et réalité peut rapidement devenir un risque réputationnel.

Recruter dans un marché sous tension

Les tensions sur certains métiers rendent la compétition pour les talents plus intense. Les entreprises ne se différencient plus uniquement par le salaire, mais par leur capacité à proposer un cadre de travail cohérent et engageant.

Flexibilité, autonomie, perspectives d'évolution et engagement sociétal deviennent des critères déterminants dans le choix d'un employeur. Une marque employeur forte permet ainsi de réduire les coûts de recrutement et d'accélérer les processus d'embauche.

Fidéliser par le sens et la cohérence

La fidélisation des collaborateurs repose de plus en plus sur la notion de sens. Les salariés attendent de leur entreprise qu'elle incarne des engagements concrets, notamment en matière de durabilité et de responsabilité sociale.

Lorsqu'il existe une cohérence entre les valeurs affichées et les pratiques quotidiennes, l'engagement augmente naturellement, réduisant le turnover et renforçant la stabilité des équipes.

La RSE comme socle de crédibilité

La démarche RSE joue un rôle central dans la construction d'une marque employeur

crédible. Elle donne du contenu aux engagements et structure les actions internes : inclusion, qualité de vie au travail, réduction de l'impact environnemental, gouvernance responsable.

Les entreprises qui intègrent ces dimensions de manière authentique renforcent leur attractivité auprès des nouvelles générations de talents.

La marque employeur ne peut plus être dissociée de la stratégie globale de l'entreprise. Elle est le résultat d'un alignement entre discours, pratiques et engagements. Dans un monde du travail en mutation, elle devient un levier essentiel de performance durable.

Texte SMA

ANNONCE

F.

#focusrse

En découvrir plus sur
focus.swiss



70 ans d'histoire au seuil d'une nouvelle ère

Face aux dérives du « moins-disant », une autre voie s'impose : celle d'un modèle exigeant, centré sur l'humain et la qualité. Une vision construite depuis 2019 pour faire émerger un employeur de référence dans le secteur.

L'année prochaine, Messerli Services célébrera ses 70 ans d'existence. Un cap symbolique pour toute entreprise : celui où le regard se porte à la fois sur le chemin parcouru et sur la vision qui oriente l'avenir.

Depuis la reprise en 2019, Bachir et Bassel Rabbat portent une ambition claire : construire un modèle dans lequel l'humain, l'environnement et l'exigence de service occupent une place centrale. Leur conviction est qu'une entreprise de propreté en Suisse peut concilier performance économique, responsabilité sociale et exigence durable.

Pour Bachir Rabbat, c'est précisément en observant les réalités du secteur que cette vision s'est imposée. Car derrière une stabilité apparente, des fragilités profondes persistent. Le secteur du nettoyage demeure aujourd'hui confronté à d'importants déséquilibres structurels. Trop souvent, les métiers de la propreté sont perçus comme de simples centres de coûts à maîtriser, alors qu'ils constituent en réalité un service essentiel au bon fonctionnement de la collectivité.

Selon les dirigeants de Messerli Services, la pression constante exercée sur les prix se répercute directement sur les conditions de travail, les niveaux de rémunération et, in fine, sur la qualité des prestations. Ce mécanisme alimente un cercle vicieux dans lequel la recherche du « moins-disant » fragilise durablement l'ensemble de la chaîne de valeur.

Derrière ces mécanismes économiques, Bachir et Bassel Rabbat rappellent qu'il y a avant tout des femmes et des hommes qui en portent les effets au quotidien : les agents de propreté.

Leur travail, discret mais fondamental, contribue chaque jour à l'ordre, à l'hygiène et à la qualité des environnements où nous vivons et travaillons.



Bachir Rabbat, Président & Bassel Rabbat, Administrateur

Ils participent directement à la santé publique, au bien-être des usagers et à la continuité des activités économiques. Un rôle clé, encore trop souvent invisible.

Reconnaître pleinement ces métiers est, pour les dirigeants de Messerli Services, une condition essentielle. C'est reconnaître leur contribution à la société, mais aussi sortir d'une logique strictement court-termiste pour construire des modèles plus équilibrés, plus responsables et plus durables.

Dans cette perspective, Messerli Services entend s'affirmer comme une entreprise de référence, avec une ambition claire : faire des métiers de la propreté des professions attractives, reconnues et durablement valorisées.

Cette ambition repose sur des fondements précis qui structurent l'ensemble des actions de l'entreprise. Le modèle s'articule autour de trois piliers : la qualité, la durabilité et la conformité.

La qualité constitue le socle de la proposition de valeur de Messerli Services, à travers la fiabilité des prestations et la relation de confiance construite avec les clients. La durabilité inscrit l'action dans le temps long, en conciliant impact environnemental, développement des collaborateurs et équilibre économique. La conformité garantit l'alignement entre les engagements, les pratiques et les valeurs et protège l'entreprise contre le risque d'incohérence.

Pour traduire concrètement ces principes, les dirigeants ont structuré l'action autour de trois leviers complémentaires : le capital humain, avec l'ambition d'attirer, former et fidéliser des collaborateurs engagés ; la formation continue, structurée autour du Plan de Formation Universel pour professionnaliser durablement les métiers ; et la technologie, mise au service de la simplification des opérations, de la fiabilité des prestations et de la fluidité de l'information.

Au-delà du modèle structuré, Bachir et Bassel Rabbat considèrent que leur responsabilité est désormais de l'inscrire dans la durée et de lui donner une direction claire. Messerli Services est une entreprise qui leur a été confiée, dont ils assurent le développement avec exigence, renforcent les fondements et garantissent la pérennité.

À l'horizon 2030, leur cap est clair : faire de Messerli Services une entreprise où chacun peut se développer, être reconnu et pleinement valorisé dans son travail. Une entreprise qui démontre, par ses actes, que l'exigence économique peut aller de pair avec le développement des personnes et la qualité du service.

Une entreprise de référence, reconnue comme l'un des meilleurs employeurs du secteur en Suisse romande.

Plus d'informations sur www.messerli-services.ch



La montée en puissance des soft skills

Dans un monde du travail traversé par la pénurie de talents, une quête de sens de plus en plus marquée et l'émergence de l'intelligence artificielle, recruter ne consiste plus seulement à vérifier un CV. Pour attirer et fidéliser, les entreprises doivent désormais clarifier leur vision, faire vivre leurs valeurs, revoir leurs pratiques managériales et accorder une place croissante aux compétences humaines, les fameuses « soft skills ». Directeur général de Glion Institut de Hautes Études, Philippe Vignon observe ces mutations à la croisée de la formation, du management et des attentes du marché. Son constat est clair : à mesure que la technologie progresse, la valeur des qualités humaines devient encore plus déterminante.



Philippe Vignon
Directeur général de Glion
Institut de Hautes Études

Les attentes des jeunes générations ont-elles vraiment changé en profondeur ?

Oui, très clairement. Les millennials et la génération Z attendent autre chose de l'entreprise. Les critères traditionnels comme la progression hiérarchique ou la seule augmentation salariale ne suffisent plus. Ils cherchent de la cohérence entre ce que l'entreprise dit et ce qu'elle vit réellement, mais aussi du sens, de l'inclusivité et une forme d'autonomie. La marque employeur n'est plus un concept accessoire : elle doit être incarnée dans le quotidien.

Qu'est-ce qui rend aujourd'hui une entreprise réellement attractive ?

Il y a d'abord un travail de fond à mener sur la vision, la mission, la culture et les valeurs. Mais cela ne suffit pas d'écrire de beaux principes. Les entreprises doivent aussi mettre en place des dispositifs d'écoute et accepter que le management évolue. Un employeur qui n'entend pas les attentes du terrain risque d'être très vite déconnecté. Chez Glion, nous avons par exemple mis en place un comité « Diversity and Inclusion », animé par des collaborateurs de différents départements, ainsi que du mentoring inversé, notamment sur l'intelligence artificielle. Cela suppose, de la part des directions, une posture plus ouverte, y compris une capacité à reconnaître que les jeunes générations peuvent apporter des connaissances nouvelles.

Aujourd'hui, qu'est-ce qu'un environnement de travail réellement attractif pour les nouvelles générations ?

Au-delà du salaire, les jeunes talents attendent un cadre dans lequel ils se sentent respectés, écoutés et considérés. Ils veulent comprendre où va l'entreprise, savoir pourquoi ils s'engagent, et ils souhaitent évoluer dans un environnement cohérent avec les valeurs affichées. La flexibilité, la qualité des relations de travail, la reconnaissance et la possibilité d'exprimer son point de vue comptent énormément. Un environnement attractif, ce n'est pas seulement un lieu agréable ou quelques avantages visibles : c'est un espace où l'on peut grandir, contribuer et trouver un équilibre crédible entre engagement professionnel et vie personnelle.

Pourquoi les soft skills prennent-elles autant d'importance dans le recrutement ?

Parce qu'elles sont devenues un facteur de différenciation majeur. Dans les métiers de services, cela se voit depuis longtemps, mais cette logique s'étend désormais bien au-delà de l'hôtellerie. Dans un marché très commodifié, ce qui fait la différence, c'est la qualité de l'interaction et la capacité à faire sentir au client qu'il est reconnu. Cela demande de la cohérence, de l'écoute et de l'intelligence émotionnelle. Les entreprises de services, comme les banques, les assurances ou les télécoms, l'ont déjà bien compris. D'autres secteurs y viendront aussi, parce que les nouvelles générations, y compris dans les métiers techniques, auront des attentes différentes en matière de sens et de relation au travail.

L'intelligence artificielle menace-t-elle la place de l'humain ou la rend-elle encore plus précieuse ?

À mes yeux, elle la rend encore plus précieuse. L'IA va remplacer un certain nombre d'activités administratives sans grande valeur ajoutée, mais elle ne remplace pas l'impulsion humaine. Au contraire, elle va accentuer le besoin de connexion, d'émotions et d'interactions authentiques. Elle peut aussi permettre d'individualiser davantage la relation client. C'est pour cela qu'il faut aujourd'hui passer du « QI » au « QE », autrement dit renforcer la connaissance de soi, la maîtrise des émotions et des soft skills. Dans le luxe, par exemple, on n'est plus seulement sur le produit : on est sur l'expérience. Et une expérience n'a de valeur que si elle est incarnée et authentique.

Quel management faudra-t-il pour attirer et fidéliser les talents demain ?

Un management plus responsable, plus agile et plus humain. On voit émerger des modèles qui remettent en question le schéma hiérarchique traditionnel. Le rôle du leader évolue : il ne s'agit plus de diriger par la peur ou le contrôle, mais d'être un chef d'orchestre, de donner du sens, de créer un cadre où les collaborateurs osent proposer, innover et grandir. J'aime beaucoup l'idée d'un espace dans lequel chacun peut exprimer son potentiel. Quand on dirige une organisation, on a aussi une responsabilité qui dépasse les seuls collaborateurs, parce que l'impact du leadership touche indirectement leurs familles et leur environnement. Cela

demande de la conscience, de l'attention et de la cohérence.

Quel conseil donneriez-vous aujourd'hui à une PME qui peine à recruter ou à fidéliser ses talents ?

Je lui dirais de commencer par se regarder avec lucidité. Avant de chercher le bon candidat, il faut se demander quelle expérience l'entreprise offre réellement à ceux qui la rejoignent. Les PME ont souvent un atout fort : leur proximité, leur agilité, leur capacité à créer du lien. Mais cela doit se traduire concrètement dans le management, dans l'écoute et dans la manière de reconnaître la contribution de chacun. Aujourd'hui, on ne fidélise plus uniquement avec un titre ou un salaire. On fidélise en créant un environnement dans lequel les collaborateurs comprennent leur rôle, se sentent utiles et ont envie de grandir avec l'entreprise.

Philippe Vignon

Passé par EasyJet, Genève Tourisme et Edipresse, Philippe Vignon dirige Glion depuis juin 2025.

Plus d'informations sur
www.glion.edu



Digitalisation : une opportunité stratégique pour les PME

Spécialisée dans la numérisation et l'automatisation des processus documentaires, JBC Solutions se positionne comme un acteur clé de la transformation numérique des PME et des collectivités en Suisse romande. Rencontre avec Amato Cavaliere, directeur et administrateur de la société, et Pierre-André Freymond, responsable du département Solutions.



Amato Cavaliere
Directeur, JBC Solutions SA



Pierre-André Freymond
Responsable solutions,
JBC Solutions SA

Amato Cavaliere, quel rôle joue aujourd'hui le département digital dans la stratégie globale de JBC Solutions SA ?

Avec 30 ans d'expérience, notre PME s'est transformée en acteur majeur de la transformation digitale en Suisse romande. Notre pôle Solutions Numériques, moteur de croissance, propose des services en GED (gestion électronique des documents), en optimisation des impressions et en sécurité des données. Chez JBC Solutions, nous offrons bien plus que du matériel : conseil, audit et solutions logicielles renforcent la performance et la fidélisation de nos partenaires. Le numérique est devenu un pilier essentiel pour notre développement et celui de nos clients.

Pierre-André Freymond, comment décrivez-vous les grands enjeux actuels de la transformation digitale pour les PME en Suisse romande ?

La digitalisation permet aux PME de Suisse romande de rester compétitives en automatisant les tâches, en optimisant les données et en améliorant la communication. Elle renforce la productivité, réduit les erreurs et offre une expérience client plus fluide et personnalisée. Cependant, elle pose

des défis : compétences numériques, coûts, cybersécurité et gestion du changement. Pour réussir, il est essentiel d'adopter une démarche structurée, de former les équipes, de respecter la réglementation et d'impliquer l'ensemble de l'organisation. Bien menée, cette transition devient un véritable moteur de croissance durable.

En quoi la mise en place d'une solution de GED peut-elle transformer le fonctionnement quotidien d'une PME ?

La mise en place d'une solution de gestion électronique des documents (GED) transforme l'organisation et la performance des PME. En centralisant les documents sur une plateforme sécurisée, elle améliore l'efficacité opérationnelle, facilite l'accès à l'information et renforce la sécurité des données grâce à un contrôle des accès et des sauvegardes automatiques. La collaboration est optimisée, notamment via le travail à distance, la validation accélérée et la signature électronique. La GED permet également de réduire les coûts liés à l'impression et au papier, tout en s'inscrivant dans une démarche écoresponsable. Enfin, elle garantit un archivage conforme aux exigences fiscales suisses. Elle constitue ainsi une solution clé pour renforcer la sécurité et la productivité des PME face aux enjeux numériques actuels.

Quels sont les bénéfices les plus tangibles que vos clients constatent après avoir mis en place une solution de GED ?

La mise en place d'une solution de GED apporte aux PME des gains rapides en productivité, avec jusqu'à 30% de temps gagné sur les tâches administratives. Elle permet également de réduire les coûts liés au papier, à l'encre et au stockage, certains clients enregistrant jusqu'à 40% d'économies. En facilitant la collaboration, notamment à distance, elle accélère la prise de décision et renforce la réactivité des équipes. Conforme aux normes

suisses, l'archivage électronique assure également une meilleure sécurité des données. En fluidifiant les processus, la GED améliore ainsi le service client et renforce la compétitivité, faisant d'elle un véritable levier de performance pour les PME.

Quelles sont les technologies ou les solutions numériques incontournables aujourd'hui pour une PME qui souhaite se moderniser ?

Pour se moderniser efficacement, une PME doit s'appuyer sur des solutions numériques essentielles. La GED, comme on l'a dit, permet d'automatiser les flux, de centraliser les données et d'assurer la conformité. Les outils collaboratifs cloud, comme Microsoft 365 ou Google Workspace, facilitent quant à eux le travail d'équipe et la mobilité. Face aux cybermenaces, des dispositifs comme les firewalls, antivirus, sauvegardes cloud et authentification renforcée sont également indispensables. Les ERP et CRM offrent quant à eux un pilotage global et une prise de décision rapide grâce aux données en temps réel. Enfin, l'intelligence artificielle optimise les tâches répétitives, l'analyse des données et l'anticipation des besoins clients. Une transformation digitale réussie repose ainsi sur des choix technologiques stratégiques, centrés sur la sécurité, la collaboration et la valorisation des données.

Les solutions d'impression évoluent avec la digitalisation. Comment JBC Solutions combine-t-elle impression et solutions digitales ?

Chez JBC Solutions, nous considérons l'impression et la digitalisation comme complémentaires. En intégrant des équipements intelligents, tels que les imprimantes et MFP Canon connectées (Multifunction Printer) à des workflows numériques, nous facilitons une capture fluide et sécurisée de l'information dès

l'impression ou la numérisation. Nos solutions incluent le suivi des usages, la gestion des coûts et l'authentification des utilisateurs pour limiter le gaspillage et optimiser les ressources. Grâce à la digitalisation, les documents sont automatiquement classés, archivés et sécurisés via une GED ou dans le cloud. Notre approche repose ainsi sur un audit précis et des conseils sur-mesure, permettant aux PME d'adopter une transition numérique progressive, alliant productivité, sécurité et performance environnementale.

Amato Cavaliere, quelle est la vision de JBC Solutions pour les cinq prochaines années en matière d'innovation digitale ?

Notre ambition est d'accompagner nos clients dans une transition numérique agile, sécurisée et durable. Nous comptons renforcer encore l'automatisation intelligente, notamment grâce à l'IA, sécuriser davantage les données, promouvoir un bureau écoresponsable, personnaliser davantage l'expérience client grâce aux données, et élargir notre écosystème de services digitaux. En bref, nous voulons rester un partenaire de confiance, en alliant innovation technologique et pragmatisme opérationnel.

Découvrez l'équipe
JBC Solutions

jbcsolutions.ch



Florence Schmidt

Transition énergétique : accélérer sans renoncer à l'accessibilité

Florence Schmidt, responsable de la durabilité chez Romande Energie, revient sur les enjeux concrets de la transition énergétique en Suisse romande, entre développement des énergies renouvelables, évolution des usages et transformation des infrastructures. Un éclairage sur les défis et les leviers d'action pour concilier durabilité, compétitivité et qualité de vie.

Interview SMA Image Pedro Ribeiro pour Romande Energie

Madame Florence Schmidt, comment définir la transition énergétique aujourd'hui ?

Un monde plus vert, une énergie plus propre et accessible à tous : cet idéal est aujourd'hui bien plus qu'un enjeu de société. Dans l'histoire, nous n'avons pas réellement « remplacé » les énergies les unes par les autres : nous les avons surtout cumulées, et notre consommation globale n'a cessé d'augmenter.

Dans ce contexte, parler de transition énergétique signifie concrètement accélérer le développement des nouvelles énergies renouvelables (NER) sur notre territoire, améliorer l'efficacité et la sobriété des usages, et adapter les réseaux pour intégrer une production plus locale et plus variable.

Les enjeux sont à la fois sociétaux, économiques et environnementaux : pouvoir d'achat, compétitivité, sécurité d'approvisionnement, qualité de vie et santé, tout en relevant le défi de la neutralité carbone. Cette transition s'inscrit dans la durabilité et la résilience de notre territoire.

Romande Energie œuvre en faveur de cet avenir grâce à des solutions concrètes telles que l'énergie solaire, hydraulique et éolienne, les compteurs intelligents, la rénovation énergétique des bâtiments, le chauffage à distance et les bornes de recharge pour véhicules électriques.

Pourquoi les énergies propres sont-elles devenues incontournables ?

Parce qu'elles répondent simultanément à trois impératifs : réduire les émissions de gaz à effet de serre, renforcer notre indépendance énergétique et stabiliser les coûts à long terme. Avec l'électrification des usages (mobilité, chaleur et froid), la production renouvelable locale : hydraulique, solaire et éolienne, devient un pilier du système, à compléter par l'efficacité énergétique, la flexibilité du réseau et la sobriété des usages : consommer moins et mieux, sans perdre en confort.



Au-delà du climat, c'est aussi un choix de durabilité : une énergie plus propre contribue à une meilleure qualité de l'air, et donc à une meilleure santé, tout en renforçant la résilience et la pérennité des entreprises et des territoires.

Quels sont les enjeux réels de cette transition en cours ?

L'enjeu n'est pas uniquement de remplacer une source d'énergie par une autre : il s'agit de transformer l'ensemble du modèle pour relever le défi de la neutralité carbone au niveau de notre pays, de notre région, mais aussi des entreprises et de leurs clients. Concrètement, cela signifie intégrer davantage de production décentralisée, adapter et digitaliser les réseaux, et développer le stockage et la flexibilité, tout en garantissant la sécurité d'approvisionnement.

La transition doit aussi rester socialement acceptable : accessible financièrement, simple à comprendre et bénéfique au quotidien. Enfin, elle repose sur une responsabilité partagée : individus, entreprises, pouvoirs publics et acteurs financiers (notamment les banques) ont un rôle clé pour orienter les investissements, accélérer la rénovation et soutenir des solutions bas carbone.

Comment les particuliers accueillent-ils ces nouveaux modes de production d'énergie ?

Cela dépend des énergies considérées. La réceptivité est forte, surtout lorsque les bénéfices sont tangibles, comme avec l'énergie solaire et la rénovation des bâtiments : baisse de la facture, autonomie partielle, valorisation du bâtiment et contribution à un projet local.

Les principales attentes portent sur l'accompagnement (conseil, démarches, financement) et la clarté des solutions. Lorsqu'on simplifie le parcours et que l'on explique le fonctionnement, l'adoption s'accélère nettement.

La sobriété fait aussi partie de l'équation : des gestes simples et une meilleure lecture de sa consommation permettent souvent des gains immédiats, sans investissement lourd.

En revanche, lorsqu'il s'agit de développer des infrastructures de production renouvelable, en particulier hydraulique ou éolienne, le processus démocratique de validation peut être très long, parfois plus de 20 ans.

Quel rôle les entreprises peuvent-elles jouer pour accélérer la transition énergétique en Suisse ?

Un rôle d'intégrateur et d'accélérateur : investir dans les renouvelables, moderniser les réseaux de distribution, déployer des solutions de flexibilité et accompagner clients et communes dans leurs projets. Nous jouons aussi un rôle de partenaire de long terme, en aidant les organisations à bâtir des trajectoires crédibles de réduction des émissions, avec des résultats mesurables, et en renforçant la résilience des territoires (infrastructures robustes, production locale, capacité à absorber les aléas).

Enfin, la transition se fait avec et pour les personnes : garantir la sécurité, la fiabilité et de bonnes conditions de travail contribue à la santé et à l'engagement des collaboratrices et collaborateurs, et donc à la pérennité de l'entreprise.

Quels conseils donneriez-vous aux entreprises souhaitant s'engager dans une démarche énergétique plus durable ?

Commencer par mesurer : établir un bilan énergétique et un bilan d'impacts, au-delà du seul carbone, afin d'objectiver les priorités (CO₂, eau, sols, matières premières et, selon l'activité, biodiversité). Ensuite, réduire la demande via l'efficacité et la sobriété (bâtiments, processus, pilotage), puis produire ou s'approvisionner en énergies renouvelables (photovoltaïque, garanties d'origine, PPA, CEL selon les cas).

Intégrer la flexibilité (gestion des pointes, recharge intelligente, stockage si pertinent) et définir une trajectoire alignée avec la neutralité carbone, avec des objectifs, des indicateurs et une gouvernance claire.

Enfin, travailler avec l'écosystème : pouvoirs publics, fournisseurs et partenaires financiers pour sécuriser les investissements et accélérer les projets. Sans oublier la dimension humaine : sensibilisation, sécurité et confort des équipes, car la performance et la résilience de l'entreprise reposent sur l'engagement des collaboratrices et collaborateurs.

Valoriser les déchets pour produire énergie et matières premières

Depuis 2001, l'usine SAIDEF transforme les déchets de 151 communes fribourgeoises et de la Broye vaudoise en énergie et matières valorisables, dans une démarche alliant efficacité, responsabilité et innovation. Avec la nouvelle stratégie 2025-2030, l'entreprise prépare déjà l'usine 2.0 et le développement de solutions encore plus durables.

©Stemutz



Laurent Meury
Directeur, saidef

Sise sur la commune de Posieux/Hauterive (FR), l'usine Saidef, en service depuis 2001, traite et valorise les déchets de 151 communes fribourgeoises et de la Broye vaudoise, dans un esprit de partenariat et au meilleur coût. Depuis 2006, elle assure également la valorisation des boues issues des stations d'épuration de sa zone d'apport. Sa raison d'être est d'incinérer les déchets non valorisables pour les transformer en énergie.

Saidef est une société anonyme de droit privé mais détenue par des acteurs publics et parapublics. Ses actionnaires sont l'État de Fribourg, les communes fribourgeoises et de la Broye vaudoise, Groupe E et l'État de Vaud. L'entreprise emploie 61 collaborateurs, dont 20% de femmes, pour un âge moyen de 46 ans. En tant qu'employeur socialement responsable, le personnel sera soumis à sa propre convention collective de travail (CCT) dès le 1^{er} janvier 2026, à la suite de

Valoriser les déchets aujourd'hui, c'est produire l'énergie et les ressources de demain.

la reprise de tous les rapports de travail transférés par le Groupe E dans le cadre de la redéfinition du modèle d'affaires de l'entreprise.

En 2025, la production a atteint 97 029 tonnes de déchets incinérés et 38 984 tonnes de boues de STEP incinérées. Ces deux procédés ont permis une valorisation énergétique en vapeur, composée de 93 099 MWh d'énergie thermique (CAD) et de 71 038 MWh d'énergie électrique. L'incinération a également permis de récupérer diverses matières réintroduites dans l'économie circulaire :

- 465 tonnes de métaux non ferreux
- 1803 tonnes de ferraille calcinée

- 754 tonnes de boues d'hydroxydes contenant du zinc, intéressant pour la revalorisation

L'économie de CO₂ générée s'élève à 29 180 tonnes grâce à la production d'énergie et à la récupération des métaux. Ce bilan carbone pourrait encore être amélioré à l'avenir grâce à la récupération du zinc dans les boues d'hydroxydes et du phosphore dans les cendres de boues de STEP, afin de les remettre à disposition de l'industrie et de l'agriculture suisse. Ces projets ambitieux, qui nécessitent le développement de nouvelles usines de traitement, devraient voir le jour dans les trois à sept prochaines années. GastroVert SA, créée en février 2025, réunit Satom SA, Saidef SA et Enevi. Sa

mission est d'optimiser la gestion des déchets alimentaires crus et cuits en sources d'énergie verte, dans le respect de l'environnement. Ce service de proximité est proposé aux citoyens via les communes et aux professionnels de la restauration. En 2024, 7200 tonnes de matière ont été valorisées, grâce à ce service déjà actif depuis plusieurs années dans les zones d'apport des deux partenaires de Saidef.

En 2025, le Conseil d'administration de Saidef a mené une réflexion stratégique pour la période 2025-2030, afin d'anticiper les besoins futurs de l'usine et d'imaginer la nouvelle usine 2.0. Plusieurs actions et études ont découlé de ces travaux et se poursuivent activement, en partenariat avec l'actionnaire Groupe E, pour optimiser et récupérer toutes les énergies présentes dans le procédé de valorisation thermique.

Plus d'informations sur www.saidef.ch



s a i d e f

RSE, talents et management : ce que les PME doivent comprendre pour rester attractives

Face à des attentes en mutation, les PME doivent repenser leur attractivité. Entre RSE, évolution du management et montée des compétences humaines, de nouveaux leviers s'imposent pour recruter, engager et fidéliser durablement les talents. Pourquoi la responsabilité sociétale devient un levier stratégique d'attractivité, de fidélisation et de performance durable.

Pendant longtemps, attirer des talents relevait principalement d'une équation assez simple : proposer un bon salaire, une certaine stabilité et des perspectives d'évolution. Cette réalité a changé.

Aujourd'hui, les nouvelles générations accordent une importance croissante au sens donné à leur travail, à la qualité du management, à l'équilibre de vie et à la cohérence entre les valeurs affichées par une entreprise et ses actions concrètes. Selon l'enquête mondiale Gen Z and Millennial Survey de Deloitte, près de la moitié des jeunes actifs placent désormais le sens et le bien-être au travail parmi leurs priorités professionnelles, au même niveau que la rémunération.

Pour les PME, cette évolution redéfinit en profondeur les leviers d'attractivité et de fidélisation.

La responsabilité sociétale des entreprises, souvent encore perçue comme un sujet de communication ou de conformité, devient en réalité un enjeu stratégique de ressources humaines et de compétitivité.

Mais la RSE seule ne suffit pas. Les talents attendent davantage qu'un discours ou quelques initiatives symboliques. Ils veulent rejoindre des organisations dans lesquelles les valeurs sont visibles dans les décisions, dans la culture managériale et dans le quotidien de l'entreprise.

Parallèlement, l'essor de l'intelligence artificielle accélère une autre transformation majeure : la montée en puissance des compétences humaines. Le World Economic Forum estime que 39% des compétences clés utilisées aujourd'hui évolueront d'ici 2030. À mesure que les outils technologiques automatisent davantage de tâches techniques, analytiques ou administratives, les qualités que la machine ne reproduit pas facilement prennent de la valeur.

Communication, leadership, empathie, adaptabilité, intelligence relationnelle, sens du service, gestion du stress : ces compétences, longtemps qualifiées de « soft skills », deviennent aujourd'hui des compétences stratégiques.

Comme le résume Duncan Robertson, directeur suppléant de l'École Hôtelière de Genève : « Plus la technologie progresse, plus la qualité de l'humain devient différenciante. Les entreprises qui réussiront demain seront celles qui sauront combiner performance, innovation et excellence relationnelle. »

Cette évolution impose également de repenser la formation des futurs managers.

À l'École Hôtelière de Genève, nous avons fait le choix d'intégrer pleinement la responsabilité sociétale dans notre cursus ES,

en incorporant directement les contenus de notre certificat postdiplôme en RSE au sein de la formation. L'objectif est clair : faire de ces enjeux une compétence de base du manager de demain, et non une spécialisation périphérique.

En parallèle, ce certificat reste proposé aux professionnels dans le cadre de notre formation continue, permettant aux entreprises de renforcer les compétences de leurs équipes sur ces enjeux ou de bénéficier d'un accompagnement plus large dans leur réflexion stratégique.

Cette approche repose sur une conviction simple : la RSE ne doit pas être traitée comme un sujet isolé, mais comme une composante intégrée de la stratégie, du management et de la performance globale de l'entreprise. Encore faut-il que cette vision soit incarnée.

Former de futurs leaders responsables suppose d'appliquer à soi-même les principes que l'on enseigne. C'est pourquoi l'EHG déploie ses engagements RSE de manière opérationnelle au quotidien : circuits courts, produits locaux et de saison, réduction du gaspillage alimentaire, optimisation énergétique, achats responsables, initiatives d'inclusion, mobilité douce, participation à la Convention des Entreprises pour le Climat ou encore soutien à des projets à impact sociétal.

Ces démarches peuvent sembler modestes, prises individuellement. Ensemble, elles construisent une culture. Et c'est précisément cette cohérence que recherchent aujourd'hui les talents.

Pour une PME confrontée à des difficultés de recrutement ou de fidélisation, la question n'est donc plus seulement « que proposons-nous? », mais bien : « quelle expérience offrons-nous à nos collaborateurs et quelle entreprise incarnons-nous réellement? »

L'attractivité employeur de demain se jouera moins sur les avantages périphériques que sur la qualité du leadership, la sincérité des engagements et la capacité à donner du sens à la performance.

La RSE n'est plus un supplément d'âme. Elle devient un indicateur de maturité managériale et un levier concret de compétitivité.

Découvrez nos formations et accompagnements en RSE pour professionnels :



ÉCOLE HÔTELIÈRE
GENÈVE

L'exigence comme héritage

Leader suisse de l'éclairage de secours depuis 1958, Aprotec est une entreprise familiale passée entre les mains de la troisième génération. Avec les certifications Swiss Made, B Corp et EcoVadis, la société entend structurer davantage sa démarche RSE et inscrire cette exigence dans la durée.



Dans une PME, la responsabilité sociétale n'est pas toujours une affaire d'affichage. Elle se vit dans les pratiques et la culture d'entreprise. Mais entre ce qui existe déjà sur le terrain et ce qui peut être formalisé, il y a parfois un écart. Un écart de temps, de moyens, de ressources aussi. C'est précisément à cet endroit que les certifications prennent tout leur sens. Chez Aprotec, entreprise fondée en 1958 et aujourd'hui forte de plus de 80

collaboratrices et collaborateurs, cette réflexion s'inscrit dans une histoire de transmission. Après le fondateur Eugène Blaesi, puis son fils Michel Blaesi, la troisième génération reprend les rênes en 2015 avec Anne-Sophie Dunand-Blaesi. Cette nouvelle étape traduit une volonté claire : celle de faire progresser l'entreprise sur le terrain de la RSE, avec l'ambition d'en faire une référence.

Des labels pour structurer la démarche

Cette logique n'est pas née hier. Si l'entreprise revendique le Swiss Made depuis 2012, ces dernières années, la dynamique s'est accélérée. En 2025, Aprotec obtient la certification B Corp avec un score très honorable de 94,2 pts. Au terme d'un processus long et exigeant, l'entreprise a fait avancer certains chantiers d'innovation et mieux structuré sa démarche

interne. Dans la foulée, Aprotec a engagé également une évaluation EcoVadis et décroché la médaille d'argent. L'intérêt de cette succession de démarches est double. D'un côté, elle répond à une demande de plus en plus nette du marché. De l'autre, elle permet à l'entreprise de se mesurer à des cadres d'évaluation reconnus. Aujourd'hui, Aprotec estime disposer d'une évaluation complète. Elle entend toutefois ne pas s'arrêter là et poursuivre cette démarche dans la durée.

Reste une réalité que beaucoup de PME connaissent bien : ces labels demandent un investissement important, en temps et en énergie. « En tant que PME, chaque heure consacrée à la démarche est une heure qui n'est pas passée sur le terrain ou auprès des clients. Il faut aussi tenir compte du coût financier que cela représente », précise Anne-Sophie

Dunand-Blaesi, la directrice générale. Le choix d'Aprotec est donc assumé : celui de consacrer du temps à ces démarches même lorsqu'elles mobilisent fortement les équipes. Car au fond, cette exigence prolonge le métier lui-même. Dans l'éclairage de secours, rigueur et professionnalisme s'imposent chaque jour. Les engagements RSE pris par l'entreprise s'inscrivent dans cette continuité, avec l'idée de poursuivre le travail engagé et d'aller encore plus loin.

Interview **Marc-Antoine Guet**

Plus d'informations sur aprotec.ch



PHIDA • Brandreport

Construire durablement commence par de meilleurs choix

En Suisse, le secteur du bâtiment représente environ 40 % de la consommation d'énergie et près d'un quart des émissions de gaz à effet de serre (sources : OFEN et OFEV, dernières données disponibles 2023). Malgré les progrès réalisés ces dernières années, la réduction de l'empreinte environnementale du bâti reste un enjeu majeur. Dans ce contexte, chaque décision, du choix des matériaux à la conception des toitures, devient un levier concret pour concilier performance thermique et réduction de son impact.

L'enveloppe du bâtiment, notamment la toiture et la façade, joue un rôle central. Pourtant, à performance énergétique équivalente, l'empreinte écologique peut varier fortement selon les matériaux utilisés. Cette réalité ouvre la voie à des décisions plus responsables, sans compromis sur l'efficacité.

Pour faciliter ces choix, PHIDA Groupe met à disposition un simulateur Ecoscore en ligne. Cet outil permet d'évaluer concrètement l'impact écologique des différentes solutions en fonction des matériaux sélectionnés. Les utilisateurs peuvent ainsi comparer les émissions de CO₂, la part de matériaux recyclés et l'impact global sur les ressources.

L'un des atouts majeurs du simulateur est sa capacité à projeter des scénarios réels : il devient possible d'optimiser ses choix

«
À performance énergétique équivalente,
l'empreinte écologique dépend avant
tout des choix de matériaux.

dès la phase de conception ou de rénovation, en identifiant les alternatives les plus durables.

En parallèle, l'outil intègre également une simulation des subventions cantonales, permettant d'estimer les aides disponibles en cas de rénovation du bâtiment. Cette double approche, durable et économique, offre une vision globale

pour accompagner les maîtres d'ouvrage dans leurs décisions.

Actif depuis plus de 90 ans en Suisse romande, PHIDA Groupe s'est d'abord développé dans le domaine de l'étanchéité avant d'élargir son expertise à l'ensemble de l'enveloppe du bâtiment. Dans un contexte où les enjeux de transition énergétique et écologique sont devenus

centraux, l'entreprise fait évoluer ses solutions en proposant des outils d'aide à la décision, comme le simulateur Ecoscore, afin de rendre l'information accessible et permettre à tous ses clients d'effectuer des choix éclairés, à la fois sur le plan environnemental et financier.

Plus d'informations sur www.phida.ch



PHIDA
GROUPE

« La durabilité est au service de la résilience des organisations »



François Sibille
Directeur du MAS

Entretien avec François Sibille, Directeur du Master of Advanced Studies (MAS) en Executive Sustainability Management à la Haute Ecole de Gestion de Genève et expert international en gouvernance et RSE.

Pourquoi la durabilité est-elle si présente ?

Face à la multiplication et la complexification des défis sociétaux, la durabilité est un axe stratégique majeur pour les organisations. L'émergence de zones de conflits, le retrait américain des accords climatiques internationaux, ou le recul des exigences européennes en matière de reporting RSE et de devoir de vigilance n'ont

pas freiné les attentes des parties prenantes : transparence des processus décisionnels, exigences de performance extra-financière, maîtrise des chaînes d'approvisionnement et transformation des modèles d'affaires. Autant de signaux qui font de l'agilité et de la capacité d'adaptation des entreprises de véritables avantages compétitifs.

Quel rôle joue la RSE dans ces évolutions ?

La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) s'affirme comme une approche permettant de structurer et piloter la transformation. Elle offre un cadre formalisé pour analyser les pratiques, évaluer les impacts et repenser la chaîne de valeur. Les principaux référentiels tels que l'ISO 26000, EcoEntreprise, B Corp, EcoVadis ou la nouvelle ISO 53001, fondée sur les 17 Objectifs de développement durable de l'ONU, guident la démarche, hiérarchisent les enjeux et soutiennent la prise de décision. Ils assurent l'alignement entre la gouvernance, la stratégie et les pratiques opérationnelles.

Les outils suffisent-ils à transformer les organisations ?

Non, les outils, restent obsolètes si la gouvernance n'évolue pas. Engager une démarche RSE nécessite de faire évoluer les processus managériaux et le dialogue. Comprendre les enjeux internes : collaborateurs, production, instances de gouvernance et externes : fournisseurs, clients, partenaires institutionnels, est indispensable. Interroger sa propre organisation est un levier pour gagner en efficacité et mieux anticiper les risques.

De quoi les organisations ont-elles besoin pour agir ?

Elles doivent avoir la capacité de comprendre les enjeux sociaux et environnementaux, à les évaluer et à piloter leur prise en charge dans la durée. Hiérarchiser les priorités, piloter ses actions, en assurer le reporting et les intégrer dans les décisions quotidiennes mobilisent des compétences spécifiques. Leur acquisition est une condition indispensable pour renforcer l'agilité et la résilience des organisations.

Comment développer ces compétences ?

Ces compétences concernent les pratiques managériales et de gouvernance, elles sont nécessaires pour assurer la cohérence entre décisions stratégiques et pratiques opérationnelles. C'est dans cette perspective que s'inscrivent les formations continues en durabilité de la HEG-Genève, au travers Master of Advanced Studies (MAS) en Executive Sustainability Management, destiné aux cadres et dirigeants engagés dans cette transformation, composé du Diploma of Advanced Studies (DAS) en Management Durable (prochaine rentrée en septembre 2026) et du DAS en Systèmes de Gouvernance Responsable (prochaine rentrée en janvier 2027).



Brandreport • Recyclage Market

La seconde main n'a jamais été aussi irrésistible !

Découvrez l'univers de Recyclage Market, à Morges, un espace de vente qui ne propose pas simplement de la seconde main, mais une véritable expérience. Son ambition est claire : devenir le « IKEA de la seconde main », un lieu où tout est organisé, accessible et surtout... incontournable. Dernière nouveauté : l'ouverture récente de la friperie Recyclage Market, déjà très attendue par les chineurs de la région.



Recyclage Market à Morges, Jérôme Clémence Pares révolutionne la façon de consommer.

Dès l'entrée dans le showroom, le ton est donné : du choix, des bonnes affaires et une atmosphère unique. Meubles, décoration, objets du quotidien... Chacun peut chiner, équiper son intérieur ou dénicher la perle rare à des prix imbattables, tout en restant dans une consommation raisonnée.

Mais la grande nouveauté qui fait déjà parler d'elle, c'est l'ouverture de la plus grande friperie de Suisse romande. Plus de 20 000 pièces vous attendent : vêtements, chaussures, sacs et autres accessoires...

Le concept est simple et ultra attractif : tous les articles sont vendus à 5 CHF. Oui, tout. Sans exception.

Le nouveau temple des fripes !

Un paradis pour les amateurs de bonnes affaires, les passionnés de mode et tous ceux qui veulent consommer autrement sans se ruiner. Ici, chacun peut se faire plaisir, renouveler son style ou équiper sa maison, tout en faisant un geste concret pour la planète. Éviter la surconsommation en achetant de la seconde main constitue en effet un levier essentiel pour agir de façon responsable, à son échelle. Dans cette toute nouvelle friperie, les curieux et les chineurs invétérés pourront se constituer de nouveaux looks avec un budget limité, tout en valorisant l'économie circulaire. Des chemises colorées, des jeans bruts, des pièces vintage des années 70 ou des sacs à main en cuir grainé... Une seule question demeure : qu'allez-vous trouver lors de votre prochaine visite ?

Chez Recyclage Market, Jérôme Clémence Pares, son fondateur, prouve qu'il est possible d'allier économie, écologie et plaisir. Une adresse devenue incontournable pour tous ceux qui aiment consommer malin.

Plus d'informations sur
recyclage-market.ch



RECYCLAGE MARKET

Au bureau, la fontaine à eau n'est plus un détail. C'est un vrai choix d'expérience.

Pendant longtemps, la fontaine à eau a été vue comme un simple équipement de service. Utile, certes, mais rarement stratégique. Et pourtant, dans une entreprise, elle dit beaucoup. Elle parle du confort accordé aux équipes, de l'attention portée aux visiteurs, de l'image renvoyée aux clients... et même du niveau d'exigence de l'employeur sur un sujet aussi basique qu'essentiel : la qualité de l'eau.

En Suisse, Culligan s'est imposé comme un spécialiste du traitement de l'eau depuis 1979, avec une offre qui couvre les adoucisseurs, la filtration et les fontaines à eau pour les particuliers comme pour les entreprises. Le groupe met en avant plus de 90 ans d'expertise dans le domaine de l'eau et un accompagnement complet incluant installation, maintenance et assistance locale.

Des solutions adaptées aux besoins des entreprises

Pour les entreprises, l'intérêt est clair : offrir une eau de qualité sans complexifier le quotidien. Culligan propose deux grandes familles de solutions. D'un côté, les fontaines raccordées au réseau, pensées pour délivrer une eau filtrée, fraîche, tempérée, chaude ou pétillante, avec un approvisionnement continu. De l'autre, les fontaines à bonbonne, très simples à installer, qui ne demandent qu'une prise électrique et conviennent parfaitement aux sites où un raccordement est difficile, temporaire ou peu souhaitable.

Simplicité, durabilité et confort

La solution sur réseau séduit les entreprises qui recherchent une approche durable, pratique et élégante. Pas de stockage, pas de manutention, pas de réassort à gérer : l'eau arrive directement depuis le réseau existant, puis elle est filtrée et servie à la demande. Dans un bureau, un showroom, un cabinet ou un espace d'accueil, c'est une façon discrète et moderne d'améliorer l'expérience quotidienne. Et cela évite aussi le ballet peu glamour des packs et des bouteilles qui s'empilent dans un local.

Mais la bonbonne garde de solides arguments. Chez Culligan, elle ne se limite pas à une solution de dépannage. Elle s'appuie sur une vraie promesse produit : une eau minérale naturelle suisse, issue de la source Goa, à Dorénavant, en Valais. Cette source artésienne jaillit naturellement sans aide mécanique. Après avoir traversé les sables des Alpes valaisannes, l'eau se purifie naturellement et s'enrichit en minéraux et oligo-éléments. Culligan souligne aussi son profil équilibré, avec notamment un pH de 7,58 et une faible teneur en sodium de 4,3 mg/L. Pour une entreprise valaisanne, ou une société attachée à la provenance locale, ce n'est pas un détail : c'est une histoire à raconter au quotidien dans la salle de pause ou à l'accueil.

Un compromis entre logistique et ancrage local

C'est ce qui rend les fontaines bonbonne Culligan intéressantes : elles conjuguent simplicité logistique et ancrage régional. Plusieurs modèles proposent de l'eau froide, tempérée, chaude, voire pétillante,

avec livraison programmée des bonbonnes et service inclus. Autrement dit, une entreprise peut bénéficier d'une solution prête à l'emploi, sans travaux lourds, tout en servant une eau valaisanne qui a autre chose à raconter qu'un banal « eau fraîche à disposition ».

L'autre actualité, c'est Purity, la nouvelle génération de fontaines réseau Culligan, dont le lancement est annoncé le 4 mai. Et là, on change clairement de catégorie. Purity ne joue pas seulement la carte du design, même si son interface tactile et ses finitions ont été pensées pour s'intégrer dans les espaces de travail modernes. Elle concentre surtout plusieurs briques technologiques qui répondent aux préoccupations actuelles des entreprises : hygiène, sécurité, continuité de service, simplicité de maintenance et qualité gustative.

Parmi ses atouts, la technologie BioCote aide à inhiber la prolifération des bactéries responsables des mauvaises odeurs et des moisissures sur les composants du distributeur. La technologie brevetée Firewall UVC peut, en option, désactiver jusqu'à 99,9999% des bactéries et des virus au point de distribution. À cela s'ajoute C-Sense, un système de surveillance intelligente qui suit la qualité de l'eau, la durée de vie du filtre et les performances de l'appareil afin de permettre une maintenance proactive et adaptée à l'usage réel de la fontaine. En cas de fuite ou de baisse de qualité détectée, le système peut même s'arrêter automatiquement. Dit autrement : moins de surprises, moins d'interruptions, et moins de charge mentale pour les services généraux.

Performance, qualité et maîtrise des coûts

Purity met aussi en avant une filtration capable de réduire des contaminants indésirables comme le plomb, les microplastiques et les PFAS, tout en conservant l'avantage majeur d'une fontaine réseau : le goût et le confort d'une eau premium, sans la contrainte des bouteilles à usage unique. Culligan avance même un coût pouvant aller jusqu'à 50% de moins que l'eau en bouteille plastique à usage unique, selon l'usage et le fournisseur comparé. Pour un dirigeant, la promesse est donc double : une prestation valorisante pour les collaborateurs et visiteurs, avec une logique de maîtrise des coûts et de sobriété opérationnelle.

Au fond, choisir une fontaine à eau aujourd'hui, ce n'est plus seulement répondre à une obligation de confort. C'est arbitrer entre plusieurs bénéfices très concrets : image, praticité, hygiène, durabilité, qualité perçue et ancrage local. Fontaine réseau pour la performance continue et la technologie avancée ; fontaine bonbonne pour la flexibilité et, en Valais, le supplément d'âme de la source Goa. Dans les deux cas, Culligan défend une vision simple : mieux boire au travail, ce n'est pas un luxe. C'est un standard. Et parfois, les meilleures conversations d'entreprise commencent encore autour d'un verre d'eau.

Plus d'informations sur www.culligan.ch

Culligan



PAPIVAL HYGIENE

Spécialiste de l'hygiène professionnelle

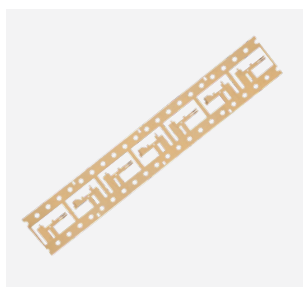
papival.ch



Ebauches Micromécanique
Precitrame SA



HORLOGERIE



CONNECTIQUE



AUTOMOBILE



MICROTECHNIQUE

**De la micro-série au grand volume,
nous innovons pour répondre à vos besoins.**



Combe-Aubert 3, CH-2720 Tramelan | T +41 (0)32 486 96 10 | info@empsa.ch | www.empsa.ch

✓ **ISO 9001**
QUALITÉ

✓ **ISO 45001**
SÉCURITÉ & SANTÉ

✓ **ISO 14001**
ENVIRONNEMENT

Pour un monde numérique plus responsable

Depuis près de 35 ans, CHEOPS Technology, basée à Genève, met son savoir-faire au service d'entreprises issues de tous les secteurs d'activité. Spécialisée dans les services informatiques comme le cloud, la cybersécurité, la modernisation des infrastructures ainsi que les outils de communication et de réseaux, l'entreprise accompagne ses clients dans leurs enjeux numériques stratégiques.

Rencontre croisée avec Jérémy Voisin, directeur de CHEOPS Cyberdéfense, et Arthur Pradel, directeur des ventes.



Arthur Pradel
Directeur des ventes



Jérémy Voisin
Directeur général
Cyberdéfense & RSSI

Quelle est l'histoire du groupe et qu'est-ce qui a motivé sa spécialisation dans le cloud ?

Arthur Pradel : CHEOPS Technology a été rachetée en 2004 par Nicolas Leroy-Fleuriet. À l'origine, le groupe s'est développé autour de l'intégration d'infrastructures IT. Au début des années 2010, l'entreprise a pris un virage stratégique majeur en anticipant l'essor du cloud. Nous avons investi massivement dans cette technologie et lancé notre cloud privé certifié ISO 27001, au moment où le marché était en pleine transformation.

Ce positionnement précoce nous a permis d'être immédiatement performants grâce à une expertise interne solide. Historiquement, CHEOPS France était spécialisée dans l'intégration d'infrastructures IT, tandis que CHEOPS Suisse était davantage positionnée sur les services de téléphonie et d'Internet. Aujourd'hui, les deux entités proposent l'ensemble des services du groupe, de manière cohérente et complémentaire.

Quelles sont les valeurs fondatrices de CHEOPS Technology et comment se traduisent-elles au quotidien ?

Arthur Pradel : Le travail d'équipe est une valeur centrale. Nous disposons d'experts très spécialisés dans de nombreux domaines et écosystèmes : Windows, Linux, les réseaux, la cybersécurité, et nous avons fait le choix de conserver

ces talents en interne. Cette maîtrise et ces ressources nous permettent d'apporter un haut niveau d'expertise à nos clients.

Jérémy Voisin : Au sein de notre pôle sécurité, nous appliquons le principe du secure by design : la sécurité est pensée dès la conception des projets et constitue la base de tout.

Ce qui nous distingue également est le fait de proposer à nos clients des solutions sur mesure. Chaque entreprise est différente, avec ses propres contraintes métiers, ses risques et ses objectifs. Il n'existe pas de solution standard : nous contextualisons nos recommandations et mettons en place les outils les plus adaptés à chaque environnement, et cela est essentiel à nos yeux.

Quels sont aujourd'hui les principaux enjeux en matière de cybersécurité ?

Jérémy Voisin : Il est essentiel de comprendre que la cybersécurité concerne toutes les entreprises, quelle que soit leur taille. Paradoxalement, alors que les solutions cyber se multiplient, les attaques augmentent fortement. La cybersécurité n'est pas un produit : c'est un état, un écosystème à construire et à maintenir. Il faut mettre en place de bonnes pratiques dès la base. Trop souvent, les entreprises adoptent des outils sans avoir défini une stratégie adaptée à leurs enjeux métiers.

Notre rôle consiste à consolider les fondations cyber de nos clients. Nous réalisons un état des lieux complet avec un véritable rapport d'étonnement afin d'identifier les vulnérabilités, puis nous définissons une feuille de route claire. Une fois le niveau de maturité suffisant atteint, nous accompagnons la mise en œuvre des actions nécessaires.

Avec quels outils accompagnez-vous les entreprises dans leur transformation digitale ?

Jérémy Voisin : Notre organisation repose sur quatre grandes activités

complémentaires : d'abord le cloud et les services managés, incluant nos clouds privés, hébergés et opérés par nos équipes. Ensuite, la division infrastructures, qui couvre les serveurs, le stockage et la modernisation des environnements IT. La division cyberdéfense, que je dirige, dédiée à la protection, à la gestion des risques et à la gouvernance. Et enfin la division Modernisation Technologique (DMT), qui accompagne les entreprises vers des modèles de travail modernes et flexibles, en Suisse comme en France. Ces services sont complémentarisés par des outils performants que nous prescrivons.

Nous développons également une offre d'IA souveraine. Les problématiques de nos clients sont analysées afin d'identifier les cas d'usage pertinents et d'intégrer l'intelligence artificielle de manière maîtrisée, sécurisée et adaptée à leur réalité opérationnelle.

Comment intégrez-vous les enjeux de développement durable dans votre stratégie ?

Jérémy Voisin : La RSE occupe une place croissante dans notre stratégie. En interne, nous mettons en œuvre de nombreuses actions en faveur de la qualité de vie des employés et des conditions de travail. Cela passe par le bien-être des collaborateurs, des initiatives conviviales comme le pet at work, ainsi que par l'accompagnement et le suivi des équipes au quotidien.

Sur le plan environnemental, nous sélectionnons des équipements réseau à faible consommation énergétique et veillons à optimiser nos infrastructures afin de réduire leur empreinte carbone. L'objectif est de mettre en place une logique de boucle vertueuse.

Arthur Pradel : Nous avons également rejoint le programme Swiss Triple Impact afin de prendre des engagements concrets en faveur des Objectifs de développement durable (ODD). Notre ambition est d'améliorer continuellement

et durablement notre impact social et environnemental, en cohérence avec l'Agenda 2030.

Quelles sont les attaques les plus courantes aujourd'hui et comment s'en prémunir ?

Jérémy Voisin : Les vols de données ont explosé ces dernières années, notamment via les attaques sur la supply chain. Les fuites de données et les compromissions de partenaires constituent aujourd'hui un risque majeur. L'essor de l'intelligence artificielle a également favorisé l'émergence d'outils malveillants capables de générer des campagnes de phishing de plus en plus sophistiquées et ciblées. Les menaces peuvent provenir de l'extérieur, mais aussi de l'intérieur de l'entreprise.

La menace la plus fréquente reste l'e-mail : un simple clic sur un lien corrompu ou un QR code peut suffire à compromettre tout un système.

Pour y faire face, nous organisons des tests inopinés de simulation de phishing afin de maintenir un haut niveau de vigilance. Nous avons également mis en place un système de report phishing permettant aux collaborateurs de signaler rapidement un message suspect à notre équipe cyber, qui en assure l'analyse humaine.

La sensibilisation est essentielle. Nous ne faisons pas de « one shot » : il s'agit d'un accompagnement sur le long terme, favorisant une vigilance accrue de tous et basé sur la pédagogie et la bienveillance. La cybersécurité est avant tout une culture à construire collectivement.

Interview **Alix Senault**

Plus d'informations sur
cheops-technology.ch



CHEOPS TECHNOLOGY
The Cloud & Data Centric Company

Concevoir, construire et moderniser des bâtiments durables



Grâce à une automatisation intelligente des bâtiments ainsi qu'à des technologies et des services durables, GEZE contribue à minimiser la consommation d'énergie et à maximiser le confort afin de créer des bâtiments respectueux de l'environnement et économes en ressources. Les bâtiments durables sont essentiels pour préserver les ressources écologiques, optimiser l'efficacité énergétique et créer un environnement habitable pour les générations futures. GEZE vous propose des produits et services d'avenir qui accompagnent durablement l'ensemble du cycle de vie des bâtiments, de la planification à la modernisation ou à la démolition, en passant par la construction.

GEZE vous aide à construire durable grâce à une automatisation des bâtiments intelligente, des produits certifiés et des conseils complets.

Comment optimiser l'efficacité énergétique dans les bâtiments?

Des stratégies innovantes telles que la ventilation naturelle et automatisée, les façades intelligentes et l'automatisation des bâtiments contribuent à améliorer l'efficacité énergétique des bâtiments modernes:

- Des systèmes de ventilation automatisés et des motorisations de fenêtres à commande thermique permettent une commande précise de la température ambiante et contribuent ainsi à économiser l'énergie.

- Le refroidissement nocturne automatique utilise l'air frais de la nuit pour abaisser la température ambiante sans consommer d'énergie supplémentaire.
- L'automatisation des bâtiments réduit considérablement la consommation d'énergie grâce à un zonage intelligent et à la mise en réseau des différents équipements, contribuant ainsi à la durabilité et à la réduction des coûts.



Comment les produits GEZE contribuent-ils à la durabilité?

Les produits GEZE sont conçus pour répondre à des exigences élevées en matière de recyclabilité et de durabilité élevée, ce qui réduit leur empreinte carbone. Ils disposent de déclarations environnementales du produit (déclarations environnementales du produit) qui fournissent des informations détaillées sur leur impact sur l'environnement. Cela permet un choix judicieux des matériaux, qui est déterminant pour le respect des standards écologiques et des certifications de durabilité telles que DGNB, LEED et BREEAM. En mettant à disposition ces informations et cette documentation, ainsi qu'en fournissant des conseils professionnels, GEZE offre aux architectes la sécurité nécessaire pour la planification et la réalisation de leurs projets, notamment en ce qui concerne les libellés d'appel d'offres et les points de certification.



Comment les solutions GEZE favorisent-elles une modernisation intelligente?

Afin de promouvoir la rénovation durable d'un bâtiment et de créer un bâtiment intelligent et pérenne, l'équipement ultérieur d'une technique de portes et de fenêtres adaptée est indispensable. Bon nombre de nos motorisations de portes et de fenêtres peuvent être équipées ultérieurement. Cela signifie qu'elles peuvent être intégrées dans un système existant et contribuer ainsi de manière relativement simple à la modernisation et à l'efficacité énergétique. La compatibilité avec les commandes existantes est également assurée. L'équipement ultérieur est ainsi possible sans intervention importante, ce qui permet un gain de temps et d'argent. GEZE se charge de l'ensemble du conseil et du suivi du projet.

Les produits GEZE peuvent-ils être intégrés dans une technologie de bâtiments connectée et durable?

Une technique de bâtiments connectée permet une exploitation durable, efficace et confortable des bâtiments pour les concepteurs, les exploitants et les utilisateurs.



Grâce à des interfaces ouvertes et à la fonctionnalité Smart Building, les produits GEZE permettent une planification pérenne. Les produits peuvent être connectés, commandés et intégrés dans un système d'automatisation et de contrôle de bâtiment à l'aide de myGEZE Control. Grâce aux normes de communication BACnet et/ou OPC UA et KNX, il est possible de commander de manière centralisée la ventilation, les portes et la protection incendie.

Accessibilité: comment l'accessibilité et le confort tout au long du cycle de vie bénéficient-ils d'une technique du bâtiment durable?

La durabilité doit également être comprise au sens social: grâce aux solutions GEZE, les bâtiments peuvent être conçus de manière à pouvoir être utilisés par le plus grand nombre, de manière flexible, efficace et adaptée à tous les âges.



- Les systèmes de portes automatiques permettent une accessibilité pour tous, y compris pour les poussettes, les achats ou les fauteuils roulants.
- Une sécurisation des issues de secours bien pensée protège la vie et l'intégrité physique en cas de danger, pour une évacuation ou un auto-sauvetage en toute sécurité.
- Pour nous, efficacité énergétique et confort ne sont pas incompatibles, bien au contraire: ils vont souvent de pair. Les normes publiques telles que la norme DIN 18040 peuvent ainsi être respectées tout en garantissant le confort des utilisateurs, ce qui constitue un avantage indéniable pour les concepteurs et les architectes.

GEZE Schweiz AG
Zelglimatte 1A
6260 Reiden

+41 62 285 54 00
+41 62 285 54 01
schweiz.ch@geze.com
www.geze.ch



La protection solaire au service de la performance énergétique

Depuis plus de 60 ans, l'entreprise familiale Stormatic accompagne particuliers, architectes et régies immobilières dans leurs projets de protection solaire en Suisse romande. À sa tête depuis 2019, Audrey Normand évoque l'évolution d'un métier devenu plus technique et les enjeux énergétiques qui transforment le secteur.

Gibus



Audrey Normand
Directrice, Stormatic

Qu'est-ce qui n'a jamais changé dans l'ADN de Stormatic ?

La proximité avec nos clients reste essentielle. Entreprise familiale à taille humaine, nous travaillons principalement sur Genève et Vaud et entretenons des relations durables. L'indépendance est aussi une valeur forte : nous sélectionnons les produits selon les besoins des projets, tout en conservant une part de fabrication dans nos ateliers à Meyrin, ce qui nous permet d'être réactifs.

Depuis votre reprise de la direction en 2019, en quoi la transition générationnelle a-t-elle influencé la vision et la stratégie de Stormatic ?

Notre stratégie est aujourd'hui tournée vers les nouvelles technologies et l'innovation. L'expérience et l'expertise acquises au fil des années nous permettent d'intégrer rapidement de nouveaux produits dès leur arrivée sur le marché, comme les moteurs solaires. En parallèle, nous digitalisons progressivement certains de nos processus afin de moderniser notre fonctionnement.

Que signifie l'exigence suisse dans votre métier ?

Elle repose sur la qualité des produits, souvent suisses, et sur la formation continue de nos équipes. La qualité se joue autant dans le produit que dans le suivi et le service après-vente.



Quelle place prend la domotique ?

Elle améliore le confort avec des scénarios personnalisés, mais aussi la performance énergétique, en optimisant et automatisant la gestion de la chaleur et du froid.

Quel rôle jouent les protections solaires dans la performance énergétique des bâtiments ?

Elles sont essentielles. Une protection extérieure en toile ou en aluminium permet de gagner deux à trois degrés en été et de limiter les pertes de chaleur en hiver.

Suite à la votation sur la valeur locative et à la suppression annoncée des déductions fiscales en 2028, comment anticiper ?

Nous prévoyons une hausse de la demande dès 2026. Les délais pouvant s'allonger, il est conseillé d'anticiper les travaux afin qu'ils soient réalisés avant 2028. Il faut compter de deux semaines à deux mois entre le premier contact et l'installation.

Quels types de projets et de produits proposez-vous ?

Nous intervenons sur tous types de projets, du dépannage aux installations complexes, notamment pour des villas de luxe. Nos activités couvrent la réparation, le service après-vente et les installations neuves, auprès de particuliers, régies, et architectes. Nous proposons une large gamme de produits, tels que stores intérieurs et extérieurs, tentes solaires, moustiquaires, pergolas ou encore volets.

Votre approche varie-t-elle selon les clients ?

Globalement, notre approche reste la même pour tous : construire une relation de confiance et proposer des solutions adaptées et réalisables. Nos techniciens jouent un rôle clé en analysant chaque projet, les produits et les méthodes de fixation afin de garantir une installation conforme aux contraintes techniques et structurelles, quel que soit le type de client ou de chantier.

Les attentes ont-elles évolué ?

Oui, les clients sont plus exigeants, notamment en matière de design, avec une forte demande d'intégration discrète dans l'architecture.

Comment se forme-t-on ?

Le CFC de storiste allie théorie et pratique. L'apprentissage sur le terrain et la transmission interne sont essentiels.

Le showroom de 150 m² reste-t-il important ?

Oui, il permet de voir et tester les produits, ce qui reste indispensable pour du sur-mesure.

Trois mots pour définir Stormatic ?

Proximité, réactivité, qualité. Cela résume à la fois nos valeurs et nos engagements.

Interview **Marc-Antoine Guet**

Stormatic
info@stormatic.ch
+41 22 727 05 00
www.stormatic.ch



Image iStockphoto/roylimzy



Comment réussir son virage IA ?

Alors que l'intelligence artificielle s'impose de plus en plus dans les entreprises, beaucoup de dirigeants s'interrogent : par où commencer pour avoir un réel impact ? Les aider à répondre à cette question, c'est justement la mission que s'est donnée Ars Cognito. Basée en Suisse, la société de conseil accompagne les entreprises qui souhaitent se doter de solutions d'intelligence artificielle sur mesure.



Jordi Planes
Fondateur, Ars Cognito

Dans cette interview, Jordi Planes explique comment son entreprise allie compétences techniques et compréhension humaine pour répondre aux besoins de ses clients.

Jordi, par où commencer avec l'IA ?

L'IA repose sur des actifs digitaux : données, documents, processus. Si ces éléments ne sont pas structurés et fiables, les résultats seront limités. La technologie amplifie toujours la qualité ou les lacunes de la base existante. Nous commençons donc par consolider et structurer les données afin de garantir des fondations solides et durables.

Vous travaillez avec l'IA depuis 2019. En quoi est-ce un avantage aujourd'hui ?

Nous avons démarré bien avant la démocratisation de l'IA générative. Cette antériorité nous donne une vision claire de l'évolution technologique et nous permet de distinguer les effets de mode des solutions réellement créatrices de valeur. Notre approche est pragmatique, orientée

résultats et adaptée aux contraintes spécifiques de chaque entreprise.

Pouvez-vous nous donner un exemple de projet récent ?

Nous avons récemment automatisé le flux commercial d'un food trader international. Ses offres fournisseurs arrivaient dans des formats hétérogènes et nécessitaient un traitement manuel chronophage. Nous avons donc standardisé les données dans une base structurée, puis déployé un agent d'IA connecté à WhatsApp Business. Cela permet aujourd'hui à l'équipe commerciale de générer rapidement des offres clients via cet agent, qui exploite l'ensemble des données consolidées.



Lorsque les données sont maîtrisées et accessibles, l'IA devient un levier d'aide à la décision et un facteur de compétitivité durable.

Le résultat est immédiat : réduction des tâches administratives, amélioration de la réactivité commerciale et meilleure exploitation du capital informationnel de l'entreprise.

Quel impact stratégique observez-vous dans ce type de transformation ?

Au-delà des gains d'efficacité, l'enjeu est stratégique. Lorsque les données sont maîtrisées et accessibles, l'IA devient un levier d'aide à la décision et un facteur de compétitivité durable. Elle permet aux entreprises de capitaliser sur leur propre connaissance interne.

Quel conseil donneriez-vous aux dirigeants qui hésitent encore à se lancer ?

Rien ne sert de vouloir transformer son entreprise d'un coup. Il est plus pertinent de démarrer par un processus à fort impact, souvent commercial ou opérationnel, puis de l'étendre progressivement. L'IA est autant un apprentissage organisationnel qu'une technologie.

Chez Ars Cognito, nous accompagnons les entreprises dans cette transition de manière structurée, pragmatique et orientée valeur, afin que la digitalisation et l'IA deviennent un véritable avantage compétitif.

Pour plus d'informations :
+41 76 687 14 07
contact@arscognito.io
www.arscognito.io



L'identité numérique repensée

Entreprise suisse pionnière dans la gestion d'identités et de services connectés, Polyright accompagne depuis plus de vingt ans les écoles, universités, collectivités et entreprises dans la transformation numérique de leurs environnements. Avec Secanda Suite, sa plateforme unifiée et modulaire, Polyright offre une approche nouvelle : faire de l'identité digitale un levier d'efficacité, de sécurité et de fluidité au quotidien.

Déployée dans plus de 90% des universités suisses, ainsi que dans de nombreux établissements en Europe et au-delà, Secanda Suite s'impose comme la référence en matière de gestion d'identités numériques, de contrôle d'accès et de services connectés.

Une plateforme tout-en-un pour un monde connecté

Secanda Suite centralise la gestion de toutes les interactions liées à l'identité : identification, droits d'accès physiques ou numériques, paiements, intégrations et connexions avec des systèmes tiers. L'objectif : offrir une expérience utilisateur fluide et cohérente, tout en simplifiant la gestion pour les équipes techniques et administratives.

Grâce à son architecture modulaire, la plateforme s'adapte à chaque environnement, qu'il s'agisse d'un campus universitaire, d'un hôpital, d'un site industriel ou d'une entreprise multisite. L'utilisateur dispose d'un identifiant unique, carte RFID, badge, QR code ou application mobile, lui donnant accès à tous les services : ouvrir une porte, payer son repas, imprimer un document, accéder à un événement ou à une ressource numérique.

Les quatre piliers de Secanda Suite

- Secanda Secure : la colonne vertébrale de la solution. Elle assure la sécurité et la cohérence de l'identité numérique. Toutes les données sont gérées de manière centralisée, avec une traçabilité complète et une conformité RGPD garantie.
- Secanda Access : gère les droits d'accès physiques et logiques avec une précision maximale. Compatible avec les systèmes leaders du marché (Salto, Gantner, etc.), il permet un contrôle d'accès évolutif et intégré.
- Secanda Pay : facilite les paiements sans contact pour les cantines, distributeurs automatiques, parkings ou services d'impression. Les transactions sont sécurisées, traçables et personnalisables par département ou projet.



Polyright simplifie la vie des organisations et de leurs usagers.

- Secanda Connect : un hub d'intégration low-code pour relier la plateforme aux systèmes RH, ERP ou de gestion académique existants. L'interopérabilité est totale, sans développements complexes ni migrations lourdes.

Une interface unifiée et intuitive

L'un des atouts majeurs de Secanda Suite réside dans son interface de gestion centralisée. Administrateurs, responsables RH, services techniques ou informatiques peuvent visualiser en temps réel les données essentielles : utilisateurs, droits d'accès, paiements, historiques d'activité ou statistiques globales.

Le dashboard intuitif permet de piloter facilement l'ensemble du système, d'automatiser les tâches répétitives et d'optimiser la gestion des flux. Résultat : gain de temps, réduction des erreurs, et meilleure expérience utilisateur.

Sécurité et conformité au cœur du système

La protection des données n'est plus une option : c'est un impératif. Conçue selon les standards les plus exigeants, Secanda Suite garantit une gestion sécurisée et conforme des identités numériques. Les informations sont hébergées de manière souveraine, en Suisse ou dans des environnements certifiés conformes au RGPD, assurant une totale maîtrise et confidentialité des données. Grâce à son architecture sécurisée et à la gestion fine des rôles et permissions, chaque organisation garde un contrôle total sur ses identités numériques.

Interopérabilité et autonomie

Chaque établissement dispose de ses propres besoins et contraintes. Secanda Suite s'adapte à ces réalités grâce à son approche modulaire et interopérable : elle se connecte facilement aux systèmes existants sans remise en cause de l'infrastructure IT.

L'autonomie est également au cœur du dispositif : gestion décentralisée des profils, auto-enregistrement des utilisateurs, impression de cartes en libre-service...

Les équipes gagnent en souplesse et en indépendance, tout en conservant une maîtrise complète des processus.

Une expertise suisse reconnue

Basée à Sion, avec une succursale à Regendorf, Polyright développe et maintient l'ensemble de ses solutions en Suisse, gage de qualité, fiabilité et proximité.

Ses équipes accompagnent chaque client, de la conception du projet à son déploiement, en passant par la formation et le support.

Le résultat : une solution éprouvée, soutenue par un savoir-faire technologique local et une compréhension fine des enjeux du secteur public, de l'éducation et de l'entreprise.

L'identité digitale comme moteur de simplicité

Au-delà de la technologie, Secanda Suite incarne une vision : celle d'un monde où l'identité numérique devient un service intégré, fluide et sûr.

En unifiant accès, paiements et gestion des utilisateurs, Polyright simplifie la vie des organisations et de leurs usagers ; étudiants, collaborateurs, visiteurs, tout en renforçant la sécurité et l'efficacité opérationnelle.

En savoir plus :
polyright.com



polyright
ID - ACCESS - CASHLESS

Un rebranding explosif au service de nouvelles ambitions

Aubep devient bangr. La société spécialisée dans les logiciels de gestion d'entreprise (ERP) adopte un nouveau nom et fait évoluer son positionnement. Derrière bangr., une ambition clairement assumée : changer d'échelle et entrer dans une nouvelle phase de croissance.

La scène se déroule le 9 janvier dernier, dans une belle salle de cinéma d'EXPLORiT : un centre de loisirs et d'innovation situé face aux bureaux de la société Aubep, à Yverdon-les-Bains. Président de l'entreprise, Jean Bourgeois dresse un rapide bilan de l'année écoulée devant ses employés puis lance, taquin : « Bon, vous êtes prêts ? Qui dort ? ». Une animation est alors projetée sur l'écran, soutenue par un air de musique surf-rock. Puis le clip révèle la grande annonce : après vingt ans d'activité, Aubep deviendra bangr., version stylisée du terme banger, très en vogue dans le parler jeune.

Pourquoi un tel changement pour une société issue de l'EPFL et connue pour sa culture d'ingénieurs plutôt discrète ? Au cœur de cette décision, une envie d'évoluer vers un ton plus direct et « jubilatoire ». Spécialisée dans la gestion financière, le pilotage d'entreprise ou encore l'intégration des flux d'information, bangr. ne souhaite plus apparaître comme un ERP parmi d'autres : désormais, elle assume de se positionner comme « l'ERP qui comprend vraiment les métiers de ses clients et a un temps d'avance sur l'innovation ».

La timidité, c'est fini

La directrice Mirela Filipovic ne cache pas cette ambition : « Après vingt ans d'activité, nous avons dépassé le stade de la timidité. Nous sommes des gens issus du terrain, qui proposons un accompagnement d'organisations qui va bien au-delà du logiciel. Nous savons que nous sommes bons dans ce que nous faisons et nous voulions un nom à la hauteur de nos nouvelles ambitions. »

Loin du module unique et impersonnel, Aubep fait depuis plusieurs années un choix qui a porté ses fruits : se concentrer sur des domaines bien précis, listés sur son site. Construction, distribution, industrie ou encore ingénierie, une petite dizaine de domaines sont couverts, de manière à pouvoir réellement appuyer les dirigeants des PME faisant appel à ses services. « Nous avons même un module spécifique qui permet aux dirigeants, notamment les CFO, de suivre en direct ce qui se passe au sein de leur société. »

Le taureau de l'IA déjà pris par les cornes

Si cette philosophie de travail reste inchangée, de nouveaux objectifs font surface, comme une présence renforcée à travers toute la Suisse romande. Pour favoriser ce déploiement,

l'entreprise insiste notamment sur des fondamentaux déjà bien établis : une maîtrise complète de ses solutions, intégralement développées et opérées en Suisse, reposant sur une infrastructure cloud également basée en Suisse, garantissant un haut niveau de contrôle des données. Un avantage décisif de l'offre de bangr., selon Jean Bourgeois : « Compte tenu des incertitudes géopolitiques actuelles, nous voulons garantir que les données de nos clients restent à l'intérieur de nos frontières. C'est ce que bangr. appelle un « cloud souverain suisse » : une solution capable de continuer à fonctionner de manière autonome, même en cas de blocage d'un grand acteur international ou de changement brutal de contexte. »

La société nord-vaudoise revendique également une exigence de fiabilité directement héritée de son ancrage industriel, en écho à la précision qui caractérise nombre de ses clients actifs dans le domaine horloger. Jean Bourgeois ajoute : « Dans le même temps, bangr. déploie ses solutions dans des délais parmi les plus courts du marché, fruit d'un travail d'innovation mené depuis plusieurs années, tout en intégrant les évolutions, notamment en matière d'intelligence artificielle. »

Cette ambition, conjuguée à une profonde fidélité aux principes de

bangr., est saluée par Frank Lamotte, directeur général d'In Extenso. Personnellement associé aux travaux de redimensionnement, il se réjouit de pouvoir s'appuyer sur l'expertise de la société vaudoise : « L'entreprise dispose d'un savoir-faire solide et d'un ancrage régional remarquable. Elle a toute sa place dans l'écosystème d'In Extenso, où elle pourra à la fois poursuivre son développement sur son territoire et contribuer à la dynamique internationale du groupe. »

Pourquoi bangr. ?

D'Aubep à bangr., le changement de style est spectaculaire. À l'imagerie assez sage que cultivait la société jusqu'ici succède en effet un univers graphique qui cultive une ironie rétro-moderne et un style volontairement décalé. Mais derrière cet humour assumé se cache un positionnement très clair : incarner la fiabilité suisse au service de la croissance des PME. « Nous voulions un ton qui serait aussi disruptif que nos ambitions et nous sommes ravis de l'avoir trouvé », conclut la directrice Mirela Filipovic.

Relâchez la pression.

C'est l'ERP qui change la donne des PME.
bangr-squad.com

bangr.
THE ERP GAME CHANGER.

« Relâchez la pression ! », promet cette image issue de la nouvelle campagne de bangr. Si la société veut soulager ses clients, pas sûr qu'il en aille de même pour les autres acteurs du marché de l'ERP.

La santé au travail, un enjeu de gouvernance

Longtemps cantonnée à la prévention, la santé au travail s'impose aujourd'hui comme un levier stratégique pour les organisations, au cœur des enjeux RSE. Dans un contexte de transformation rapide des organisations, la santé et la sécurité au travail (SST) ne relèvent plus uniquement de la seule conformité. Elles sont devenues un facteur clé de performance globale, au croisement des ressources humaines, de la gestion des risques et de la gouvernance. À MÉTIS Conseil, cabinet genevois spécialisé en gouvernance et en ressources humaines, Xavier Baricault accompagne dirigeants et conseils d'administration dans l'intégration de ces enjeux au plus haut niveau de l'entreprise. Il partage une vision où la santé au travail constitue un véritable levier de performance et un élément déterminant de la stratégie RH des organisations.



Xavier Baricault

Directeur et responsable
Pôles Gouvernance et RH

La santé et sécurité au travail est souvent abordée sous l'angle de la conformité. Pourquoi estimez-vous qu'elle doit aujourd'hui être considérée comme un levier stratégique de performance pour les entreprises ?

Pour tout dirigeant, au départ il y a une question : comment atteindre mes objectifs, avec les ressources dont je dispose aujourd'hui, dans ce contexte actuel et celui que j'anticipe ? En réponse, il y a très souvent une stratégie.

En prévenant les accidents et maladies professionnels, ainsi que les atteintes à la personnalité, le seul angle de la conformité permet surtout de mitiger, aujourd'hui, les risques juridiques, financiers et réputationnels. La SST va plus loin, en intégrant des aspects tout aussi importants, tels que l'engagement, la motivation, la satisfaction professionnelle, le stress ou encore l'ambiance de travail. Or, le lien entre ces dimensions et la performance est aujourd'hui scientifiquement établi. C'est donc un sujet complexe hautement stratégique, qui offre de nombreuses opportunités.

Quelle est la responsabilité des conseils d'administration sur cette question ?

Elle est entière. Étant l'organe responsable de la haute direction (stratégie), de la haute surveillance (conformité), de la fixation de l'organisation (structuration et allocation des ressources), le conseil d'administration a un rôle déterminant dans la définition d'une politique SST efficiente et durable.

Vous intervenez principalement auprès des directions et des organes de gouvernance. Comment la gouvernance d'entreprise peut-elle concrètement intégrer les enjeux de santé au travail dans une démarche RSE ?

Cette intégration se passe naturellement. Une démarche RSE implique en effet de considérer dans son modèle d'affaires les enjeux environnementaux, sociétaux et économiques pertinents. Or, les conditions de travail et la santé au travail sont une thématique de durabilité reconnue sur le plan international (normes de reporting ESRS S1 et GRI 403, par ex.). Ensuite, une démarche RSE invite à la prise en compte des parties prenantes clés dans ses processus décisionnels. Parmi celles-ci, le personnel est l'une des plus importantes.

Vous parlez d'« impact positif » à la fois sociétal et économique. Comment la santé au travail permet-elle de réconcilier performance économique et bien-être des collaborateurs ?

Les données sont claires : en Suisse, une personne active sur quatre souffre de stress, générant des coûts annuels estimés à CHF 6,5 milliards. Concrètement, au-delà de l'évitement des risques de conformité, une approche système permet d'agir sur les ressources et les contraintes organisationnelles. Le modèle d'impact de Promotion Santé Suisse démontre par exemple qu'en réduisant les contraintes (comme la surcharge ou le manque d'autonomie) et en renforçant les ressources (soutien social ou participation), les entreprises observent une baisse significative de l'absentéisme et une hausse de la productivité. La SST est donc un ingrédient important de la performance de l'organisation.

Dans un contexte de transformation rapide des organisations, quels sont les principaux risques humains et organisationnels auxquels les entreprises doivent se préparer ?

Spontanément, j'en citerai deux. Tout d'abord, la digitalisation, si elle n'est pas encadrée par des « politiques » claires et des ressources adaptées, elle peut favoriser une dilution progressive des frontières entre vie pro et vie privée et une perte de qualité dans les relations

interpersonnelles ; augmentant l'exposition aux risques psychosociaux. Ensuite, bien que le concept de génération Z (et ss.) n'obtient pas de consensus scientifique aujourd'hui, il y a tout de même des indications que la population active accorde davantage d'importance à la qualité de l'environnement professionnel. Ne pas le reconnaître aujourd'hui présente selon moi un risque de fragilisation de la marque employeur.

Si vous deviez convaincre un dirigeant en une phrase, pourquoi la santé au travail doit-elle aujourd'hui figurer parmi ses priorités stratégiques ?

La santé au travail est un investissement, non une charge (selon les études récentes, pour CHF 1.- investi, entre CHF 4.- et CHF 6.- en retour).

Plus d'informations sur
www.metis-conseil.ch



MÉTIS



«L'essentiel est invisible pour les yeux»

Antoine de Saint-Exupéry
Le Petit Prince



L'isolation en laine de verre. Innovante. Durable. Ecologique. Swiss Made depuis 1937!

